



La Compañía de Jesús



Centro de Arte Contemporáneo de Quito, San Juan



Plaza de la Independencia

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Desarrollo Turístico

Índice general

ÍNDICE DE CUADROS.....	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
ÍNDICE DE RECUADROS.....	6
ÍNDICE DE ESQUEMAS	6
ÍNDICE ANALÍTICO	7
NOTAS EDITORIALES	8
ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO.....	9
METADATOS.....	10
ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	11
A. UN PERFIL DEL TURISTA NO RESIDENTE QUE VISITA QUITO	12
B INDICADORES RECOMENDADOS.....	16
C. EL CONSUMO TURÍSTICO.....	17
D. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE NO RESIDENTES EN QUITO	26
E. LOS LUGARES MÁS VISITADOS	38
F. GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA NO RESIDENTE.....	40
G. NOTAS TÉCNICAS.....	45
H. ANEXOS ESTADÍSTICOS.....	54
Cuadro H1.1 Variables principales por motivo, estancia corta	54
Cuadro H1.2 Variables principales por motivo, estancia intermedia	55
Cuadro H1.3 Variables principales por motivo, agregación de estancia	56
Cuadro H1.4 Variables principales por motivo, estancia larga	57
Cuadro H1.5 Variables principales por motivo, estancia total	58
Cuadro H1.6 Indicadores principales, estancia agregada de 1 a 15 días	59

Índice de cuadros

CUADRO C1. GASTOS EN ALIMENTACIÓN POR NACIONALIDAD PRINCIPAL	19
CUADRO C2. GASTO EN HOSPEDAJE POR MOTIVO DEL VIAJE	20
CUADRO C3. VIAJEROS INTERNACIONALES POR TIPO DE ALOJAMIENTO	21
CUADRO C4. GASTOS EN ALOJAMIENTO POR NACIONALIDAD PRINCIPAL	21
CUADRO C5. SECTOR GEOGRÁFICO DE ALOJAMIENTO EN HOSPEDAJE DE PAGO, %	22
CUADRO C6. TURISTAS SEGÚN MODALIDAD DE VIAJE: SOLO O EN GRUPO	23
CUADRO C7. % EN TOTAL GENERAL DEL GASTO POR TIPO Y ALOJAMIENTO ESCOGIDO ..	23
CUADRO C8. GASTO MEDIO Y TOTAL POR RUBRO Y MOTIVO PRINCIPAL	24
CUADRO C9. GASTO MEDIO Y TOTAL POR TIPO DE ALOJAMIENTO Y MOTIVO PRINCIPAL ..	25
CUADRO D1. TURISTA NO RESIDENTE, PRINCIPALES INDICADORES POR TIPO DE ESTANCIA	26
CUADRO D2. PRINCIPALES INDICADORES POR ESTANCIA AGREGADA Y MOTIVO	27
CUADRO D3. NÚMERO DE TURISTAS POR TIPO DE ESTADÍA	29
CUADRO D4. % TURISTAS POR TRAMO DE EDAD Y MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE	30
CUADRO D5. PORCENTAJE POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN POR SEXO	31
CUADRO D6. EDAD MEDIA POR SEXO, SEGÚN NIVEL DE ESCOLARIDAD	31
CUADRO D7. TURISTAS POR NACIONALIDAD PRINCIPAL Y TRAMO DE EDAD	32
CUADRO D8. PORCENTAJE, GRUPO POR SEXO Y SEXO POR TIPO DE GRUPO	32
CUADRO D9. GASTO MEDIO POR GRUPO DE VIAJE Y SEXO	33
CUADRO D10. % FUENTE DE INFORMACIÓN POR SEXO Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN	34
CUADRO D11. VISITANTES “PASO OBLIGADO”, % NACIONALIDAD EN TOTAL PAÍS	35
CUADRO D12. % VOLUMEN DE ESTANCIA Y PROPORCIÓN EN GASTO POR SITUACIÓN OCUPACIONAL	37
CUADRO E1. NÚMERO DE TURISTAS Y PERNOCTACIONES EN OTRAS CIUDADES	39
CUADRO F1. PORCENTAJE DE TURISTAS SATISFECHOS DENTRO DEL GRUPO ETARIO	¡ERROR!
MARCADOR NO DEFINIDO.	
CUADRO F2. ALOJAMIENTO DE PAGO: EVALUACIÓN (%)	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO F3. PREPARACIÓN DE COMIDAS: EVALUACIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO F4. TRANSPORTE: EVALUACIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO G1. ALTERNATIVAS DE TAMAÑO DE MUESTRA	51
CUADRO H1.1 VARIABLES PRINCIPALES POR MOTIVO, ESTANCIA CORTA	54
CUADRO H1.2 VARIABLES PRINCIPALES POR MOTIVO, ESTANCIA INTERMEDIA	55
CUADRO H1.3 VARIABLES PRINCIPALES POR MOTIVO, AGREGACIÓN DE ESTANCIA	56
CUADRO H1.4 VARIABLES PRINCIPALES POR MOTIVO, ESTANCIA LARGA	57
CUADRO H1.5 VARIABLES PRINCIPALES POR MOTIVO, ESTANCIA TOTAL	58
CUADRO H1.6 INDICADORES PRINCIPALES, ESTANCIA AGREGADA DE 1 A 15 DÍAS	59

Índice de gráficos

GRÁFICO C1. CONSUMO TURÍSTICO DE NO RESIDENTES, POR MES DE INVESTIGACIÓN .	17
GRÁFICO C2. CONSUMO TURÍSTICO POR PRODUCTOS, PORCENTAJE.....	18
GRÁFICO C3. GASTOS EN SERVICIOS CULTURALES.....	19
GRÁFICO C4. TIPO DE LOCAL UTILIZADO PARA CONSUMIR ALIMENTOS.....	20
GRÁFICO C5. GASTO MEDIO POR SECTOR DE LA CIUDAD (USD)	22
GRÁFICO C6. GASTO MEDIO EN ALOJAMIENTO POR TIPO DE VIAJE (USD).....	23
GRÁFICO D1. DÍAS DE ESTANCIA EN QUITO	27
GRÁFICO D2. % TURISTAS POR SEXO Y TRAMO ETARIO	30
GRÁFICO D3. % POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN	31
GRÁFICO D4. MUJERES POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN: % CONSULTA A FAMILIARES.....	34
GRÁFICO D5. VISITANTES SEGÚN SITUACIÓN LABORAL, %	37
GRÁFICO E1. LUGARES VISITADOS EN QUITO, %.....	38
GRÁFICO E2. PRINCIPALES SITIOS VISITADOS, %.....	38
GRAFICO E3. PORCENTAJE DE VISITAS A OTRAS CIUDADES	39
GRÁFICO F1. EVALUACIÓN DE LOS SITIOS VISITADOS, %¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
GRÁFICO F2. EVALUACIÓN Y PORCENTAJE DE VISITAS POR LUGAR¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
GRÁFICO F3. COMPARACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO, %¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
GRÁFICO F4. EVALUACIÓN DE LA IMAGEN DE LA CIUDAD, %¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	

Índice de recuadros

RECUADRO 1. TIPOS DE TURISMO	35
------------------------------------	----

Índice de esquemas

ESQUEMA 1. INDICADORES RECOMENDADOS PARA EL TURISTA TIPO	16
ESQUEMA 1. TIPOS DE ESTANCIA CIUDAD CONSIDERADOS EN EL ESTUDIO	28
ESQUEMA 2. ESTANCIA MEDIA: MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL	29

Índice analítico

A

atractivos ciudad, 37

C

capacidad de compra, **18**

Centro histórico, 37

CEPLAES, **9**

compra de artesanías, **19**

condición laboral, 34

consumo turístico. *Véase* gasto

D

destino, 35

destino escogido, 13, 35

E

entradas a Quito, 35

EPMGDT, **9, 12**

estancia en Quito, 27

evaluación, 41

F

formulario, 45

G

grupo de viaje, 32

I

indicadores recomendados, 27

indicadores sugeridos. *Véase* ind.
recomendados

intervalo de edad, 30

L

La Compañía, 40

La Mariscal, 23

M

medio información, 33

Metadatos, **11**

muestra, 51

N

nivel escolarización, 31

O

otras ciudades, 38

P

paquete turístico, 21

preparación del viaje, 33

S

satisfacción, 39

Sexo, 29

SIIT- DMQ, 10

subgrupo alimentación, 20

Sujeto encuesta, 11

T

taxi en Quito, **19**

Tipos de turismo, 36

V

viajeros de negocios, 25

viviendas turísticas, 21

Notas editoriales

Este estudio ha sido elaborado para la *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT)*, Quito - Turismo, por un equipo técnico coordinado por Janett Rosero de Cevallos y Patricio León, consultores de CEPLAES.

Carlos Criollo diseñó la muestra, capacitó y dirigió al equipo de técnicos de campo. Eduardo Argüello estuvo a cargo del programa informático de captura y validación de datos, así como de la recepción y respectiva construcción de la base de datos.

El grupo de enumeradores fue supervisado por Magnolia Campoverde y Amparo Guerra. El equipo de campo estuvo integrado por:

- Johanna Abuja Sánchez
- Rommel Bastidas Benavides
- Diego Benalcázar Dávila
- Oliver Briceño Barrigas
- Mateo Campoverde Jaramillo
- José Castellanos López
- Jonathan Gudiño Sánchez
- Pedro Moncayo Tapia
- Michelle Moya Román
- Julio Ortiz Silva
- Stephanie Siguencia Ibadango
- Gabriel Villamar Martínez

Todos estudiantes de séptimo u octavo nivel de la Facultad de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, institución con la cual el *Centro de Planificación y Estudios Sociales*, CEPLAES, suscribió un convenio de pasantías profesionales, compuestas por los siguientes módulos: capacitación, levantamiento de datos, crítica, digitación y análisis informático – estadístico. La contraparte en la PUCE fue Verónica Isabel Cordero (responsable de prácticas preprofesionales y seguimiento a egresados y graduados), Jacqueline Contreras (subdecana) y Diego Mancheno (decano).

La gestión financiera correspondió a Sandra Cacuango, contadora de CEPLAES, con la asistencia, en secretaría, de Cristina Tumbaco y el apoyo de Jorge Bravo. El servicio de transporte diario Quito – Tababela, del equipo de enumeradores y supervisores, fue prestado por Vinicio Robalino.

La responsabilidad técnica de todo el proyecto es de los consultores principales.

La propiedad intelectual de este documento y sus anexos es de la EPMGDT.

Estructura del documento

La investigación hace parte del proyecto Sistema Institucional de Indicadores Turísticos, SIIT- DMQ. En ese marco, se publica también el boletín de ocupación hotelera, de frecuencia mensual.

El presente trabajo, *Caracterización del turismo receptor en el DMQ, N° 6*, con datos a diciembre¹ de 2016, al igual que las precedentes, cuantifica y analiza las actividades económicas de los viajeros no residentes en la ciudad. Además de su utilidad en la divulgación de las variables investigadas, el documento está concebido como una herramienta a ser utilizada en el diseño de estrategias técnicas y comerciales de los sectores privado y público.

Se aborda los siguientes temas:

- A. Un perfil del turista no residente que visita Quito
- B. Indicadores recomendados
- C. El consumo
- D. Análisis de la demanda de no residentes
- E. Los lugares más visitados
- F. Grado de satisfacción
- G. Notas técnicas
- H. Anexos estadísticos

En la sección H, figura lo que se considera la información más relevante; aunque, además se entrega una hoja electrónica con numerosas tablas, varias en forma de serie, con cifras de encuestas anteriores.

En el primer acápite consta “un perfil” del visitante internacional que –se pretende– resume lo sustancial del estudio.

Los datos de la sección B, *Indicadores recomendados*, pueden facilitar el análisis, pues son una cuidadosa síntesis de la información que genera la encuesta; probablemente son útil en las tareas de planificación de la actividad turística.

En el apartado C, se estudia el gasto según diversos enfoques, productos principales, países, promedios, motivo del viaje, etc. De su lado, el D, *Análisis de la demanda turística de no residentes*, amplía el perfil, profundizando en los temas que, se estima, son de interés de los usuarios de este documento.

En E se describe los sitios de la preferidos por los visitantes, mientras en la sección F, consta una *evaluación de los servicios turísticos de la ciudad*.

¹ Véase Notas técnicas

Metadatos

Este estudio actualiza y complementa los efectuados (en el Aeropuerto Mariscal Sucre, a turistas no residentes que abandonaban el país) en los meses de junio de 2008, 2009, 2010, 2012 y de 2015; agosto de 2011 y de 2014, todos basados en sondeos probabilísticos de campo. Este documento da cuenta de la investigación realizada el mes de diciembre² de 2016.

Sujeto de la encuesta

El visitante extranjero mayor de 17 años (eventualmente ecuatoriano) no residente en el país. De acuerdo a los estándares internacionales y en función de las necesidades de información para la ciudad, en la entrevista directa al turista se consulta:

1. Edad, sexo, nacionalidad, país de residencia y ocupación del visitante;
2. Viaja solo o en grupo (de familiares o de amigos);
3. Motivo y frecuencia del viaje, destino principal, días de permanencia en Quito y número de entradas; otras localidades visitadas;
4. Gasto total y por tipo de bien;
5. Evaluación de los principales servicios utilizados.

En el formulario, además, se pregunta la fuente de financiamiento del viaje y el terminal internacional de origen.

Marco muestral

Probabilístico, a turistas no residentes de más de 17 años de edad que visitaron Quito, por cualquier motivo de viaje. Se entiende como “turista” a quienes no tuvieron una actividad remunerada en el país y permanecieron durante menos de un año.

Valoración

Fundamentalmente cuantitativa, aunque el formulario incorpora variables cualitativas.

Las tablas han sido elaboradas con el *software* SPSS, con “todos los casos”, sin corregir los denominados “no válidos”; por tanto, en algunas podría haber diferencias. De igual forma, los cálculos expresados en porcentaje, no siempre suman cien, debido a que no se presenta la opción “no sabe – no contesta”.

Recolección de información

Directa, en las salas de embarque aeropuerto internacional de Quito, ubicado en la parroquia de Tababela, del DMQ.

Período de investigación y tamaño de la muestra

Diciembre³ de 2016. Se efectuaron 1288 entrevistas válidas.

^{2 3} Ibidid

Abreviaturas y siglas

AMS	Aeropuerto Mariscal Sucre
BOH	Boletín de Ocupación Hotelera
CEPLAES	Centro de Planificación y Estudios Sociales
DMQ	Distrito Metropolitano de Quito
EM	estancia media
EOH	Encuesta de ocupación hotelera
EPMGDT	Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico
H	Hombres
M	Mujeres
MUSD	Millones de dólares de los Estados Unidos
NI	No informa
NR	No residentes
NC	“No contesta” (en los cuadros de datos)
NS	“No sabe” (en los cuadros de datos)
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto Interno Bruto
PUCE	Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SIIT	Sistema Institucional de Indicadores Turísticos
TOH	Tasa de ocupación hotelera
USD	Dólares de los Estados Unidos

A. Un perfil del turista no residente que visita Quito

Diciembre 2016

Turistas	56.083
Días visitados totales	827.615
Consumo turístico total	\$ 42.613.003
Gasto total medio	\$ 760
Gasto medio diario	\$ 51
Estancia media (días)	15

El visitante a Quito es –preponderantemente- de **sexo masculino (53 %)**, de una **edad** promedio de **40 años** (43 hombres, H; y, 37 mujeres, M)⁴. El **34 %** es **empleado** en el sector **privado** (19,6 %, H; 14,8 %, M).

Su **estancia media** es de **15 días** (16 M; 14 H); el **48 %** permanece de **1** a **6 días**.

El **37 %** tiene su **residencia** en los **Estados Unidos** (el 55 % hombres) y 10 % en Colombia (51 % H) y en España (51 % M); en Canadá reside el 3,8 % (56 %, M) y el 3,6 % lo hace en Venezuela, 2,7 % en Argentina y en México. Los tres países citados al comienzo suman el 57 %.

Por **nacionalidad**, figuran los **mismos países**; sin embargo, en este caso, el segundo **puesto** tienen los **ecuatorianos emigrados**, con el **14 %** del **total**.

El **gasto promedio** es de **760 dólares** (USD 749 M; USD 770, H). El **31 %** del **consumo turístico** total lo efectúan los turistas cuya visita es de hasta **6 días** de duración.

El **75 %** arriba a Quito por ser el **destino escogido**; para el **25 %** se trata, en cambio, de un “**paso obligado**”. Por sexo, el 77 % de los hombres y el 74 % de mujeres, selecciona a Quito como destino.

El **95 %** **ingresa** al país por el **aeropuerto Mariscal Sucre**, 4 % por el José Joaquín Olmedo y 1 % por vía terrestre.

El **87 %** señala que no experimentó “**ninguna dificultad**” para **llegar a la ciudad**; 5 %, en cada caso, marca como restricciones la puntualidad del vuelo y la escasez de conexiones. El

⁴ Para facilitar la lectura y comprensión, en el *Perfil* no se presenta cifras decimales.

35 % de los viajeros provenientes de **Asia** insiste en la **insuficiencia de conexiones** y el 12 % encuentra dificultades al ubicar un vuelo. .

Para la **organización del viaje**, el **12 %** la confía a una **agencia** especializada; en consecuencia, el **88 %** lo hizo por **“cuenta propia”**.

Entre los **medios de información** que influyen en la decisión, la fuente principal (**52 %**) es **“familiares y amigos”** y luego **“Internet”** (**31 %**). A “la red” acude el 33 % de hombres y el 28 % de mujeres; al contrario, el 58 % de viajeras busca sugerencias en su entorno cercano (47 %, H).

El 50 % de visitantes en la **planificación** del viaje tomó 15 días.

De cada 100 turistas, **53 llegaron por primera** ocasión a la ciudad (52 % H y 55 % M); el **20 %** hizo su **segundo viaje**; por ende, el 27 % ha efectuado más de tres traslados.

