



ENCUESTA SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS RESIDENTES EN ECUADOR QUE VIENEN A QUITO

Universidad Central del Ecuador

Carrera de Turismo

Equipo Investigador:

Enrique Cabanilla

Xavier Lastra

Edison Molina

Juan Pazmiño

Alba Yáñez

Quito, 20 de abril de 2020

Contenido

1.	ANTECEDENTES	3
2.	METODOLOGÍA	4
2.1.	Objetivo general	4
2.2.	Objetivos específicos.....	4
2.3.	Método	4
2.4.	Variables incluidas en el estudio.....	4
2.5.	Población y Muestra	5
2.6.	Plataforma virtual para la recolección de datos.....	7
3.	RESULTADOS.....	8
3.1.	Procedencia	8
3.2.	Demografía de los turistas	8
3.3.	Acompañamiento.....	12
3.4.	Motivo principal de viaje	13
3.5.	Sitios más visitados	14
3.6.	Conocimiento de la ciudad.....	15
3.7.	Tipo de viaje	16
3.8.	Medio de transporte para llegar a la ciudad	20
3.9.	Estancia media en la ciudad	22
3.10.	Aspectos positivos y negativos de la visita	24
3.11.	Gasto Diario	25
3.12.	Valoración de la experiencia	26
4.	CONCLUSIONES	30
5.	ANEXOS.....	32
5.1.	Anexo 1. Encuesta	32
5.2.	Anexo 2. Estratificación	34

1. ANTECEDENTES

El turismo interno es importante para la dinamización de la economía de los destinos y del país; cuando se movilizan personas dentro del territorio nacional se diversifican y canalizan recursos hacia muchas otras actividades económicas y/o productivas a más del turismo, como la transportación, la restauración, el comercio formal e informal tanto en el destino como en los lugares de paso (que generalmente son pequeñas comunidades). El 40% de los ecuatorianos viajan anualmente por los diferentes destinos turísticos del país, generando una dinamización económica por alrededor de USD 5.000 millones (MINTUR, 2013)

El turismo interno ha sido poco estudiado dentro de la planificación para la gestión de destinos, específicamente en el Distrito Metropolitano de Quito se ha dado mayor atención al turismo extranjero a pesar de que el 40% de los ecuatorianos realizaron turismo interno entre diciembre de 2009 y febrero de 2010, y los destinos que han elegido los ecuatorianos son diversos, resaltándose entre ellos: Quito, Guayaquil y Salinas con el 9, el 8 y el 5% de las visitas, respectivamente (MINTUR, 2013)

El Ministerio de Turismo del Ecuador en su publicación “La Experiencia turística en el Ecuador, cifras esenciales del turismo interno y receptor” del 2012 dedica el capítulo 5 para cuantificar variables del turismo interno, en donde destaca motivaciones, actividades e información mediática que influye en la elección de un destino. Esta información es valiosa al momento de planificar el mejoramiento de la experiencia turística del visitante nacional, pero es un estudio muy general y no es muy útil cuando se quiere conocer una realidad local, en este caso del DMQ, por eso es necesario realizar un estudio propio más específico.

El presente informe es el resultado de una alianza entre el sector público-privado y la academia, en el marco del convenio interinstitucional entre la Universidad Central del Ecuador (Carreras de Turismo), y la Empresa Metropolitana de Gestión del Destino - Quito Turismo. Los resultados de esta investigación realizada con la participación de los estudiantes de la carrera, beneficiará al desarrollo de la actividad turística facilitando información que sirva como herramienta de trabajo al momento de planificar y ejecutar planes, programas y proyectos dirigidos por Quito Turismo

A continuación, tras la aplicación de 1.995 encuestas a lo largo del Distrito, durante los meses de julio, agosto y noviembre de 2019, se describe el perfil demográfico del turista nacional que visita el Distrito Metropolitano de Quito. Al mismo tiempo se analiza su comportamiento dentro de la dinámica turística.

Este estudio está direccionado a identificar cuál es la ciudad de origen de los y las visitantes, así como las motivaciones de viaje, el grado de satisfacción en lo referente a atractivos, movilidad, alimentación y hospedaje, y por último el nivel de información y conocimiento que tienen los visitantes sobre Quito como destino.

2. METODOLOGÍA

2.1. Objetivo general

Determinar por qué viene y elige el turista como destino a Quito, cuáles son los medios utilizados y la valoración que hace de su estancia, de tal forma que se logre orientar de una manera mucho más precisa el esfuerzo promocional, así como mejorar en lo posible la gestión del turismo como una actividad que precisa de una delicada coordinación interinstitucional.