El **79 %** finalizó la **educación superior** (desglosado en 58 % y 21 %, respectivamente, en tercero y cuarto nivel); por sexo, la educación universitaria es 77 % en mujeres y 80 % en hombres.

De acuerdo a su **situación ocupacional** el **6 %** es **retirado** (6 % M; 5 %, H).

El **56 % viaja solo** (62 % H, 50 % M), el 24 % en grupo de amigos y el 19 % en grupo familiar.

Por otro lado, el **78 %** se financió con **recursos propios** (80 %, H; 76 % M) y, 8 %, con fondos del empleador (10 % H; 5 % M).

Para el **45 %** de turistas llegados a la ciudad en diciembre de 2016, el principal **motivo del viaje** fue **visita a parientes o amigos**; luego, el **34 %**, por **ocio, recreo, vacaciones**. De su lado, los motivos “negocios” (7 %) y *reuniones, congresos y conferencias* (2 %), dado el mes analizado, no son significativos. Por sexo, las mujeres registran una participación relativa más alta en “ocio” (47 %); de su parte, los desplazamientos de negocios, realizados por hombres (11 %) superan ampliamente a los de mujeres (3 %).

La **actividad** más frecuente fue **“visitar lugares históricos”**, **75 %**; asimismo, “observó la naturaleza”, 27 %, y ‘asistió a eventos públicos’, 10 %.

La mayoría de turistas, **50 %**, se hospeda en **alojamientos de pago** (hombres, 54 %; mujeres, 46 %); el **42 %** lo hace en **casa de familiares o amigos** (52 % M; 48 % H).

De quienes se **hospedan** en **hoteles** u **hostales**, **29 %** eligió un establecimiento localizado en la zona **Norte**, 24 % en La Mariscal, 23 % en el Centro Histórico, 16 % en La Carolina, 7 % en el Sur y 1 % en los valles.

El **83 %** se **alojó** en un **mismo establecimiento**, mientras el resto cambió de hospedaje.

En promedio, los visitantes hicieron **1,9 entradas** a la ciudad.

El **medio de transporte** más frecuentemente utilizado fue **taxi**, con **59 %**, seguido por movilidad urbana pública (20 %) y locomoción privada no pagada (16 %).

El **75 %** eligió “**restaurante**” como sitio de **comida**.

Ante el pedido de evaluar alojamiento, alimentación y transporte, de acuerdo a ¿cuál fue el que **mayor satisfacción** le brindó?, el **53 %** se pronunció por **alimentación**, el 37 % por alojamiento y el 10 % por transporte.

La **imagen general de la ciudad** es calificada como **muy buena** (MB) por la **mitad** de visitantes, en tanto que **38 %** estima que es **excelente** (E) y 10 % buena (B).

La **seguridad** es para el **33 % “excelente”**, 42 % MB y 19 % B.

La valoración de la imagen de los **sitios patrimoniales** es excelente de acuerdo a la respuesta de la **mitad** de turistas (**MB**, según el **40 %**).

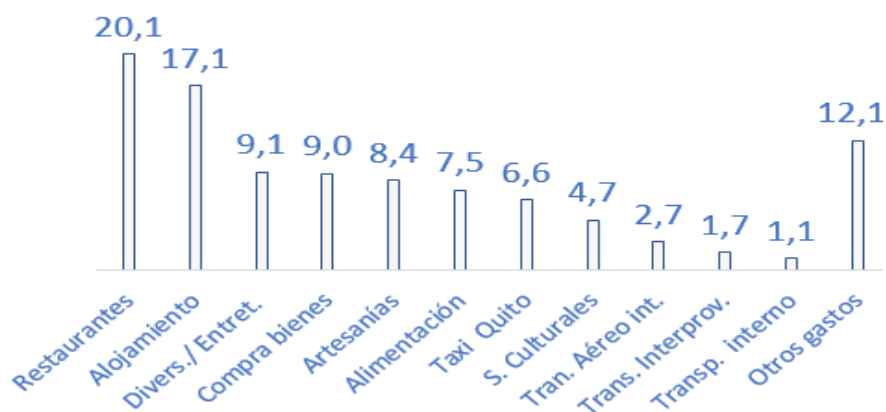
Destaca la apreciación del visitante en relación a la “**limpieza de calles y áreas públicas**”: el **63 %** señala que es excelente (22 %) o MB (41 %); 26 %, B; 9 % regular y 2 % malo. ++

El **tráfico** de la ciudad es el que menor evaluación obtiene: el **8 %** lo considera **malo**, el 14 %, regular y el 29 %, bueno. De todos modos, 31 % afirma que es MB y 19 %, E.

El 53 % tendría entre sus **expectativas** efectuar un **nuevo viaje** durante el 2017. Asimismo, un elevado 97 % recomendaría a sus familiares y amigos visitar Quito.

Los turistas no residentes **gastaron USD 42.6 millones** en diciembre de 2016.

En el **consumo** turístico por **tipo de bien**, el rubro más importante (**20 %**) es “**restaurantes**”, seguido por “**alojamiento**” (17,1 %), “diversión” (9,1 %). La compra de artesanías es de MUSD 3,8 y el expendio en taxi en Quito, MUSD 2,8.



El **30,9 %** del **gasto** fue de turistas estadounidenses, luego está el de **ecuatorianos no residentes**, con el 18,6 %.

El **42 %** lo realizaron quienes vinieron a Quito por “**ocio, recreo, vacaciones**”. El 34 %, aquellos cuya motivación fue “visitar a familiares o amigos”; en tanto que el 10 %, fue cubierto por los desplazamientos por negocios.

El **48 %** del consumo es efectuado por viajeros con un **presupuesto** de **hasta USD 1000 por mes**. Un 25 %, entre USD 1000 y USD 2000; el 25 % asignó más de esa suma.

Diciembre marca diferencias con “perfiles” elaborados en años precedentes, que se referían a meses del verano boreal. En este mes, el resultado del gasto turístico es más elevado, de forma concordante con una estancia más prolongada; razón por la que el expendio **medio diario** no varía de modo notorio, ubicándose en **51 dólares**.

El listado de **ciudades** (también) visitadas supera la centena. **Cuenca** es la que mayores pernoctaciones acoge (**8,9 %**); Puerto Baquerizo Moreno, en **Galápagos**, 7,3 %; Guayaquil, 7,1 %; Baños de Agua Santa, 5,6 %; Ambato, 4,5 % y Loja, 4,2 %, son las que más frecuentemente se señalan.

El más alto porcentaje de excursionistas es la feria de Otavalo; sin embargo, el espacio líder en estos desplazamientos es la **Mitad del mundo**

En lo que se refiere a los sitios monumentales, lo más mencionado es el *Centro histórico*, caracterizado como símbolo de Quito, aparece en el 60 % de respuestas. De su lado, destacan “con luz propia”, “La mitad del mundo”, 11 %, La Mariscal, 10,3 % (dónde 4,5 % la Plaza Foch); El Panecillo, 10 %; La Ronda, 8,4 % y el Teleférico, 7,4 %.

B Indicadores recomendados

Para fines de estudios específicos sobre turismo receptor de “ocio, recreo, vacaciones” se sugiere, los siguientes indicadores:

Esquema 1. Indicadores recomendados para el turista tipo



Desde la primera entrega de este estudio, al analizar la dispersión de los resultados, se estimó oportuno proponer como datos representativos del “turismo” a los indicadores ponderados de la estancia corta e intermedia (de 1 a 15 días), gasto promedio diario y total, del motivo “ocio y recreación”.

Esta opción se justifica vista la importancia de dicho segmento, la disparidad con otros motivos principales del viaje y la duración de la visita, que distorsionan el promedio general. Se busca así proporcionar a empresarios y decisores de política, herramientas de gestión para el desarrollo de sus actividades.

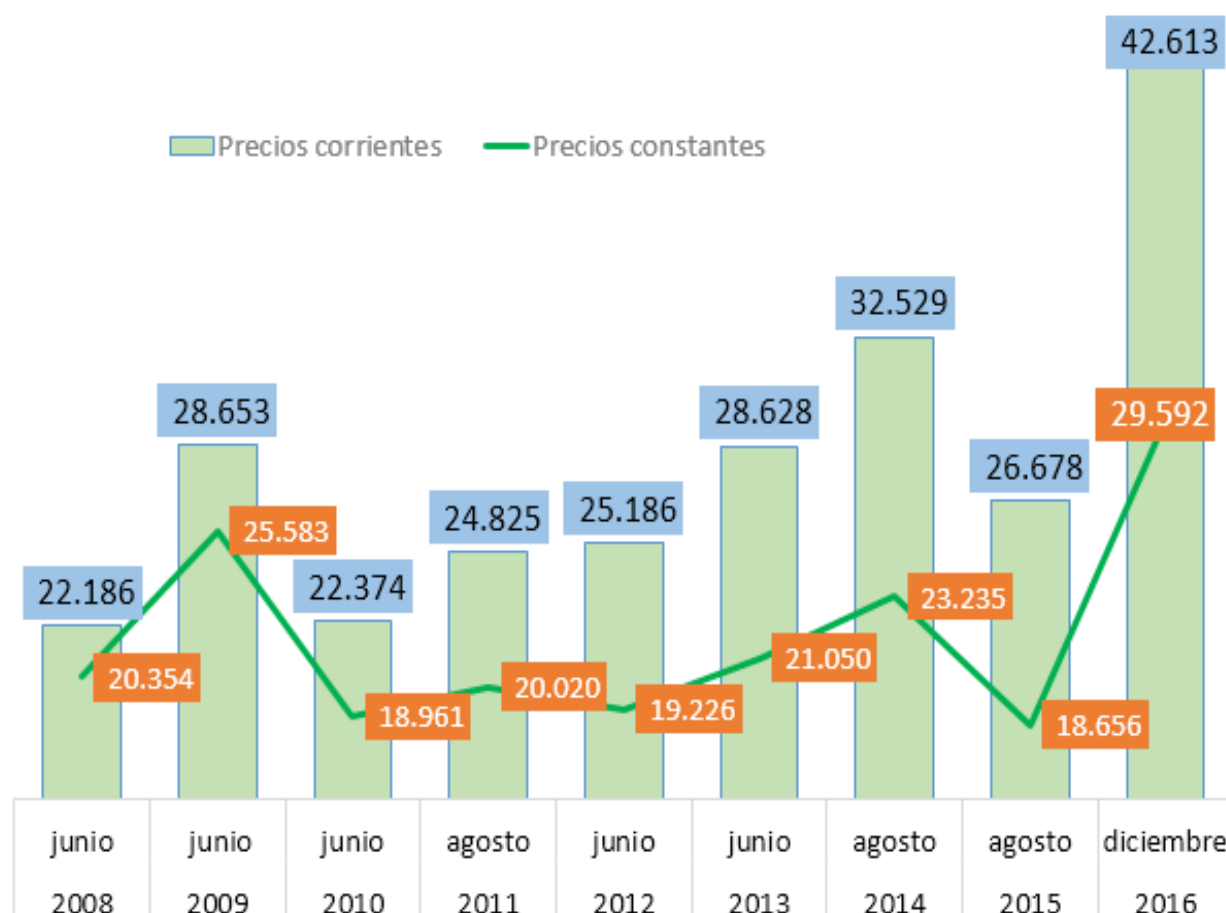
En resumen, en el cálculo de los “indicadores sugeridos”, se considera únicamente las estancias corta (1 a 6 días) e intermedia (7 a 14 días) del motivo de viaje “ocio y recreación”.

En los otros motivos, podría ser –también– una opción escoger una recomendación de esas características. El cálculo figura en el anexo 1, cuadro H1.3 y, en especial, el H1.6.

C. El consumo turístico

El consumo turístico de los visitantes no residentes a la ciudad de Quito, en diciembre de 2016, fue de USD 42' 603.003, la cifra más alta en las nueve investigaciones realizadas desde junio de 2008; esta característica se repite a precios constantes de 2007, aunque esta variable muestra evidente erosión en su valor.

Gráfico C1. Consumo turístico de no residentes, por mes de investigación
(Miles de USD a precios corrientes y miles de USD constantes de 2007)



En efecto, en el gráfico se compara las series en valores corrientes y contantes (calculadas utilizando el deflactor del consumo total de la contabilidad nacional del Ecuador), advirtiéndose fuerte reducción de la capacidad de compra en el país; esta, entre 2008 y 2016, acumula el 44 %, lo cual afecta la competitividad y –con toda certeza- limita las visitas al país.

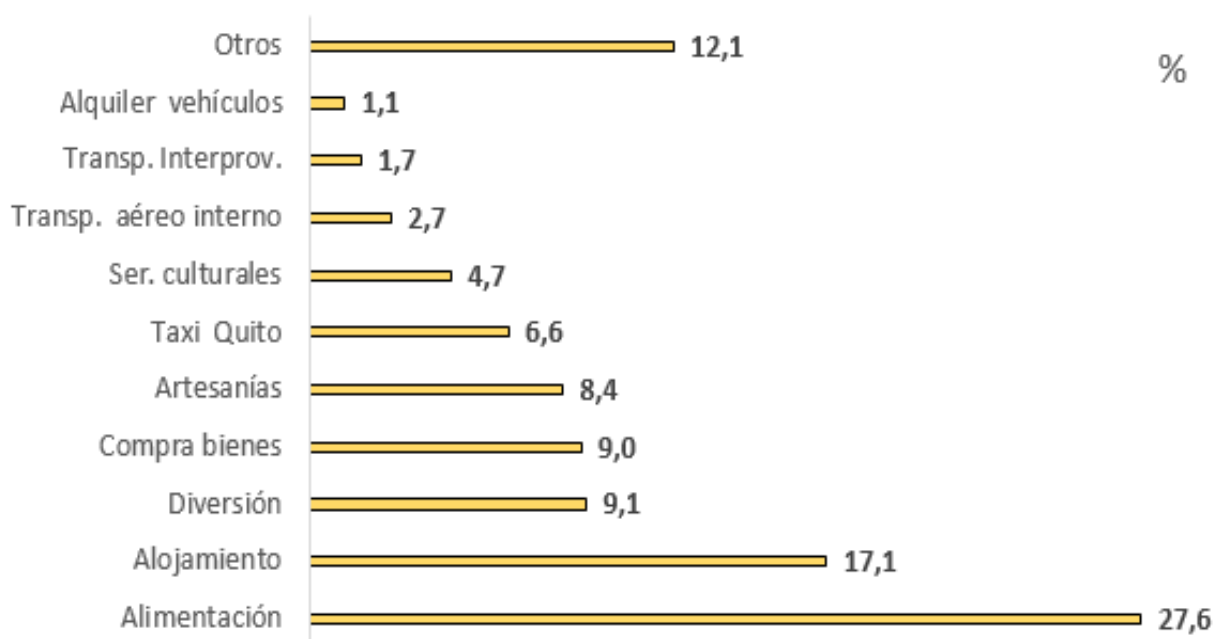
Esa restricción, explicada por la inflación doméstica, en el ámbito del turismo receptor se potencia si se recuerda que los precios internos son denominados en dólares de los Estados Unidos, por lo que, en determinadas situaciones, eventuales visitantes, además, harán consideraciones de orden cambiario (los de los países vecinos, por ejemplo).

En diciembre de 2016, el mayor porcentaje (a precios corrientes) es el de “comida”, que incluye la compra de alimentos para preparar y el pago en restaurantes; juntos, suman

10,5 millones de dólares, USD 7'3 en estos últimos y USD 3'2, en los primeros, ambas cifras ciertamente significativas.

Por separado, “restaurantes es el más representativo, con el 20,1 %.

Gráfico C2. Consumo turístico por productos, porcentaje



El alojamiento, con 17,1 % del total ocupa la segunda ubicación en monto del gasto; en valor es USD 7'3.

Destaca la “**compra de artesanías**” (USD 3'6) y de “**taxi en Quito**” (USD 2'8); esto, dado que un significativo importe se transa con un número reducido de agentes económicos, caracterizados, además, por constituir negocios habitualmente chicos y, por lo común, conformados por personas naturales.

El que Quito tenga el “centro histórico más grande de América Latina”, estaría impulsando el turismo cultural. En efecto, el pago por ingreso a museos, teatros, cines o similares, es decir, en general, por “**servicios culturales**” es del 4,7 %, proporción aún baja, aunque con un importe de USD 1'986.339, y una media de 35 dólares, con un incremento, respecto de agosto de 2015, de cerca de nueve veces.

Tal desempeño, más que tratarse de un “crecimiento explosivo”, debe remitir a la estacionalidad de la actividad, a la taxonomía del visitante y, de hecho, a la dificultad de situar y definir al turismo cultural. De cualquier forma, guiándose por el monto del gasto en estos servicios, cabe relevarlo y, en el futuro, seguir con cuidado su evolución.

Gráfico C3. Gastos en servicios culturales
(Miles USD)



Po su parte, por nacionalidad, cuatro países cubren el 64 % del subgrupo **alimentación** (integrado por compra de alimentos para su preparación y pago en restaurantes).

Destaca el gasto medio de los ecuatorianos no residentes, el más alto entre los países principales. Así, representan el 14,3 % de los visitantes y el gasto en este rubro es 18,8 %.

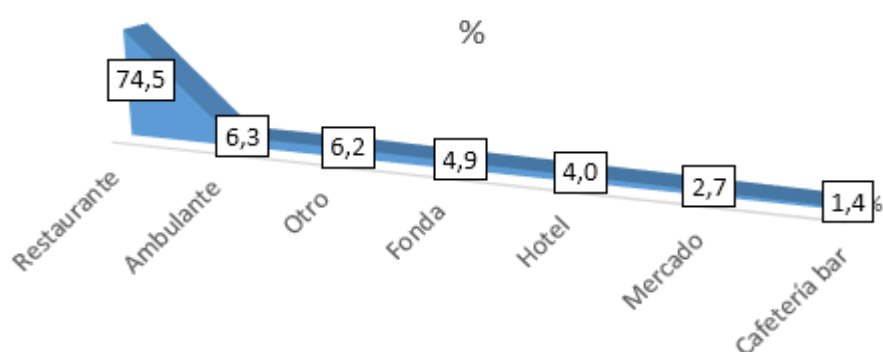
Cuadro C1. Gastos en alimentación por nacionalidad principal

	Compra para preparar	Restaurantes	Total Aliment. USD	Compra para preparar	Restaurantes	% en el total
EE. UU.	940.864	2.509.237	3.450.100	29,4	29,4	29,4
Ecuador	649.468	1.561.425	2.210.894	20,3	18,3	18,8
Colombia	203.602	734.148	937.750	6,4	8,6	8,0
España	435.400	488.851	924.251	13,6	5,7	7,9
Subtotal	2.229.334	5.293.661	7.522.995	69,7	61,9	64,0
Otros	969.186	3.253.693	4.222.879	30,3	38,1	36,0
Total	3.198.519	8.547.355	11.745.874	100	100	100
	Gasto medio total, USD				Turistas	%
EE. UU.	56	151	207	EE. UU.	16.671	29,7
Ecuador	81	195	276	Ecuador	8.006	14,3
Colombia	33	118	151	Colombia	6.221	11,1
España	136	153	289	España	3.193	5,7
Subtotal	65	155	221	Subtotal	34.090	60,8
Otros	44	148	192	Otros	21.994	39,2
Total	57	152	209	Total	56.083	100,0

Cerca del 40 % del gasto de alimentos es efectuado por ciudadanos estadounidenses, 10,2 %, por colombianos y 5,5 %, por argentinos, entre los más significativos.

De otra parte, en relación al sitio frecuentado para consumir alimentos, el 75,4 % manifiesta haber acudido –preferentemente- a *restaurantes*, aunque el 6,3 % habría optado por puestos ambulantes.

Gráfico C4. Tipo de local utilizado para consumir alimentos



Los turistas internacionales arribados a Quito en diciembre de 2016, destinaron USD 7,3 millones al rubro alojamiento, con un gasto medio de 130 dólares.

Por motivo de viaje, el más elevado es el de *negocios*, USD 298 (Cuadro C2).

Por razones comprensibles, en “visita a familiares o amigos”, el promedio se reduce a USD 43, pues la mayoría es acogida en las viviendas de sus allegados.

Por monto del consumo, el 50,7 % lo cubren los vacacionistas que buscan ocio y recreación. Luego, está el de *negocios*, 16,7 %.

Cuadro C2. Gasto en hospedaje por motivo del viaje

Motivo de viaje	Promedio	Gasto (miles USD)	%
Vacaciones, recreo, ocio	147	3.699,3	50,7
Negocios	298	1.217,4	16,7
Visitas a familiares o amigos	43	824,6	11,3
Reuniones, congresos,	178	212,0	2,9
Otros	211	1.348,2	18,5
Total	130	7.301,4	100,0

Como se mencionó en el perfil, el 12,2 %, 6.827 personas vinieron con **paquete turístico** que, en el 70 % de casos, cubría todos los gastos (alojamiento, alimentación, excursiones, etc.), por lo que los ingresos de los negocios turísticos aumentarían en dichos ítems. La suma media pagada por el paquete turístico fue de **USD 258**.

De su lado, el alojamiento de pago, con el 17 % del gasto total, se ubica en el segundo lugar, después de alimentación, debido a que involucra al 53,2 % de personas, de las cuales el 40,5 % escoge hoteles y el 9,7 % hostales o residencias (cuadro C2). Por el contrario, el 46,8 % declara pagar por este servicio (el 80 % de estos y 42,4 % del total general) se aloja en ‘casa de familiares o amigos’ (cuadro C3).

En otro ámbito, el sector productivo que convencionalmente ofrece este servicio se avocaría a ‘amenazas’ de parte de las modalidades de alojamiento generadas a través de plataformas de economía colaborativa. El 0,9 % (484 personas) de los visitantes llegados en el mes analizado, se hospedó en “viviendas turísticas” contratadas en internet; este

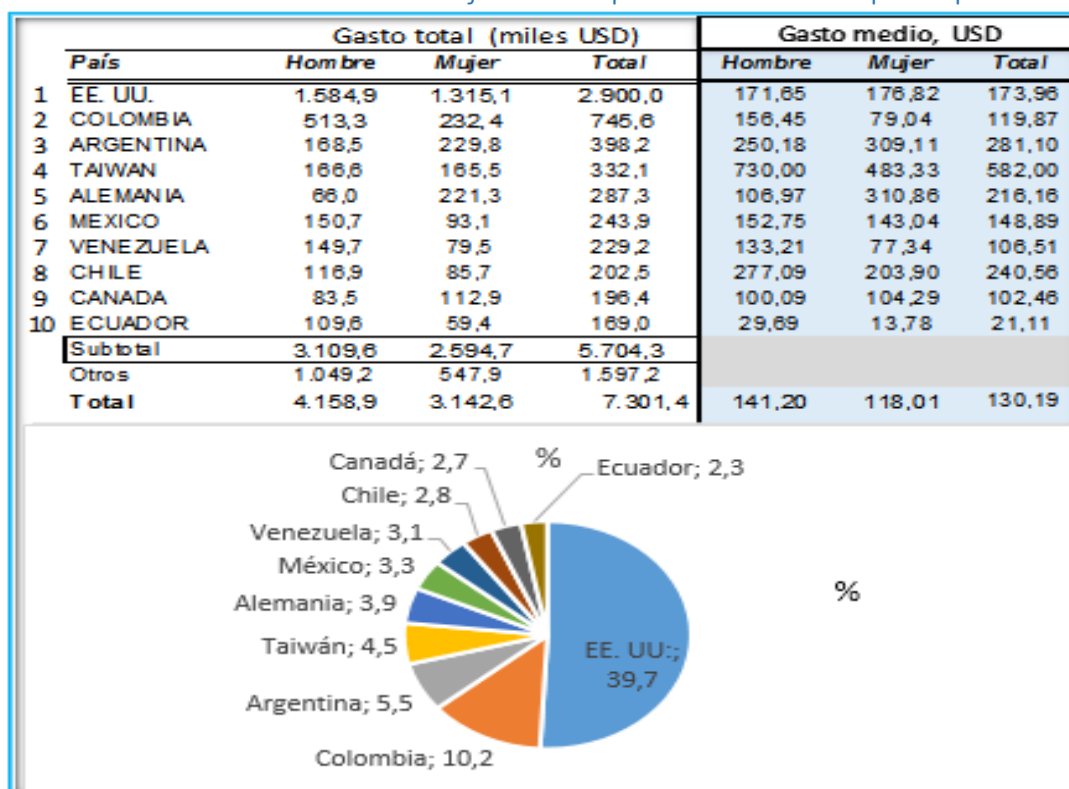
porcentaje sube al 2,2 % (1.207) cuando el alojamiento es en “residencia alquilada” que, muy probablemente, también fue contactada por esa vía y se concreta con “arriendos *sui generis*”, pues la media de permanencia es de 49 días, plazo insuficiente para suscribir esa clase contratos, por lo que se asume que son inmuebles destinados permanentemente a ese uso. De su parte, en las *viviendas turísticas*, la estancia es 14 días. Ambas, manifiestamente más altas que las registradas en hotel (8 días) o en *hostal residencia* (9 días).

Cuadro C3. Viajeros internacionales por tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	22.714	40,5
Hostal / residencia	5.424	9,7
Vivienda privada "hotel" (vía internet)	484	0,9
Vivienda arrendada	1.207	2,2
Casa familiares / amigos	23.783	42,4
Vivienda propia	1.810	3,2
Otra	661	1,2
Total	56.083	100,0
Pagado	29.830	53,2
No pagado	26.253	46,8

Se precisa que en los hospedajes de pago convencionales, por lo común, no se efectúa estadías continuas, pues Quito opera como ‘centro de distribución de turistas’; así, el número medio de entradas a la ciudad es de 1,91.

Cuadro C4. Gastos en alojamiento por nacionalidad principal



El 29 % de los visitantes hospedados en establecimientos de pago seleccionó la zona Norte como lugar de alojamiento, el 33 % tenía más 61 años y el 29,9 % entre 40 y 60 años.

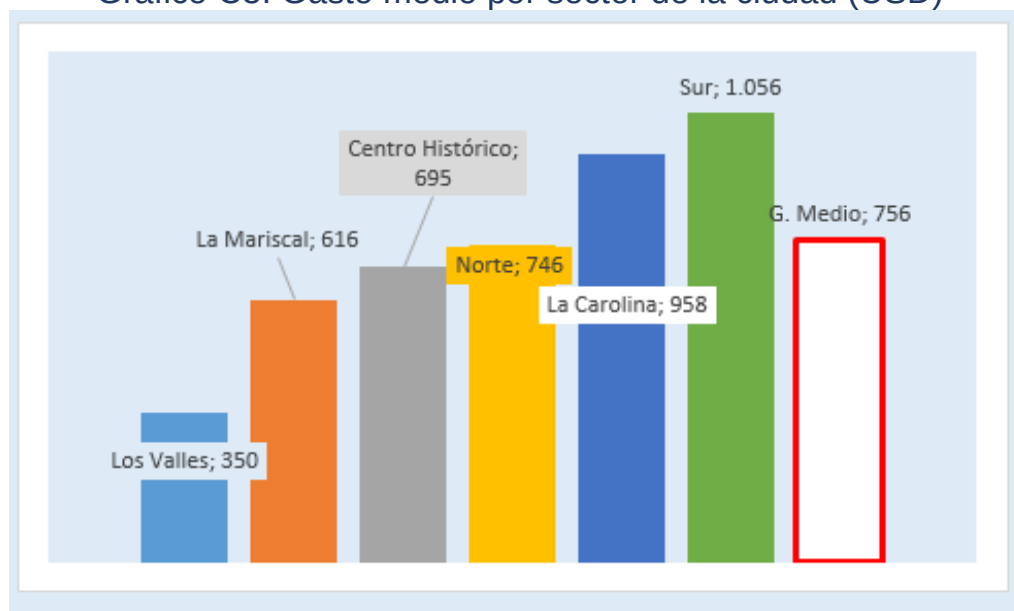
En La Mariscal se alojó el 23,9 % y el 22,9 % en el Centro Histórico, en este caso, el 80 % es menor de 45 años; es decir, a ese sector acude la población más joven, igual que a la zona rosa, escogida por el 82 % de ese intervalo de edad.

Cuadro C5. Sector geográfico de alojamiento en hospedaje de pago, %

Sector de la ciudad	Grupo de edad (años)				NI	Total sector
	17 - 30	31 - 45	46 - 60	61 +		
Norte	20,5	31,1	29,9	33,8	50,5	29,0
La Mariscal	31,0	22,5	23,5	17,2	2,9	23,9
Centro Histórico	22,6	24,1	14,4	27,9	32,5	22,9
La Carolina	12,6	17,6	19,8	15,8	11,4	16,3
Sur	10,9	4,4	12,3	5,3	0,0	7,0
Los Valles	2,3	0,4	0,0	0,0	2,7	0,9
Total	100	100	100	100	100	100

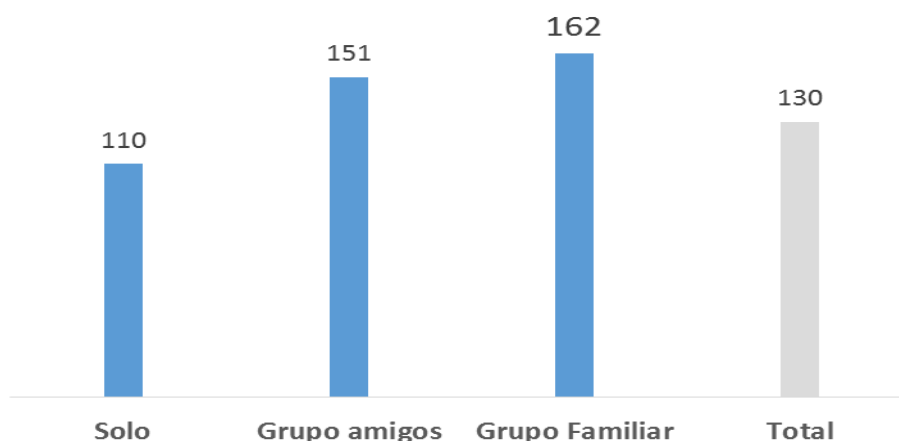
El gasto medio más alto es el de quienes se hospedaron en el Sur como consecuencia de su estancia prolongada (11.09 días), en tanto que el menor, el de los que escogieron Los Valles (3.9 días).

Gráfico C5. Gasto medio por sector de la ciudad (USD)



Según modalidad de viaje, en grupo o solo, el consumo más alto es el de aquellos visitantes que se desplazaron con su familia, que alcanza a 162 dólares por alojamiento (gráfico C6).

Gráfico C6. Gasto medio en alojamiento por tipo de viaje (USD)



La práctica más frecuente, el 56,4 %, en diciembre de 2016, fue 'viajar solo'. El 24,3 % lo hizo en grupo de amigos y el 19,4 % con su familia.

Cuadro C6. Turistas según modalidad de viaje: solo o en grupo

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	31.608	56,4
Grupo de amigos	13.612	24,3
Grupo familiar	10.863	19,4
Total visitantes	56.083	100,0

En la tabla C7, consta la proporción por tipo de bien (con respecto al total del consumo) de acuerdo al hospedaje seleccionado; se advierte que, individualmente considerado, el rubro más significativo es hotel: 13 dólares de cada 100 de gasto se destinan a este ítem. En segunda posición está la facturación de restaurantes a los visitantes internacionales que se alojaron en casa de familiares o amigos, que representa el 8,9 % del total.

Cuadro C7. % en total general del gasto por tipo y alojamiento escogido

Tipo de gasto	Hospedaje pagado				Subtotal hospedaje pagado	Hospedaje no pagado		Subtotal hospedaje no pagado	Total
	Hotel	Hostal / residencia	Vivienda privada "hotel" (vía internet)	Vivienda arrendada		Casa familiares / amigos	Vivienda propia		
Alojamiento	13,3	1,7	0,4	1,5	16,9	0,2	0,1	0,3	17,1
Alimentación	1,4	0,3	0,2	0,4	2,3	4,1	1,1	5,2	7,5
Restaurantes	8,6	1,1	0,2	0,4	10,3	8,9	0,8	9,8	20,1
Transporte aéreo interno	1,3	0,1	0,0	0,2	1,6	0,7	0,4	1,1	2,7
Transporte interprovincial	0,6	0,2	0,0	0,1	0,9	0,7	0,1	0,8	1,7
Taxi en Quito	2,8	0,4	0,0	0,2	3,4	2,9	0,3	3,1	6,6
Alquiler vehículos	0,4	0,1	0,0	0,1	0,6	0,4	0,1	0,5	1,1
Servicios culturales	1,9	0,3	0,0	0,1	2,4	2,1	0,2	2,3	4,7
Diversión	2,6	0,4	0,1	0,4	3,5	5,1	0,6	5,7	9,1
Compra de bienes	3,5	0,3	0,0	0,4	4,3	4,2	0,5	4,7	9,0
Compra de artesanías	2,8	0,5	0,0	0,1	3,4	4,7	0,2	5,0	8,4
Otros gastos	3,6	0,4	0,0	0,2	4,2	6,9	0,9	7,8	12,1
% en gasto total por tipo alojamiento	42,8	5,8	1,0	4,2	53,8	41,0	5,2	46,2	100,0

De su parte, el gasto medio más elevado es el efectuado por los viajeros de negocios, USD 1.087, el promedio en la ciudad es USD 760 y de los dos motivos más importantes, por su influencia en el total, “visita a familiares o amigos”, USD 748; y, ‘vacaciones, recreo y ocio’, 700 dólares.

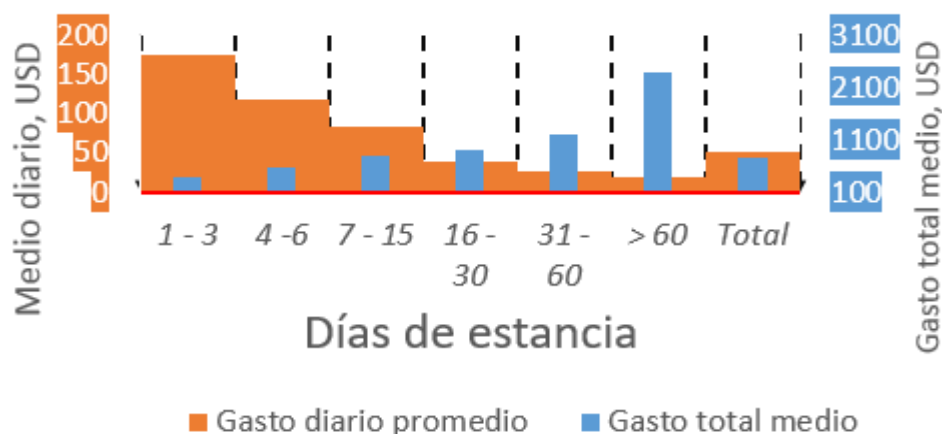
Cuadro C8. Gasto medio y total por rubro y motivo principal

Rubro principal	Promedio (USD)			Gasto total (miles USD)		
	Vacaciones, recreo, ocio	Visita familiares / amigos	Negocios	Vacaciones, recreo, ocio	Visita familiares / amigos	Negocios
Alojamiento	147	43	298	3.699,3	824,6	1.217,4
Alimentos para preparar	45	60	90	1.133,3	1.152,4	368,4
Restaurantes	131	159	215	3.301,6	3.054,3	879,4
Taxi en Quito	49	46	71	1.237,9	883,9	291,0
Servicios culturales	44	27	35	1.097,8	518,3	141,1
Diversión	59	85	87	1.477,1	1.624,3	354,3
Compra artesanías	64	74	59	1.604,3	1.415,3	241,9
Total	700	748	1087	17.655,4	14.381,4	4.441,2

El gasto medio diario, como es de esperar, se reduce a medida que transcurre el tiempo de permanencia. En Quito, quienes estuvieron hasta tres días, tuvieron un egreso diario medio por 176 dólares; los que lo hicieron por más de 60 días, registraron una media de USD 19; sin embargo, el promedio del consumo total aumenta. Así, en el primer caso, fue de USD 419 y, en el segundo, 2.401 dólares.

Esquema 3. Gasto medio total y diario, por tramos de estancia

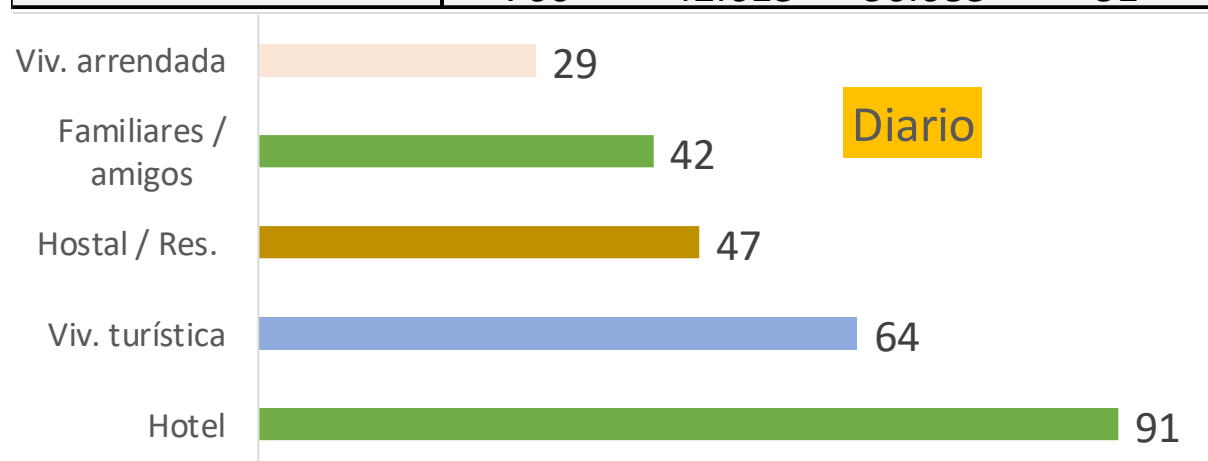
Días de estancia	Gasto total medio	Gasto diario promedio
1 - 3	419	176
4 - 6	573	119
7 - 15	814	84
16 - 30	912	41
31 - 60	1199	28
> 60	2401	19
Total	760	51



Por tipo de hospedaje, como se anunció, los alojados en hotel tienen el gasto diario más alto:

Esquema 4. Gasto medio total y diario, por tipo de alojamiento

<i>Tipo de alojamiento</i>	Gasto medio total USD	Consumo total (miles USD)	Turistas	Gasto diario USD
<i>Hotel</i>	803	18.240	22.714	91
<i>Casa familiares o amigos</i>	734	17.457	23.783	42
<i>Hostal / residencia</i>	454	2.460	5.424	47
<i>Vivienda arrendada</i>	1.475	1.781	1.207	29
<i>Vivienda turística</i>	925	447	484	64
<i>Otra</i>	902	2.228	2.471	25
Total	760	42.613	56.083	51



Pero, asimismo, quienes seleccionan hospedajes de pago tienen una estadía más corta.

Cuadro C9. Gasto medio y total por tipo de alojamiento y motivo principal

	Estadia media viaje	Entradas a Quito	Días por entrada
Hotel	8,8	1,76	5,0
Hostal / residencia	9,7	2,15	4,5
Vivienda privada "hotel" (vía internet)	14,5	2,75	5,3
Vivienda arrendada	50,1	2,37	21,1
Casa de familiares o amigos	17,5	1,96	8,9
Otra	36,8	1,92	19,2
Total	14,8	1,91	7,7

D. Análisis de la demanda turística de no residentes en Quito

Población estudiada

En diciembre de 2016, al aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, arribaron 64.045 visitantes no residentes, de los cuales el sujeto de estudio fue el grupo de mayores de 17 años, que totalizaron 56.082 turistas; el 52,5 % de sexo masculino y el 47,5 % femenino.

Un resumen de los resultados más relevantes de la investigación de campo figura en la tabla D1.

Cuadro D1. Turista no residente, principales indicadores por tipo de estancia
Estadía y gasto turístico en la ciudad de Quito

Turista no residente

Principales resultados, diciembre 2016							
	Unidad	Recreación	Visita	Negocios	Eventos	Otros	Total
		Familiares/amigos					%
Estancia total	días	9,23	16,98	24,92	5,98	25,03	14,76
Gasto total	USD	700	748	1.087	561	857	760

Estancia	Estancia media, número de días							Turistas
Corta	1 a 6 días	3,59	3,72	3,50	4,09	3,29	3,60	47,5
Media	7 a 15 días	9,45	10,08	9,86	8,56	9,73	9,75	31,1
Larga*	16 o más días	30,24	42,21	78,09	22,02	78,17	46,72	21,4

Estancia	Gasto total promedio diario por turista, USD							% días
Corta	1 a 6 días	144	117	163	120	146	138	11,6
Media	7 a 15 días	91	81	79	95	63	84	20,5
Larga*	16 o más días	36	24	30	17	22	27	67,9

Estancia	n° días	Gasto total promedio por turista, USD						% Gasto
Corta	1 a 6 días	515	437	570	491	481	496	31,0
Media	7 a 15 días	865	819	779	811	617	814	33,3
Larga*	16 - más días	1095	1022	2330	380	1749	1264	35,7

Recreación (estancia corta y media, de 1 a 15 días)							%
Estancia ciudad, días	5,53						% turistas 78,6
Gasto medio turista USD	631	Indicadores recomendados					% días 32,1
Gasto medio diario USD	114						% gasto 64,3

El cuadro D2 resume los datos principales del consumo y la estancia media; en su elaboración se agrega y promedia la permanencia corta y la intermedia, para presentar cifras de la estadía de 1 a 15 días.

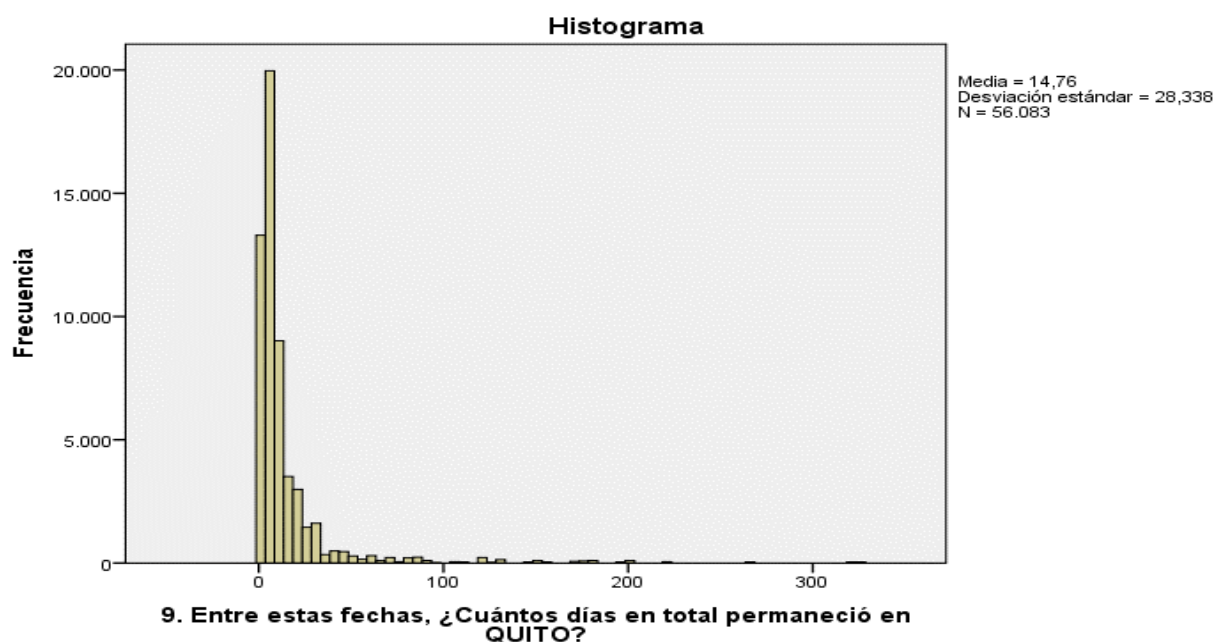
Cuadro D2. Principales indicadores por estancia agregada y motivo

Motivo del viaje	Agregación de estancia corta e intermedia (1 a 15 días)					
	Turistas	Días visitados totales	Consumo turístico total	Gasto total medio	Gasto medio diario	Estadía media
Vacaciones, recreo, ocio	21.436	118.646	13.525.064	631	114	5,5
Visitas a familiares o amigos	13.822	98.425	8.864.512	641	90	7,1
Negocios	2.980	15.535	1.867.159	626	120	5,2
Eventos internacionales	263	1.699	199.225	757	117	6,5
Reuniones, congresos, conferencias	870	4.191	447.140	514	107	4,8
Estudios	1.367	8.776	531.489	389	61	6,4
Salud y atención médica	104	852	56.637	545	67	8,2
Religión, peregrinaciones	236	1.218	157.056	667	129	5,2
Enseñanza y formación	306	2.557	117.533	384	46	8,4
Prestación de servicios profesionales	1.116	5.366	477.295	428	89	4,8
Eventos deportivos	156	781	50.219	322	64	5,0
Compras	321	2.014	165.577	516	82	6,3
Otros	1.080	5.684	949.085	879	167	5,3
Total	44.058	265.743	27.407.991	622	103	6,0

En la sección siguiente se sintetiza esta estadía y se presenta un conjunto de ‘indicadores recomendados’.

El gráfico D1 muestra que, aunque el promedio de la estancia en Quito, considerados todos los turistas, es 14,76 días, hay concentración de las observaciones hacia la izquierda del histograma que representa la duración de la visita.

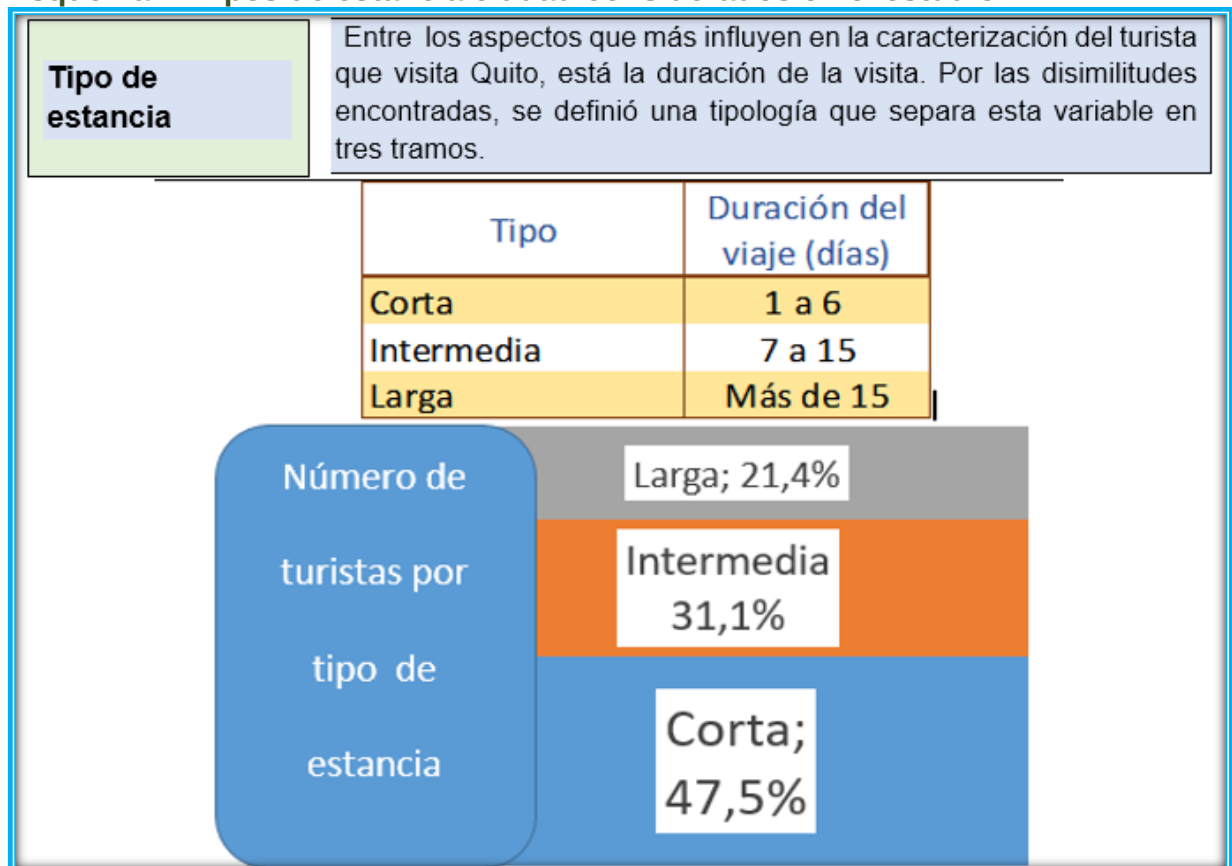
Gráfico D1. Días de estancia en Quito



Esto significa que la media de días de permanencia en Quito se amplía por un número proporcionalmente pequeño (21 %) de visitantes que efectúan permanencias prolongadas.

En cualquier caso, la estancia es clave para el estudio de la demanda de este producto, de allí que se estima conveniente segmentarla en tres tramos, lo cual posibilita analizar conjuntos más homogéneos de turistas.

Esquema 2. Tipos de estancia ciudad considerados en el estudio

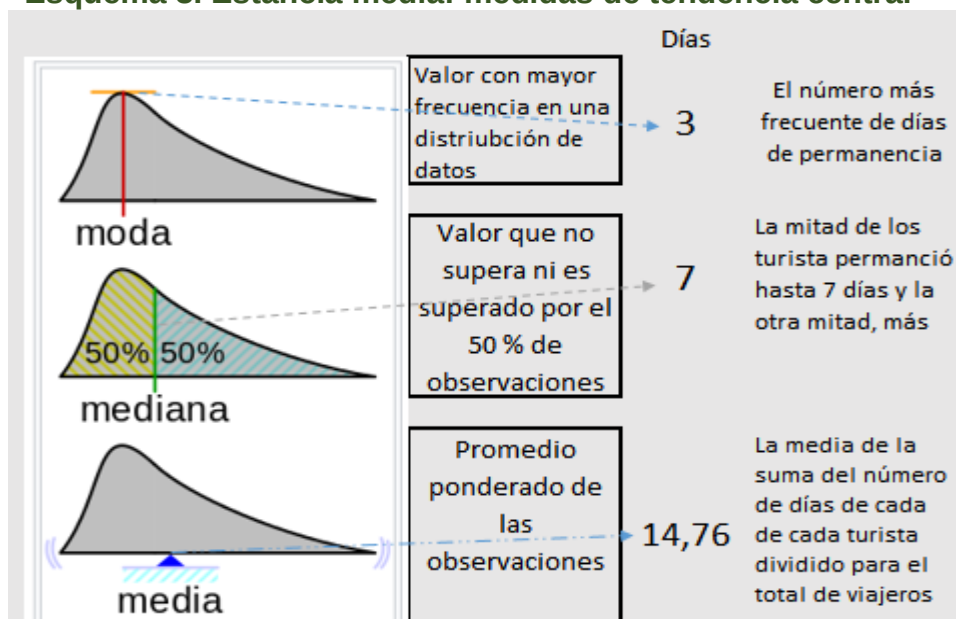


El análisis estadístico de esta variable, aclara los conceptos:

- Estancia media total, 14,76 días
- Mediana, 7 días.
- Moda, 3 días

Este análisis se bosqueja en el esquema 3.

Esquema 3. Estancia media: medidas de tendencia central



En el primer cuartil (25 % de visitantes) la estancia es 4 días, en el segundo, 7 (como se sabe, este coincide con la mediana); y, en el tercero (el 75 % de las observaciones), 13 días. Sobre estas constataciones se diseñó los intervalos de estadía.

Cuadro D3. Número de turistas por tipo de estadía

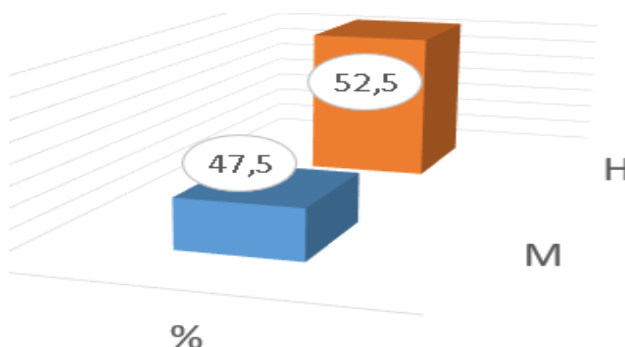
	Turistas	Porcentajes	
		Por tipo	Acumulados
Corta (1 a 6 días)	26.629	47,5	47,5
Intermedia (7 a 15)	17.429	31,1	78,6
Larga (16 y más)	12.025	21,4	100
Total	56.083	100	

De los 56.082 turistas mayores de 17 años, el 52,5 % es de sexo masculino y el 47,5 % femenino.

Demografía

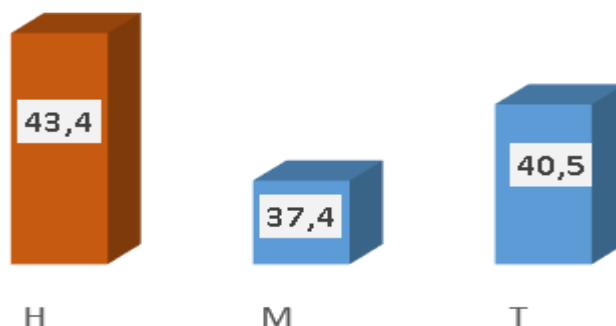
Capacitación

Sexo y edad: 52,5 %, hombre



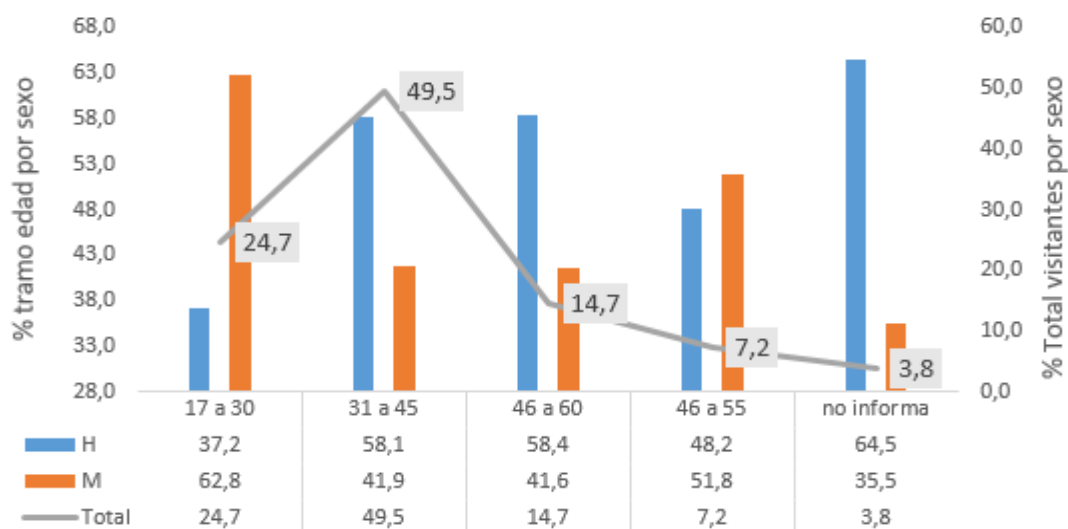
Esa población tiene un promedio de edad de **40,5 años**. Los hombres (H) 43.4 y las mujeres (M), 37,4 años.

Años cumplidos, por sexo



El intervalo de edad de mayor participación es el de 31 a 45 años, con cerca de la mitad de turistas, en este hay mayoría de hombres. Entre las mujeres, el 62.8 % tiene entre 17 y 30 años.

Gráfico D2. % Turistas por sexo y tramo etario



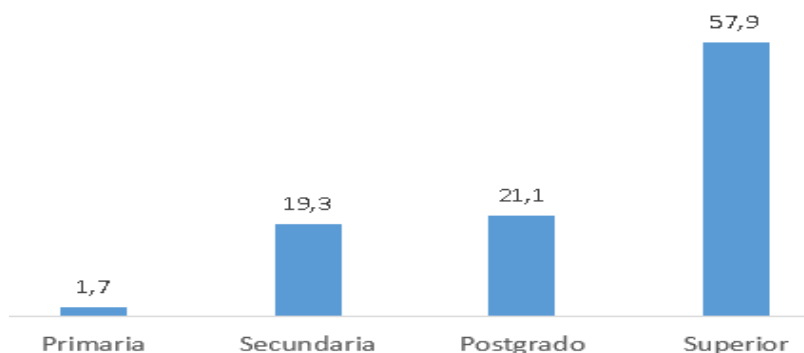
El 44.9 % viene por vacaciones y el 34.3 % para visitar a sus familiares.

Cuadro D4. % Turistas por tramo de edad y motivo principal del viaje

	17 - 30	31 a 45	46 a 60	61 y más	No informa	% en el total
Vacaciones, recreo, ocio	23,7	51,5	14,7	6,2	3,8	44,9
Visitas a familiares o amigos	25,0	44,7	16,3	9,3	4,8	34,3

Instrucción: El 57,9 % tiene instrucción superior y un 21,1 % ha realizado maestría o posgrado.

Gráfico D3. % por nivel de instrucción



Por sexo, el nivel de escolarización, a partir de la educación superior, es mayor en los hombres que visitan la ciudad.

Cuadro D5. Porcentaje por nivel de instrucción por sexo

	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer
Primaria	1,5	2,0	Primaria	44,9	55,1
Secundaria	18,1	20,7	Secundaria	49,1	50,9
Superior	57,5	58,4	Superior	52,1	47,9
Postgrado	23,0	18,9	Postgrado	57,3	42,7
	100,0	100,0		52,5	47,5

Las personas con educación primaria tienen una edad más alta. La frecuente (moda) en mujeres es 25 y en hombres 28. Por ende, se trata de visitantes más bien jóvenes pues hasta el percentil 75, la edad es 48 años en hombres y, 44, en mujeres. Asimismo, hasta el 95 % de los viajeros tienen, máximo, 65 (H) y 62 (M) años.

Cuadro D6. Edad media por sexo, según nivel de escolaridad

	H	M	
Primaria	51	41	
Secundaria	50	38	
Superior	40	37	
Posgrado	45	37	
Moda	28	25	La edad más frecuente
Mediana	35	30	Se sitúa en la mitad de las observaciones
Percentil 25	28	24	Hasta el 25 % tiene esa edad
Percentil 75	48	44	En las tres cuartas partes, esa es la mayor edad
Percentil 95	65	62	

En todos las nacionalidades, el principal grupo de edad es el de 31 a 45 años. La proporción más alta –por país- de los visitantes de más de 60 años es la de ecuatorianos emigrados.

Cuadro D7. Turistas por nacionalidad principal y tramo de edad

		17 a 30	31 a 45	46 a 60	60 y más	NI	Total
1	EE. UU.	5.675	6.842	2.302	1.093	758	16.670
2	Ecuador	1.108	3.969	1.659	760	509	8.005
3	Colombia	1.329	3.969	319	468	136	6.221
4	España	368	1.667	706	169	282	3.192
5	Venezuela	440	879	525	140	168	2.152
6	Canadá	979	735	52	103	47	1.916
Porcentaje							
1	EE. UU.	34,0	41,0	13,8	6,6	4,5	100,0
2	Ecuador	13,8	49,6	20,7	9,5	6,4	100,0
3	Colombia	21,4	63,8	5,1	7,5	2,2	100,0
4	España	11,5	52,2	22,1	5,3	8,8	100,0
5	Venezuela	20,4	40,8	24,4	6,5	7,8	100,0
6	Canadá	51,1	38,4	2,7	5,4	2,5	100,0

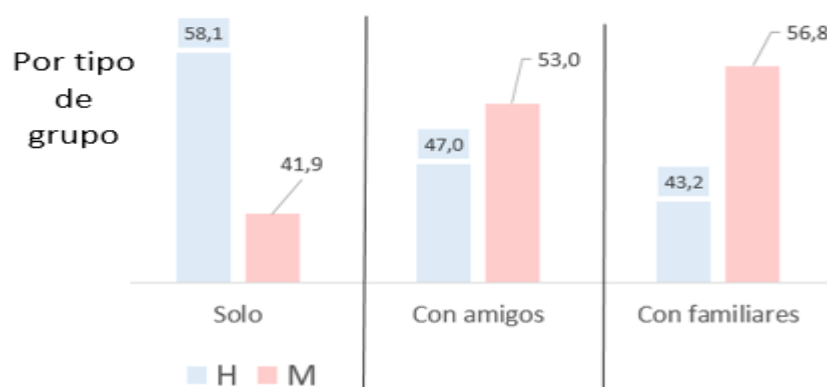
En esa franja etaria, los turistas ecuatorianos tienen el mayor gasto medio, USD 1483.

Grupo de viaje

El **56,4 %** de los turistas consultados viajó **solo** (el 62,4 % entre los hombres y el 49,7 % en las mujeres). De su lado, el 24,3 % lo hizo con amigos y el 19,4 %, en 'grupo familiar'.

Cuadro D8. Porcentaje, grupo por sexo y sexo por tipo de grupo

		H	M	T
Por sexo	Solo	↑ 62,4	↓ 49,7	56,4
	Con amigos	↓ 21,7	↑ 27,1	24,3
	Grupo familiar	↔ 15,9	↔ 23,2	19,4
	Total	100	100,0	100,0



De entre quienes no formaron un grupo para el viaje, el 58,1 % fue hombre.

En los grupos, hubo mayoría de mujeres, fueron 53 % en los conformados entre amigos y, 56,8 %, con familiares.

Según la nacionalidad, la estadounidense –la más numerosa- el 54,7 % llegó a la ciudad solo, mientras el 23,3 % lo hizo con amigos. Asimismo, el 61,5 % de los visitantes ecuatorianos residentes en el exterior, no conformó un grupo; el 28,7 % vino acompañado de parientes.

Entre quienes se desplazaron con amistades, el 55,6 % lo hacía en grupo de dos personas. En el caso de acompañantes familiares, las frecuencias son dos, en el 40,4 % y tres, en el 32,8 %.

Cuadro D9. Gasto medio por grupo de viaje y sexo

	Hombre	Mujer	Total
Solo	755	690	728
Con amigos	853	877	865
Con familiares	726	730	728
Total	770	749	760

El consumo medio de mujeres que viajaron en grupo de amigos es el más alto, 877 dólares.

Preparación del viaje y medios de información

En promedio, la preparación del viaje tomó 53 días; los hombres lo hicieron en 55 y las mujeres en 52. El 25 % de los viajeros ocupó 7 días.

De acuerdo a la forma de organizar, la opción “por cuenta propia” tomó 54 y la de “a través de una agencia”, 53 días.

Entre los **medios de información** que influyeron en la visita, “familiares y amigos” es la fuente más consultada (52,1 %), seguida de “internet” (30,8 %).

Por sexo, a internet acude el **33,3 %** de hombres (28 % M), en tanto que el **57,8 %** de mujeres consulta en su entorno familiar o de amistades (47,0 %, H).

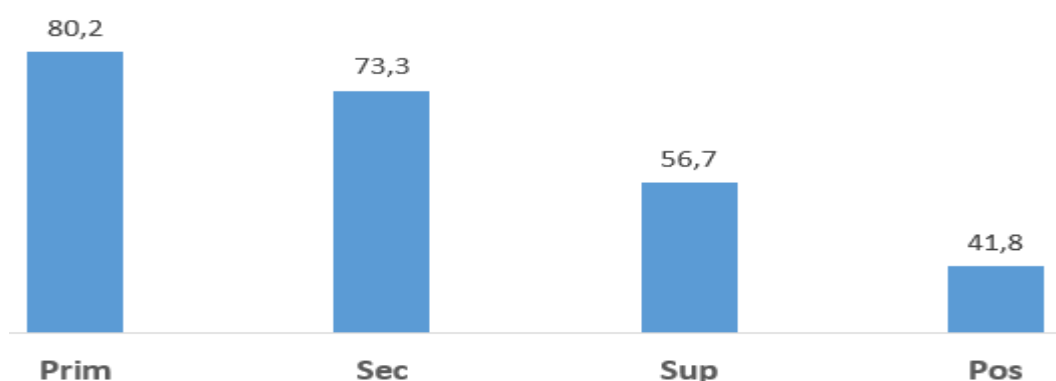


Cuadro D10. % Fuente de información por sexo y nivel de instrucción

	Primaria			Secundaria			Superior			Postgrado			Total		
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T
Internet	52,0	10,9	29,3	28,1	17,6	22,7	33,2	29,1	31,2	36,7	37,5	37,0	33,3	28,0	30,8
Documentales		8,9	4,9	8,1	2,9	5,5	5,1	3,9	4,5	4,1	5,3	4,6	5,3	4,1	4,7
Agencia de viajes				0,9	1,0	0,9	4,4	2,6	3,5	4,9	4,6	4,8	3,8	2,6	3,2
Eventos internac.				0,5	1,1	0,8	0,7	1,1	0,9	3,0	2,5	2,8	1,2	1,3	1,3
Familiares / amigos	37,0	80,2	60,8	54,5	73,3	64,1	47,1	56,7	51,7	41,7	41,8	41,7	47,0	57,8	52,1
Ferias internac.				2,3	0,9	1,6	0,4	0,8	0,6	1,2		0,7	0,9	0,7	0,8
Revistas							1,0	0,6	0,8		1,3	0,6	0,5	0,6	0,6
Promociones							0,1	0,3	0,2				0,1	0,2	0,1
Otros	11,0		4,9	5,6	3,3	4,4	8,0	4,8	6,5	8,4	6,9	7,8	7,7	4,8	6,3
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

En el sexo femenino, a medida que mejora el nivel de escolaridad, decrece el porcentaje de consulta a familiares y amigos y aumenta internet.

Gráfico D4. Mujeres por nivel de instrucción: % consulta a familiares
M → Familiares

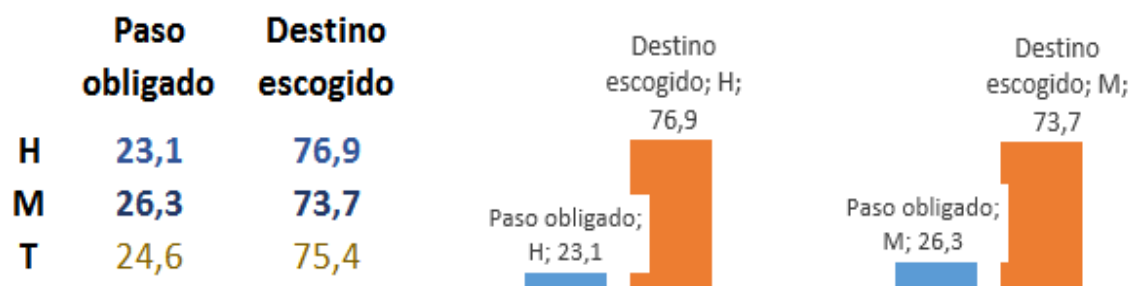


Quito: destino escogido

El 75 por ciento de los viajeros arribó al aeropuerto Mariscal Sucre por ser su destino escogido; en cambio, para el restante 25 %, se trató de un “paso obligado”, pues la ciudad de Quito constituyó su puerto de entrada al país.

Aunque entre quienes se dirigían a otras ciudades, se obtuvo respuesta solo para el 30 %, se establece que el 2,3 % (respecto del total general de las llegadas del mes investigado) se dirigió a Galápagos y el 0,7 % a Guayaquil. En los casos en los que se obtuvo contestación -la mayor parte- se dirigía a la Sierra y a la Amazonía, así como a las provincias de Manabí o de Santo Domingo.

Esquema 4. Quito: destino escogido o paso obligado, % por sexo

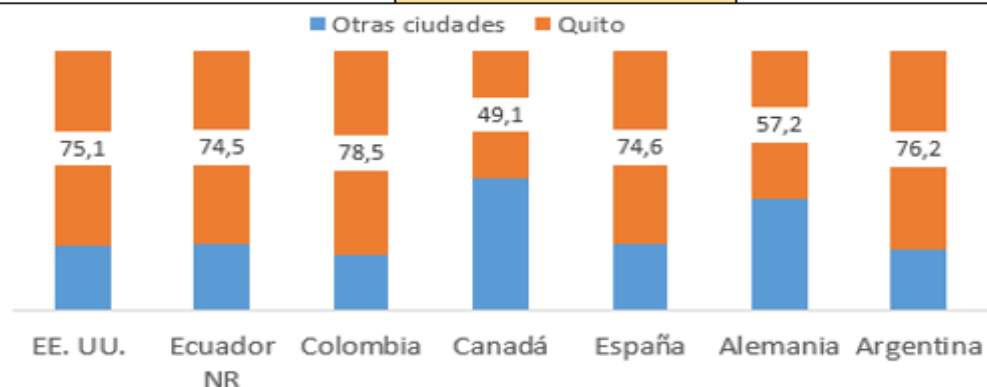


Los visitantes que no tuvieron como destino Quito, 13.800, en diciembre de 2016, estuvieron integrados por 30 % de estadounidenses, 15 % de ecuatorianos no residentes, 10 % de colombianos, 7 % de canadienses, 6 % de españoles, 4 % de alemanes y 2 % de argentinos.

A su vez, dentro del total de una misma nacionalidad,

Cuadro D11. Visitantes “paso obligado”, % nacionalidad en total país

Nacionalidad	Otras ciudades	Quito
EE. UU.	24,9	75,1
Ecuador (no residentes)	25,5	74,5
Colombia	21,5	78,5
Canadá	50,9	49,1
España	25,4	74,6
Alemania	42,8	57,2
Argentina	23,8	76,2



El grupo de visitantes que tenía otro destino, realizó un promedio de 2,27 entradas a la ciudad de Quito.

Recuadro 1. Tipos de turismo

Turismo emisor

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Turismo interior

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turismo internacional

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Turismo receptor

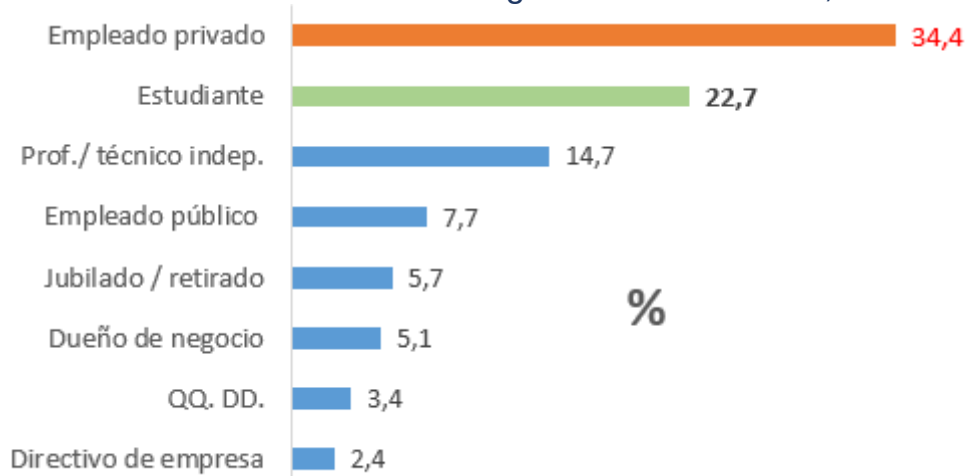
Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Tomado de: OMT Entender el turismo: Glosario Básico
<https://goo.gl/ccz84e>

Situación
Ocupacional

La condición laboral más frecuente es la de “empleado privado”, 34,4 % y, estudiante, 22,7 %. Los inactivos son el 9,1 %, integrado por retirado o jubilado (5,7 %) o que trabaja en quehaceres domésticos (3,4 %).

Gráfico D5. Visitantes según situación laboral, %



El volumen de estancia (suma de días pasados en la ciudad) más significativo corresponde a “empleado asalariado privado”, con el 37,5 %, seguido por “estudiante” (21,6 %) y “profesional o técnico independiente”, 11,5 % del total de días.

Cuadro D12. % Volumen de estancia y proporción en gasto por situación ocupacional

	Volumen de la estancia	Proporción en el gasto	Relación estadía / gasto
Estudiante	21,6	16,3	75,4
Quehaceres domésticos	5,3	4,3	80,4
Empleado asalariado privado	37,5	36,0	96,1
Jubilado / retirado	5,5	5,9	107,3
Profesional / técnico independiente	11,5	14,9	129,6
Empleado del gobierno	5,7	7,5	132,7
Dueño de su propio negocio	4,8	7,2	151,5
Directivo / Ejecutivo de empresa	1,5	2,5	161,4
Otro	6,7	5,4	81,4
Total	100,0	100,0	100,0

Simétricamente, el primer grupo representa el 36 % del consumo total, mientras los estudiantes registran el 16,3 %. Entre esas dos variables se ha calculado un índice (cuadro anterior, última columna). Las categorías con una cifra mayor a 100, participan con una fracción de gasto más alta en comparación con los días en la ciudad; es decir, tienen un egreso medio más alto.

E. Los lugares más visitados

Entre los sitios monumentales, lo más mencionado es el *Centro histórico* que, caracterizado como símbolo de Quito, aparece en el 60 % de respuestas. De su lado, destacan “con luz propia”, “La mitad del mundo”, 11 %, La Mariscal, 10,3 % (donde 4,5 % la Plaza Foch); El Panecillo, 10 %; La Ronda, 8,4 % y el Teleférico, 7,4 %.

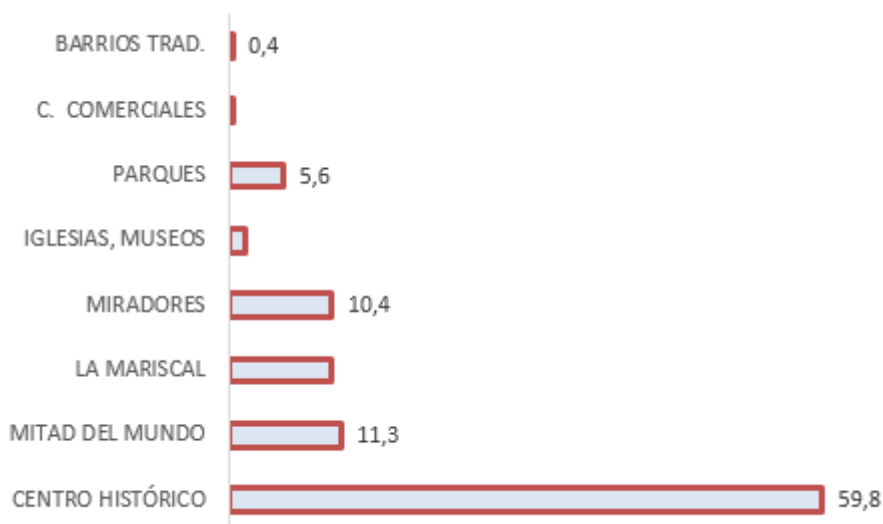


Gráfico E1. Lugares visitados en Quito, %

E.1 Principales atractivos en la ciudad

Considerados aisladamente siguen predominando las ‘menciones genéricas’ al Centro histórico; sin embargo, luego es citada la Mitad del mundo (14,4 %) La Mariscal (con mención especial a la Plaza Foch, 6,1 %) y, después, El Panecillo (12,7 %), el Teleférico, la Basílica (6,4 %).

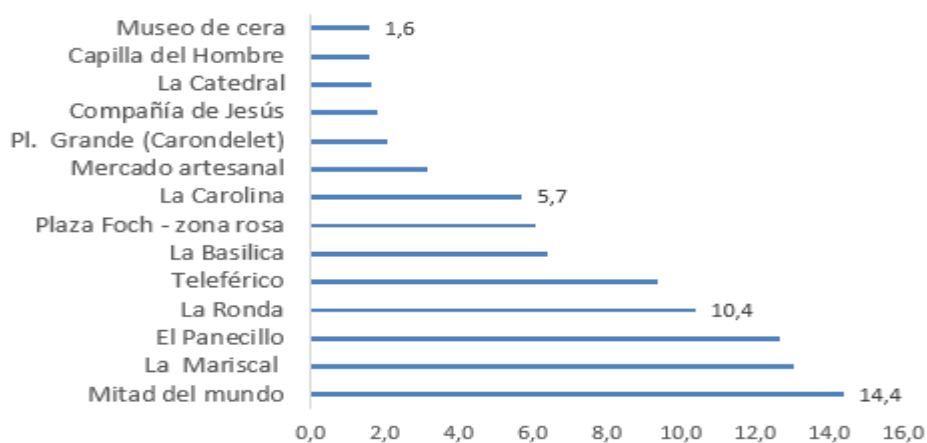


Gráfico E2. Principales sitios visitados, %

Como el turista realiza, en promedio, 1.91 entradas a la ciudad, el número de visitas a otras ciudades, 73.965, es mayor que el de turistas que arribaron a Quito; hecho que ratifica, también, el carácter de centro de distribución que tiene esta ciudad.

Cuadro E1. Número de turistas y pernoctaciones en otras ciudades

	Turistas	noches C/ciudad	estancia media (noches)	% pernoctaciones en el total
1 Cuenca	6.170	39.737	6,4	8,9
2 Galápagos	6.051	32.687	5,4	7,3
3 Guayaquil	6.102	31.638	5,2	7,1
4 Baños de Agua Santa	6.806	24.936	3,7	5,6
5 Ambato	3.210	20.192	6,3	4,5
6 Manta	2.996	15.804	5,3	3,5
7 Otavalo	3.041	15.731	5,2	3,5
8 Ibarra	2.607	14.671	5,6	3,3
9 Tena	3.088	14.661	4,7	3,3
10 Latacunga	2.365	7.356	3,1	1,6
10 Subtotal	42.436	217.413	5,1	48,5
124 Otras	32.156	230.965	7,2	51,5
134 Total	74.592	448.377	6,0	100,00

Las cantidad más alta de pernoctaciones se realiza en Cuenca, con una estancia de 6,4 noches, luego están Galápagos y Guayaquil.

Los visitantes llegados a Quito enumeran 134 otras ciudades en las que han pernoctado: el mayor número de personas se dirigió a Baños, Cuenca, Guayaquil, Galápagos y Ambato.

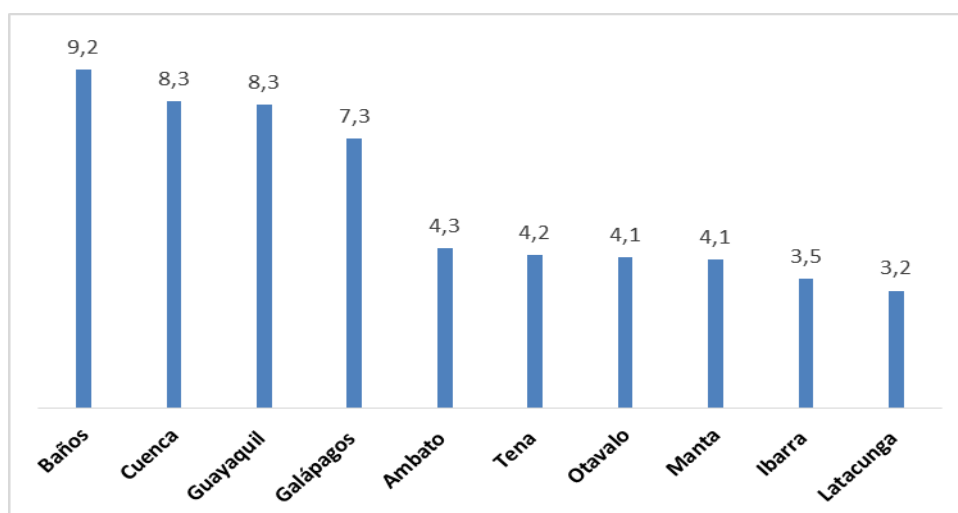


Grafico E3. Porcentaje de visitas a otras ciudades

El porcentaje de excursionistas (visitantes que no pernoctan) a Otavalo es el más elevado. Entre los lugares cercanos, destaca Mindo.

F. Grado de satisfacción del turista no residente

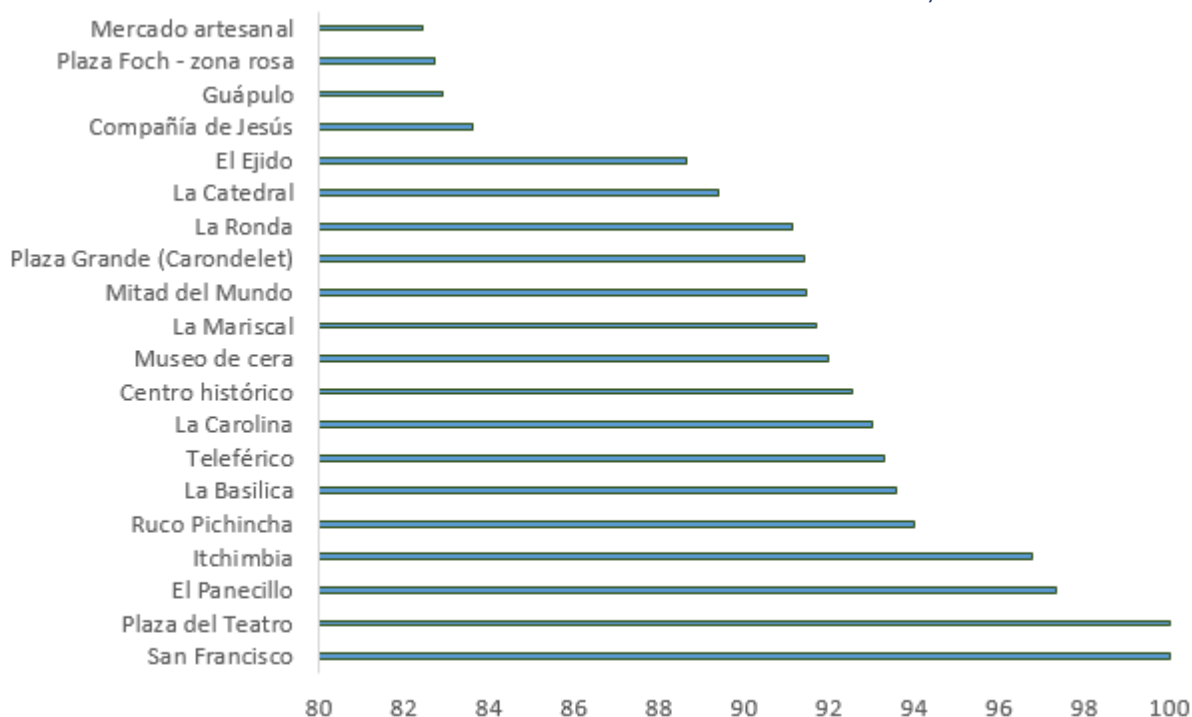
Los sitios visitados

En el gráfico 'E2. Principales sitios visitados, %', consta un listado de los más concurridos, para complementar este análisis, en la pregunta 27, se solicitó una evaluación:

p27 ¿Qué lugares visitó en Quito?. Evalúe de 1 a 5 su grado de satisfacción, donde 1 es malo y 5 excelente	1	2	3	4	5

En esta, al margen del número de visitantes, los monumentos mejor puntuados, 'con el 100 % de satisfacción', son el convento de San Francisco y la Plaza del Teatro. Luego constan El Panecillo y el Itchimbía, con el 97 %; se cita al Ruco Pichincha, 94 %, y al teleférico (93 %). En el gráfico, aparecen los siguientes.

Gráfico F1. Evaluación de los sitios visitados, %



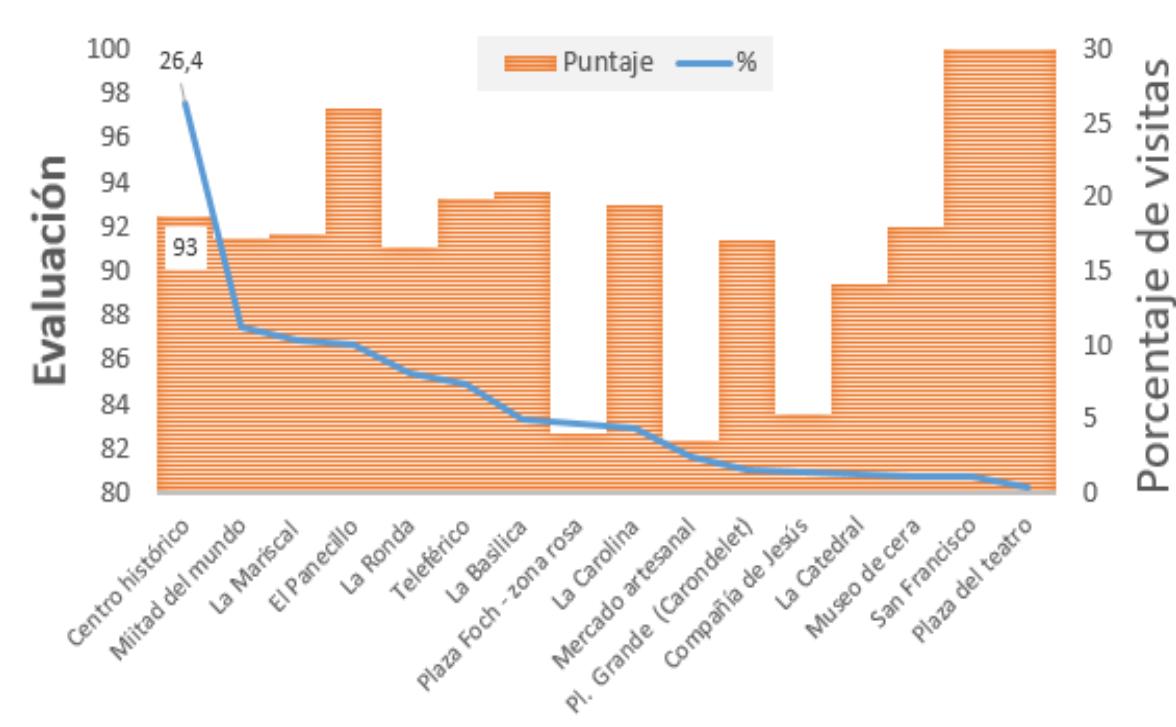
En el gráfico siguiente se intercala el porcentaje de visitas por lugar o monumento de la ciudad, con los puntos obtenidos en la evaluación descrita. Al Centro histórico, con el 26,4 % de menciones, se le asigna 93 puntos de "satisfacción", uno por sobre el promedio.

El mercado artesanal (82) y la Plaza Foch (83) -gráfico F2- registran el menor puntaje entre los sitios más concurridos.

La iglesia de La Compañía, obtiene 84 puntos; esto, entre otros argumentos, significaría que el puntaje resultante constituye solo la sistematización aritmética de opiniones

individuales a las que se no añade, explícitamente, ningún criterio ‘técnico’. Asimilándolos a la microeconomía, se trataría de ‘preferencias del consumidor’.

Gráfico F2. Evaluación y porcentaje de visitas por lugar



Por otro lado, en relación a los sitios más frecuentemente visitados, en la tabla F1 figura el porcentaje de satisfacción, dentro de cada franja de edad. Se establece que, en estos, el Centro histórico es el mejor valorado; así, el 79,2 % de la franja de edad ‘más de 66 años’ se mostró satisfecho, así como el 42 % de los turistas de entre 18 y 25 años. Después, se ubica la Mitad del mundo.

Cuadro F1. Porcentaje de turistas satisfechos dentro del grupo etario

	de 18 a 25 años	de 26 a 35 años	de 36 a 55 años	de 56 a 65 años	de 66 años y más
Mitad del Mundo	12,0%	38,8%	14,4%	37,6%	-
El Panecillo	8,1%	9,8%	6,3%	10,3%	6,5%
Teleférico	9,0%	8,5%	2,2%	7,1%	3,2%
Centro histórico	42,0%	42,7%	51,8%	32,5%	79,2%

Los servicios

La **evaluación** que los visitantes realizan del **alojamiento**, es altamente satisfactoria para el sector, con una media de 89,3 % de respuestas positivas (suma de los criterios ‘muy bueno’ y ‘excelente’).

Cuadro F2. Alojamiento de pago: evaluación (%)

	Confortable	Seguridad	Se cuidó la higiene	Se brindó atención cordial	La atención fue oportuna	Precio acorde al servicio	información sobre el servicio	Mantenimiento a la edificación	Cubrió expectativas	Promedio alojamiento
Malo	0,0	0,3	0,4	0,2	0,4	0,3	1,3	0,1	0,1	0,4
Regular	0,8	1,7	1,0	0,6	0,6	1,6	1,8	0,8	1,1	1,1
Bueno	11,1	7,6	9,1	8,1	9,8	10,1	11,4	9,1	6,4	9,5
Muy bueno	34,2	31,7	33,0	30,1	35,4	34,6	38,7	37,7	37,0	34,4
Excelente	53,8	58,7	56,6	61,0	53,8	53,4	46,9	52,3	55,4	54,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
MB + Ex	88,0	90,4	89,6	91,1	89,2	88,0	85,5	90,0	92,4	89,3

El atributo con mayor puntuación es el referido a ‘cobertura de las expectativas del “huésped”’; las más bajas, ‘información sobre el servicio’ y ‘precio acorde al servicio’.

Las tablas de evaluación, si bien no son el resultado de un estudio específico de la calidad del servicio prestado por las empresas durante diciembre de 2016, constituirían una aceptable aproximación, que resumen, sistematizan y miden la apreciación de los clientes. Esta referencia podría ser útil en el diseño de la política de gestión de calidad de los establecimientos, frente a pasajeros ‘más cultos y exigentes’, sensibles a los impactos en el medioambiente y, comúnmente, con muchas inquietudes por plantear, lo que determina que en los análisis técnicos se los considere ‘poli-motivacionales’.

En relación a la pregunta 43 del formulario, “califique el servicio del local de alimentación”, el atributo con mayor puntuación es el referido a ‘cobertura de las expectativas del huésped’; las más bajas, ‘información sobre el servicio’ y ‘precio acorde al servicio’.

Cuadro F3. Local del servicio de comida: evaluación (%)

El local de servicio de alimentación:

	Seguridad	Atención cordial	Menaje / utensilios	Confortable	Atención oportuna	Precio acorde al servicio	información sobre el servicio	Mantenimiento instalaciones	Cubrió expectativas	Promedio alimentación
Malo	,3	,7	,4	,3	,5	,6	1,6	,3	,5	0,6
Regular	,8	1,5	1,0	,9	2,0	2,1	2,4	1,5	,7	1,5
Bueno	12,1	11,5	13,6	12,1	13,6	16,9	15,8	12,9	9,1	13,6
Muy bueno	38,5	35,0	35,6	39,6	37,7	35,3	38,5	41,9	42,6	37,8
Excelente	48,3	51,3	49,3	47,1	46,1	45,2	41,7	43,3	47,0	46,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
MB + Ex	86,8	86,3	85,0	86,7	83,9	80,5	80,3	85,3	89,7	84,9

La valoración de ‘alimentación’ es positiva, alcanza 84,9. En promedio, un 46,5 % lo califica “excelente” y el 37,8 % de “muy bueno”.

Los puntajes más bajos son “información” y “precio acorde”, criterio que registra la mayor proporción de “malo” (1,6 %) y de “regular” (2,4 %).

Sin embargo, en “alojamiento”, el porcentaje de “excelente” alcanza 54,6%.

Cuadro F4. Transporte: evaluación

	Transporte									
	Seguridad	Atención cordial	Limpieza	Confortable	Atención en el horario	Precio acorde al servicio	información sobre el servicio	Mantenimiento instalaciones	Cubrió expectativas	Promedio transporte
Malo	2,1	1,0	1,3	1,3	1,0	1,7	2,5	1,9	,8	1,6
Regular	3,8	3,2	5,0	3,0	2,5	2,3	4,5	4,5	1,9	3,6
Bueno	19,0	18,8	24,3	20,0	17,6	15,7	19,0	19,1	14,8	19,2
Muy bueno	40,1	37,2	36,7	40,6	40,6	38,8	43,2	42,1	45,7	39,9
Excelente	35,1	39,9	32,7	35,1	38,4	41,5	30,8	32,5	36,7	35,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
MB + Ex	75,2	77,1	69,4	75,7	79,0	80,3	74,0	74,6	82,5	76,4
Malo + regular	5,8	4,1	6,3	4,3	3,4	3,9	6,9	6,3	2,7	4,9
Bueno	19,0	18,8	24,3	20,0	17,6	15,7	19,0	19,1	14,8	18,7

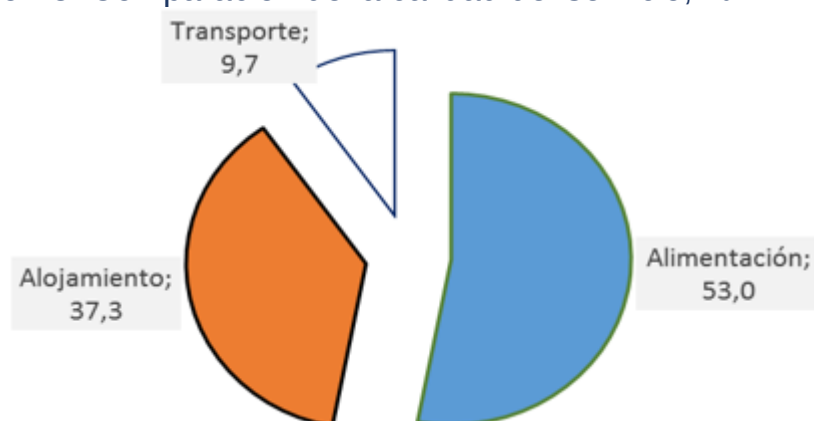
‘Limpieza’, en el transporte, como en ningún otro caso, no alcanza el 70 %. Asimismo, ‘información sobre el servicio’ y ‘seguridad, en la valoración ‘malo’, superan el dos por ciento, con 2,5 % y 2,1 %, correspondientemente.

Como se ha anotado, alojamiento y alimentación obtienen una media de 89,3 % y de 84,9 por ciento, para la suma de las categorías, ‘excelente’ y ‘muy buena’. En transporte, este agregado es menor en cerca de cuatro puntos porcentuales (76,4 %).

Por otra parte, ante la pregunta (número 47), “de entre los tres servicios evaluados ¿cuál fue el que mejor satisfacción le brindó?”, el 53 % manifiesta “alimentación”, el 37,3 %, el “alojamiento” y, el 9,7 %, transporte.

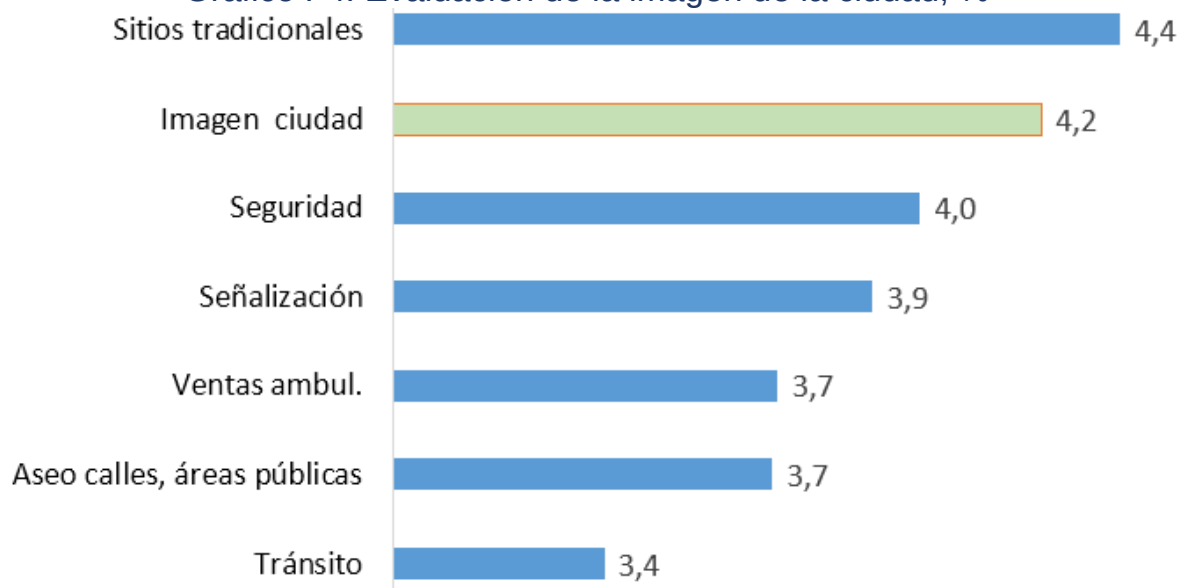
Habría una contradicción entre las preguntas individuales y la que se acaba de reseñar para los nueve atributos analizados. Esto muestra que las apreciaciones cualitativas de los turistas son función de varios parámetros y circunstancias. De allí la importancia de velar permanentemente por el mantenimiento de servicios de calidad.

Gráfico F3. Comparación de la calidad del servicio, %



A manera de resumen se solicitó⁵ al informante valorar -de 1 a 5- la imagen de la ciudad junto a 6 criterios adicionales.

Gráfico F4. Evaluación de la imagen de la ciudad, %



El atributo “tránsito vehicular, autobuses” es el de menor calificación, con 3,4. La “limpieza de calles y áreas públicas” y las “ventas ambulantes” obtienen 3,7; mientras la “señalización” y la seguridad, alcanzan 3,9 y 4 puntos, respectivamente.

La imagen de la ciudad, como criterio general, logra un satisfactorio 4,2; en tanto que la más alta puntuación es para los sitios patrimoniales, 4,4.

⁵ La pregunta es la siguiente “P46. Califique la imagen percibida de Quito (de 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente)”.

G. Notas técnicas

G.1 Aspectos generales

Se enfoca en el consumo efectuado por el turista no residente en la ciudad de Quito; adicionalmente, se trata de captar la imagen percibida y los principales elementos tomados en cuenta a la hora de seleccionarlo como destino.

Con ese propósito, en el formulario se recaba datos de los visitantes internacionales, mayores de 17 años y no residentes en el Ecuador, que se movilizan por el aeropuerto Mariscal Sucre, en vuelos comerciales.

Los datos recolectados se refieren a las características del turista, particularidades del viaje, gastos realizados, así como la imagen que se ha formado de la ciudad y la percepción sobre el grado de satisfacción de tres servicios, alojamiento, restauración y transporte interno.

Un estudio de este tipo puede ser la base de otros; por ejemplo, respecto de la evolución del destino Quito y el ciclo de vida en que se encuentra, del que se podría derivar acciones que de parte de los diversos actores a fin de consolidar una marca fortalecer el desarrollo local.

G.2 El formulario

Se estructura con 55 preguntas precodificadas. El tiempo promedio de entrevista fue de 20 minutos. De la evaluación del trabajo de campo se concluyó que es extenso y que los informantes acusan cansancio. El resumen figura en el siguiente listado:

ENCUESTA SOBRE EL GASTO DEL TURISTA NO RESIDENTE EN LA CIUDAD DE QUITO 2016

- ✓ Información general
- ✓ Bloque 1. Entrada y de salida de Ecuador
- ✓ Bloque 2. Entrada y de salida de Quito
- ✓ Bloque 3. Características del visitante
- ✓ Bloque 4. Características del viaje
- ✓ Bloque 5. Motivo del viaje
- ✓ Bloque 6. Modalidad del viaje
- ✓ Bloque 7. Lugares visitados
- ✓ Bloque 8. Actividades realizadas en Quito
- ✓ Bloque 9. Alojamiento
- ✓ Bloque 10. Organización del viaje
- ✓ Bloque 11. Gasto y financiamiento
- ✓ Bloque 12. Alimentación
- ✓ Bloque 13. Transporte
- ✓ Bloque 14. Imagen de Quito
- ✓ Bloque 15. Evaluación de la experiencia en Quito
- ✓ Bloque 16. Experiencia del viaje respecto de los siguientes aspectos
- ✓ Bloque 17. Expectativas de regreso
- ✓ Bloque 18. Evaluación de Quito

Información general

I.1. Formulario No.						
I2. Fecha:	día/mes/año					
I3. HORA						
I4. AEROLÍNEA						
I5. VUELO						
I6.- DESTINO						

Bloque 1. Entrada y de salida de Ecuador

P1	Fecha de entrada a Ecuador	día/mes/año					
P2	Puerto de ingreso						
	Quito		1		Guayaquil		2
	Huaquillas		3		Tulcán		4
P3	¿Cuántos días permaneció en Ecuador?						
P4	Su visita a Ecuador es la número						
P5	¿Cuál es el país de origen de su viaje?						
P6	¿Esta visita internacional a Quito es la número?						

Bloque 2. Entrada y de salida de Quito

P7	La fecha inicial de entrada a Quito	día/mes/año					
P8	La fecha de salida de Quito	día/mes/año					
P9	Entre estas fechas ¿cuántos días en total permaneció en Quito?						
P10	¿Cuántas veces (entró y salió) de Quito?						
P11	¿Cuántas noches en total durmió en Quito?						
P12	¿Cuál es su destino internacional final?						
P13	¿Qué dificultades tuvo para llegar a Quito?						
	Ninguna		1		Hay pocas conexiones		3
	Es difícil conseguir vuelo		2		La puntualidad vuelo		4

Bloque 3. Características del visitante

P14	Sexo:	Hombre		1	Mujer		2
P15	¿Cuántos años cumplidos tiene?						
P16	¿En que país reside habitualmente?						
P17	¿Cuál es su nacionalidad?						
P18	¿Cuál es su situación ocupacional, ¿a qué se dedica?						
	Estudiante						1
	Quehaceres domésticos						2
	Jubilado/ retirado						3
	Empleado asalariado privado						4
	Empleado de Gobierno						5
	Profesional /técnico independiente						6
	Dueño de su propio negocio						7
	Directivo/ejecutivo de empresa						8
	Otro, especifique						9
P19	¿Nivel de instrucción?						
	Primaria		1	Secundaria		2	Superior
							Postgrado
							4

Bloque 4. Características del viaje

P20 ¿Cuál fue el tiempo de preparación del viaje?						
P21 ¿Qué medios de información influyeron en su visita?						
Internet	☐	1	Familiares / amigos	☐	5	
Documentales	☐	2	Ferias internacionales	☐	6	
Agencias de viaje	☐	3	Revistas internacionales	☐	7	
Eventos internacionales	☐	4	Promociones	☐	8	
Otros: (especifique)					9	
P22 ¿Cómo llegó a Quito?						
Quito fue un paso obligado por ser puerto de entrada					☐	1
Quito fue su destino escogido, final en Ecuador					☐	2
Si Quito no fue su destino final escogido en Ecuador,					☐	3
¿Cuál fue su destino final en el Ecuador?						

Bloque 5. Motivo del viaje

P23 ¿Cuál fue el principal motivo de su visita a Ecuador?			
Vacaciones, recreo, ocio	☐	1	
Visita a familiares o amigos	☐	2	
Negocios	☐	3	
Eventos internacionales	☐	4	
Reuniones, congresos, conferencias	☐	5	
Estudios	☐	6	
Salud y atención médica	☐	7	
Religión, peregrinaciones	☐	8	
Prestación de servicios profesionales	☐	9	
Enseñanza, formación	☐	10	
Eventos deportivos	☐	11	
Compras	☐	12	
Otros (especifique)			13

Bloque 6. Modalidad del viaje

P24 ¿Viajó solo o en grupo?			
Solo	☐	1	¿cuántos?
En grupo familiar	☐	2	menores de 18
Grupo de amigos	☐	3	

Bloque 7. Lugares visitados

P25 ¿Qué otras ciudades visitó y cuántas noches durmió?					
					1
					2
					3
					4
					5
P26 ¿Qué cercanías de Quito visitó y cuántas noches durmió?					
					1
					2
					3
					4
					5

P27	¿Qué lugares visitó en Quito?. Evalúe de 1 a 5 su grado de satisfacción, donde 1 es malo y 5 excelente	1	2	3	4	5	
							1
							2
							3
							7

Bloque 8. Actividades realizadas en Quito

P28	¿Qué actividades realizó en su visita a Quito?		
	Asistió a eventos públicos		1
	Asistió a eventos internacionales realizados en Quito		3
	Realizó actividades académicas		4
	Visitó lugares históricos		5
	Observó la naturaleza		6
	Otra(especifique)		7

Bloque 9. Alojamiento

P29	¿Cuál fue el tipo de alojamiento utilizado en Quito?					
	Hotel		1			
	Hostal / residencia		2			
	Vivienda privada ("hotel" vía internet)		3			
	Vivienda arrendada		4			
	Casa de familiares o amigos		5			
	Vivienda propia		6			
	Otra (especifique)		7			
P30	¿Durante su estadía en Quito, en cuántos hoteles u hostales o viviendas rentadas se alojó?					
P31	¿En qué sector de la ciudad está ubicado el alojamiento?					
	Sur	1	Centro histórico	2	La Mariscal	3
	Norte	4	La Carolina	5	Los valles	6
P32	Califique el servicio de alojamiento pagado, según el caso: (hotel u hostal u hotel "vía internet o vivienda arrendada)					
	de 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente	1	2	3	4	5
	Fue confortable					1
	Fue seguro					2
	Se cuidó la higiene (habitación y baño)					3
	Se brindó atención cordial					4
	La atención fue oportuna (a tiempo)					5
	El precio estuvo acorde al servicio					6
	Se dio información sobre el servicio					7
	Se apreció el mantenimiento de la edificación					8
	Cubrió sus expectativas					9

Bloque 10. Organización del viaje

P33	¿Cómo organizó su viaje			
	Agencia de Viajes	1	Cuenta propia	2
P34	¿Cuánto pagó por persona por el paquete?			
P35	El paquete que usted adquirió cubrió la totalidad de la estadía			
	si	1	no	2

P36	¿Cuáles fueron los servicios recibidos como parte del paquete?	
	Alojamiento	2
	Alimentación	3
	Transporte y alquiler de vehículos	4
	Excursiones	5
	Cruceros	6
	Otros, especifique	7
P37	¿Cuál fue el valor aproximado del pasaje incluido en el paquete?	
	USD	

Bloque 11. Gasto y financiamiento

Indique el monto de los gastos totales, realizados por cuenta propia y, fuera del paquete en caso de haberlo adquirido			
P38	En ECUADOR	USD	
P39	En QUITO	USD	
P40	Los gastos realizados en Quito se destinaron a:	Dólares	%
	Alojamiento		1
	Alimentos para preparar		2
	Restaurantes		3
	Transporte aéreo interno		4
	Transporte interno (bus, trolebús, ecovia)		5
	Transporte interprovincial		6
	Taxis en Quito		7
	Serv. culturales (museos, teatro, etc.)		8
	Diversión, esparcimiento		9
	Compra de bienes		10
	Compra de artesanías		11
	Otros gastos		12
	Gastos totales		13
P41	¿Quién financió el viaje?		
	Recursos propios	1	La empresa donde trabaja
	Un familiar	2	Invitación terceros
	Mixto: 1+2 5	1+3 6	1+4 / 2+3 8 4+2 9 3+4 10

Bloque 12. Alimentación

P42	¿Qué tipo de local utilizó para consumir los servicios de alimentación:					
	Puesto ambulante	1	Mercado	4		
	Fonda	2	Cafetería Bar	5		
	Restaurante	3	Hotel	6		
	Otro (especifique)			7		
P43	Califique el servicio del local de alimentación:					
	De 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente					
	Fue confortable	1	2	3	4	5
	Brindó seguridad	1	2	3	4	5
	El local, menaje y utensilios fueron limpios	1	2	3	4	5
	Brindó atención cordial	1	2	3	4	5
	Ofreció atención oportuna (a tiempo)	1	2	3	4	5
	El precio estuvo acorde al servicio	1	2	3	4	5
	Dio información sobre el servicio	1	2	3	4	5
	Se apreció el mantenimiento de las instalaciones	1	2	3	4	5
	Cubrió sus expectativas	1	2	3	4	5

Bloque 13. Transporte

P44 ¿Qué tipo de transporte utilizó con más frecuencia?

Taxi		1	Transporte privado: Pagado		3
Transporte urbano		2	No pagado		4

P45 Califique el servicio de transporte:

De 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente

	1	2	3	4	5	
Confort						1
Seguridad						2
Limpieza						3
Cordialidad						4
Servicio dentro de horarios						5
Precio acorde al servicio						6
Se brindó información sobre el servicio						7
Se aprecia el mantenimiento de las instalaciones						8
Cubrió sus expectativas						9

Bloque 14. Imagen de Quito

P46 Califique la imagen percibida de QUITO,

de 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente

	1	2	3	4	5	
Seguridad de la ciudad						1
Imagen de sitios patrimoniales						2
Las ventas ambulantes						3
Tránsito vehicular, autobuses						4
Limpieza de calles y áreas públicas						5
La señalización de la ciudad						6
Imagen de la ciudad						7

Bloque 15. Evaluación de la experiencia en Quito

P47 ¿De los tres servicios evaluados, cual fue el que mejor satisfacción le brindó?

Alojamiento		1	Alimentación		2	Transporte		3
-------------	----------------------	---	--------------	----------------------	---	------------	----------------------	---

Bloque 16. Experiencia del viaje respecto de los siguientes aspectos

P48 Califique su experiencia respecto de:

De 1 a 5; siendo 1 malo y 5 excelente

	1	2	3	4	5	
El DESTINO visitado, Quito						1
El patrimonio cultural observado						2
La calidad de los servicios turísticos recibidos						3
La variedad de actividades recreativas						4
La información turística recibida						5
La estancia en Quito						6
Cubrió sus expectativas						7

Bloque 17. Expectativas de regreso

P49 ¿Recomendaría visitar Quito a sus familiares y amigos?

Si		1	No		2
----	----------------------	---	----	----------------------	---

P50 ¿Entre sus expectativas, incluye nuevos viajes para el año 2017?

Si		1	→ Solo		1.2	Con familia		1.3	Con amigos		1.4
No		2									

P51 En el año pasado, ¿cuál fue el rango de sus ingresos mensuales?

Ninguno		1	entre 1001 y 2000 dólares		4
-- 500 dólares		2	entre 2001 y 3000 dólares		5
de 500 a 1000 dólares		3	+ de 3000		6

Bloque 18. Evaluación de Quito

P52 ¿En su estancia en Quito, ¿cuál es el factor más positivo y favorable y más negativo y desfavorable?	
P52a Positivo	P.52b Negativo
P54 ¿Cuál es el mejor recuerdo que lleva de la ciudad?	
P53 ¿Qué sugiere para mejorar la atención y el nivel de satisfacción del cliente?	

En términos generales, desde la encuesta realizada en 2008, la estructura del formulario se ha mantenido, pues constituye lo esencial de la investigación. En unos casos se ha modificado alguna pregunta, buscando mejorar la comprensión del tema consultado (por ejemplo, sobre el manejo de nuevos establecimientos de alojamiento pagado: 'viviendas turísticas', comercializadas a través de internet). En otros, se ha preferido incorporar módulos para intentar captar la percepción cualitativa del turista, de la imagen del "destino Quito", en lo que atañe a las expectativas creadas antes de viaje y como complemento de la evaluación del nivel de satisfacción.

G.3 Diseño de la investigación

El marco está conformado por el itinerario de vuelos programados por las aerolíneas comerciales. Se construyó en base a los datos elaborados por la Dirección Nacional de Migración, a partir del cual se calculó el tamaño de muestra, con las siguientes opciones:

Cuadro G1. Alternativas de tamaño de muestra

Error	Tamaño
0,02	5.402,3
0,03	2.401,0
0,04	1.350,6
0,05	864,4
0,06	600,3

Se escogió la alternativa de error máximo admisible de 5 %, lo que implicaba encuestar a 864 turistas.

Selección

En concordancia con los objetivos de la investigación, las características de la población objetivo y el marco de vuelos disponible, se optó por un muestreo probabilístico, bietápico y estratificado en la primera etapa.

El tamaño de la muestra fue determinado en función de la confiabilidad esperada; la formula aplicada fue:

$$n = \frac{K^2 * N * p * q}{K^2 pq + N(e)^2} * DEF$$

En donde:

N = Población sujeta de investigación

K = Nivel de confianza 95 % (1.96)

P = Probabilidad de salir seleccionado (0.5)

Q = Probabilidad de no salir seleccionado (0.5)

E = Error 5 %

DEF= Efecto de diseño

En la muestra (bietápica) la unidad primaria de muestreo (UPM) es el vuelo seleccionado con probabilidad proporcional a su tamaño, medido por el número de vuelos en la ruta (destino) respectiva. La unidad secundaria (USM) es el pasajero no residente, nacional o extranjero, seleccionado con igual probabilidad.

Establecido el tamaño se procedió a la asignación de las UPM. No se consideró los destinos a La Habana y a Oranjestad, en Aruba, porque en la “afijación proporcional” no representaban un vuelo. Para disponer de esa información, a manera de exploración, se consideró pertinente recabar datos de turistas con destino a La Habana.

En cada vuelo se debían seleccionar, de forma aleatoria, 8 turistas (TNR).

Rendimiento de la muestra

Entre el 22 y el 30 de diciembre de 2016, trabajando en equipos que cubrieron las 24 horas, se realizaron 795 encuestas. En esta, la última semana del año, la recolección se complicó; además, durante todo el período anotado se suspendieron varios vuelos.

Se ilustra la dificultad de su levantamiento, al revisar el ‘destino México’, servido por una sola aerolínea (Aeroméxico) con una frecuencia diaria y 31 (o 30) viajes al mes; en la muestra se asignó 7 (con 8 encuestas cada uno), es decir 56 formularios. Al final de la primera jornada se había efectuado una entrevista, el segundo día 3; no obstante, se detectó que una persona se desplazaba en una aeronave privada.

Paralelamente, las credenciales para posibilitar el acceso a las salas de embarque internacional del AMS, prescribieron y, su renovación, de acuerdo a los protocolos de esa institución tomó algunos días.

Con ese número de formularios validados, no se cumplía el margen de error planificado (que requería de al menos 864) por lo que se resolvió ampliar la aplicación de la muestra, con los mismos diseños y características, con un nuevo conjunto de boletas.

De forma complementaria, entre el 21 y el 26 de enero de 2017 se completaron 495.

Consolidados los dos subconjuntos, sus indicadores estadísticos son de excelente calidad; las varianzas mejoraron después de la agregación. De modo que fue posible expandir la muestra a todos los criterios prediseñados.

Los resultados se han asimilado a diciembre.

Equipo de trabajo

Se realizaron entrevistas directas a los viajeros no residentes, nacionales o extranjeros, que concluían el viaje. Se compiló la información del formulario (redactado en inglés y en español), según la muestra seleccionada; en cada vuelo tomó una cuota fija de viajeros.

En las operaciones de recolección participó un equipo de doce encuestadores (estudiantes de la Facultad de Economía de la PUCE), dos supervisoras, el profesional responsable del diseño de la muestra y la persona encargada del monitoreo del flujo y filtro informático de datos del campo al centro de recepción y análisis de información, previsto para el efecto.

El manejo de inglés fue una fortaleza del equipo entrevistador; este grupo se encargó, también, del ingreso y posterior análisis de consistencia “conceptual” de la información así como de la depuración y codificación de base de datos construida para la procesar los resultados de la encuesta.

Ingreso y validación

La introducción de datos, a fin de evitar errores de digitación y asegurar su consistencia, se monitoreo mediante un programa informático que verificó los códigos y la secuencia lógica de respuestas. Este proceso se ejecutó en dos fases:

Control de registro de los códigos definidos; por ejemplo, en la variable sexo (1=hombre; 2 = mujer) no se aceptaba –eventualmente- un registro distinto al previsto; y, validación de relaciones entre variables, en la que se cotejó el código que debe incluirse cuando la respuesta se deriva de una anterior.

P 31.- ¿Cómo organizó su viaje?

Agencia de viajes 1 ☐ pase a la siguiente pregunta

Por cuenta propia 2 ☐ pase a la pregunta 36

Ello implicaba que:

- Si en la pregunta 31 la respuesta es 2, debe omitirse 32, 33, 34 y 35. Si la contestación es 1, debe registrarse los gastos efectuados. en la pregunta 36.

La ausencia de estas rutinas de chequeo en el programa de captura, habría generado sesgos y errores.

H. Anexos estadísticos

H1 Anexo estadístico 1: Resumen por tipo de estancia y motivo

Cuadro H1.1 Variables principales por motivo, estancia corta

<i>Motivo del viaje</i>	Estancia corta (1 a 6 días)					
	<i>Turistas</i>	<i>Días visitados totales</i>	<i>Consumo turístico total</i>	<i>Gasto total medio</i>	<i>Gasto medio diario</i>	<i>Estadía media</i>
Vacaciones, recreo, ocio	14.321	51.380	7.373.476	515	144	3,6
Visitas a familiares o amigos	6.430	23.937	2.808.889	437	117	3,7
Negocios	2.176	7.604	1.240.006	570	163	3,5
Eventos internacionales	124	328	60.882	493	186	2,7
Reuniones, congresos, conferencias	730	3.165	358.582	491	113	4,3
Estudios	747	2.735	229.874	308	84	3,7
Salud y atención médica	57	196	23.868	417	122	3,4
Religión, peregrinaciones	141	365	43.303	308	119	2,6
Enseñanza y formación						
Prestación de servicios profesionales	876	3.026	375.972	429	124	3,5
Eventos deportivos	109	307	14.671	135	48	2,8
Compras	167	428	97.915	588	229	2,6
Otros	752	2.313	584.678	777	253	3,1
Total	26.629	95.784	13.212.116	496	138	3,6

Cuadro H1.2 Variables principales por motivo, estancia intermedia

<i>Motivo del viaje</i>	Estancia intermedia (7 a 15 días)					
	<i>Turistas</i>	<i>Días visitados totales</i>	<i>Consumo turístico total</i>	<i>Gasto total medio</i>	<i>Gasto medio diario</i>	<i>Estadía media</i>
Vacaciones, recreo, ocio	7.115	67.266	6.151.588	865	91	9,5
Visitas a familiares o amigos	7.391	74.488	6.055.622	819	81	10,1
Negocios	805	7.931	627.153	779	79	9,9
Eventos internacionales	140	1.371	138.343	990	101	9,8
Reuniones, congresos, conferencias	140	1.026	88.559	632	86	7,3
Estudios	620	6.041	301.614	486	50	9,7
Salud y atención médica	47	655	32.770	700	50	14,0
Religión, peregrinaciones	95	853	113.752	1.200	133	9,0
Enseñanza y formación	306	2.557	117.533	384	46	8,4
Prestación de servicios profesionales	241	2.340	101.323	421	43	9,7
Eventos deportivos	47	474	35.548	750	75	10,0
Compras	154	1.586	67.662	438	43	10,3
Otros	328	3.370	364.407	1.111	108	10,3
Total	17.429	169.959	14.195.875	814	84	9,8

Cuadro H1.3 Variables principales por motivo, agregación de estancia

Motivo del viaje	Agregación de estancia corta e intermedia (1 a 15 días)					
	Turistas	Días visitados totales	Consumo turístico total	Gasto total medio	Gasto medio diario	Estadía media
Vacaciones, recreo, ocio	21.436	118.646	13.525.064	631	114	5,5
Visitas a familiares o amigos	13.822	98.425	8.864.512	641	90	7,1
Negocios	2.980	15.535	1.867.159	626	120	5,2
Eventos internacionales	263	1.699	199.225	757	117	6,5
Reuniones, congresos, conferencias	870	4.191	447.140	514	107	4,8
Estudios	1.367	8.776	531.489	389	61	6,4
Salud y atención médica	104	852	56.637	545	67	8,2
Religión, peregrinaciones	236	1.218	157.056	667	129	5,2
Enseñanza y formación	306	2.557	117.533	384	46	8,4
Prestación de servicios profesionales	1.116	5.366	477.295	428	89	4,8
Eventos deportivos	156	781	50.219	322	64	5,0
Compras	321	2.014	165.577	516	82	6,3
Otros	1.080	5.684	949.085	879	167	5,3
Total	44.058	265.743	27.407.991	622	103	6,0

Cuadro H1 4 Variables principales por motivo, estancia larga
Estancia larga (16 y más días)

<i>Motivo del viaje</i>	<i>Turistas</i>	<i>Días visitados totales</i>	<i>Consumo turístico total</i>	<i>Gasto total medio</i>	<i>Gasto medio diario</i>	<i>Estadía media</i>
Vacaciones, recreo, ocio	3.772	114.061	4.130.297	1.095	36	30,2
Visitas a familiares o amigos	5.399	227.905	5.516.898	1.022	24	42,2
Negocios	1.105	86.272	2.574.064	2.330	30	78,1
Eventos internacionales	27	571	19.562	720	34	21,0
Reuniones, congresos, conferencias	28	645	1.403	50	2	23,0
Estudios	568	35.034	663.769	1.168	19	61,7
Salud y atención médica	121	14.437	142.722	1.183	10	119,7
Religión, peregrinaciones	207	7.527	187.906	908	25	36,4
Enseñanza y formación	267	29.236	532.538	1.992	18	109,4
Prestación de servicios profesionales	141	17.284	409.852	2.909	24	122,7
Eventos deportivos	47	2.370	118.492	2.500	50	50,0
Compras						
Otros	343	26.530	907.444	2.648	34	77,4
Total	12.025	561.872	15.204.947	1.264	27	46,7

Cuadro H1.5 Variables principales por motivo, estancia total

<i>Motivo del viaje</i>	Todas la estancias					
	<i>Turistas</i>	<i>Días visitados totales</i>	<i>Consumo turístico total</i>	<i>Gasto total medio</i>	<i>Gasto medio diario</i>	<i>Estadía media</i>
Vacaciones, recreo, ocio	25.208	232.707	17.655.361	700	76	9,2
Visitas a familiares o amigos	19.221	326.329	14.381.410	748	44	17,0
Negocios	4.085	101.807	4.441.223	1.087	44	24,9
Eventos internacionales	290	2.269	218.787	753	96	7,8
Reuniones, congresos, conferencias	899	4.836	448.543	499	93	5,4
Estudios	1.935	43.810	1.195.258	618	27	22,6
Salud y atención médica	225	15.289	199.359	888	13	68,1
Religión, peregrinaciones	443	8.746	344.962	779	39	19,8
Enseñanza y formación	1.449	34.819	1.026.043	708	29	24,0
Prestación de servicios profesionales	382	19.624	511.175	1.340	26	51,4
Eventos deportivos	204	3.151	168.711	829	54	15,5
Compras	321	2.014	165.577	516	82	6,3
Otros	1.423	32.214	1.856.529	1.305	58	22,6
Total	56.083	827.615	42.612.939	760	51	14,8

Cuadro H1. 6 Indicadores principales, estancia agregada de 1 a 15 días

Indicadores "recomendados" por motivo

	Estancia media	Gasto medio diario	Gasto medio por visita
Vacaciones, recreo, ocio	5,5	114	631
Visitas a familiares o amigos	7,1	90	641
Negocios	5,2	120	626
Eventos internacionales	6,5	117	757
Reuniones, congresos, conferencias	4,8	107	514
Estudios	6,4	61	389
Salud y atención médica	8,2	67	545
Religión, peregrinaciones	5,2	129	667
Enseñanza y formación	8,4	46	384
Prestación de servicios profesionales	4,8	89	428
Eventos deportivos	5,0	64	322
Compras	6,3	82	516
Otros	5,3	167	879
Total	6,0	103	622

H2. Anexo estadístico: principales cuadros de salida