2.2. Objetivos específicos

- a) Definir el perfil sociodemográfico del turista.
- b) Analizar la motivación, tipo de turismo y cómo ha conocido sobre este destino.
- c) Reconocer los principales medios que el turista utiliza en la actualidad para organizar sus vacaciones y su ocio.
- d) Describir la satisfacción del turista residente en el país.
- e) Identificar los principales lugares de visita.

2.3. Método

Para determinar el perfil del turista residente en Ecuador que visita Quito se elaboró una encuesta compuesta por 20 preguntas, en su mayoría cerradas (Anexo 1), además de información sociodemográfica del encuestado. Las preguntas se agruparon en cuatro secciones:

- Sección A. Datos demográficos
- Sección B. Motivaciones del viaje
- Sección C. Organización del viaje
- Sección D. Satisfacción de la visita

El cuestionario fue validado por los investigadores de la UCE y los responsables de Quito-Turismo.

2.4. Variables incluidas en el estudio

Las variables analizadas, y su descripción, en cada sección fueron:

- Sección A. Datos demográficos: para conocer el perfil sociodemográfico del turista
 - **Ciudad de residencia:** Población del Ecuador donde reside habitualmente el encuestado.
 - **Edad:** Años de vida del encuestado, calculada en función del año de nacimiento.
 - **Género:** Conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres.
 - **Nacionalidad:** País al que pertenece jurídicamente el encuestado.
 - **Estado civil:** Condición de una persona según el registro civil.
 - **Situación laboral:** Tipo de trabajo que realiza el encuestado.
 - **Nivel de ingresos mensuales:** Promedio de ingresos en US dólares.
 - **Nivel de estudios:** Titulación máxima que posee el encuestado.

- **Composición del grupo:** Número de personas que acompañan al encuestado en el viaje, y relación entre ellos.
- Sección B. Motivaciones del viaje: para analizar la motivación, tipo de turismo y cómo ha conocido sobre este destino.
 - **Objetivo del viaje:** Tipo de actividades a realizar durante la estadía del encuestado.
 - **Visita a sitios turísticos:** Disposición a visitar, y lugares específicos que se visitarán durante la estadía del encuestado.
 - **Medios de información:** Medio a través del cual se conoció sobre el destino Quito y que motivó la visita, tanto audiovisual como personal, impreso o digital.
- Sección C. Organización del viaje: para conocer cuáles son los principales medios que el turista utiliza en la actualidad para organizar sus vacaciones y su ocio.
 - **Mecanismo de intermediación:** Contratación del viaje a través de una agencia de viajes o departamento especializado de turismo.
 - **Frecuencia de visita:** Veces que se visita Quito durante un año calendario.
 - **Temporada de visita:** Época del año en la que se realiza la visita.
 - **Planificación del viaje:** tiempo con el que preparó su vista.
 - **Medio de transporte:** Tipo de transportación, pública o privada, que utilizó el encuestado para llegar a Quito.
- Sección D. Satisfacción de la visita: para describir la satisfacción del turista residente en el país.
 - **Pernoctación:** Si pernoctó o no en Quito.
 - **Tipo de alojamiento:** Categoría y nombre del alojamiento turístico o privado utilizado por el turista, y calidad del servicio brindado.
 - **Duración de la estadía:** Número de días que el encuestado visitó Quito.
 - **Satisfacción personal:** Aspectos positivos y negativos de la visita identificados por el encuestado.
 - **Estructura del gasto:** gasto total en US dólares, y distribución porcentual por día y persona.
 - **Recomendación a otros:** Si existe predisposición a recomendar el destino Quito, y las razones que llevan a ellos.
 - **Lealtad al destino:** Si existe voluntad por parte del encuestado para regresar a Quito.
 - **Destinos competencia:** Preferencias del encuestado al momento de elegir su destino para ocio o vacaciones.
 - **Actividades pendientes:** Actividades que considera el encuestado que le hubiera gustado realizar.

2.5. Población y Muestra

La encuesta se aplicó exclusivamente a turistas residentes en Ecuador que visitan la ciudad de Quito, como excursionistas o turistas. Por tanto, se estableció como requisito indispensable para aplicar la encuesta que el turista o visitante tenga su residencia fuera del cantón Quito (Figura 1).

Al no conocer la población exacta de visitantes residentes en Ecuador que visitan la ciudad, se procedió a elaborar una muestra de población infinita con las siguientes características:

- Grado de confiabilidad 95%
- Margen de error ± 3
- Varianza 50%

Como resultado se obtuvo que el número mínimo de encuestas válidas a obtener fuera de **1.067** encuestas. En total se aplicaron **1.995** encuestas válidas en todo el DMQ, con un margen de error de 2.19%.

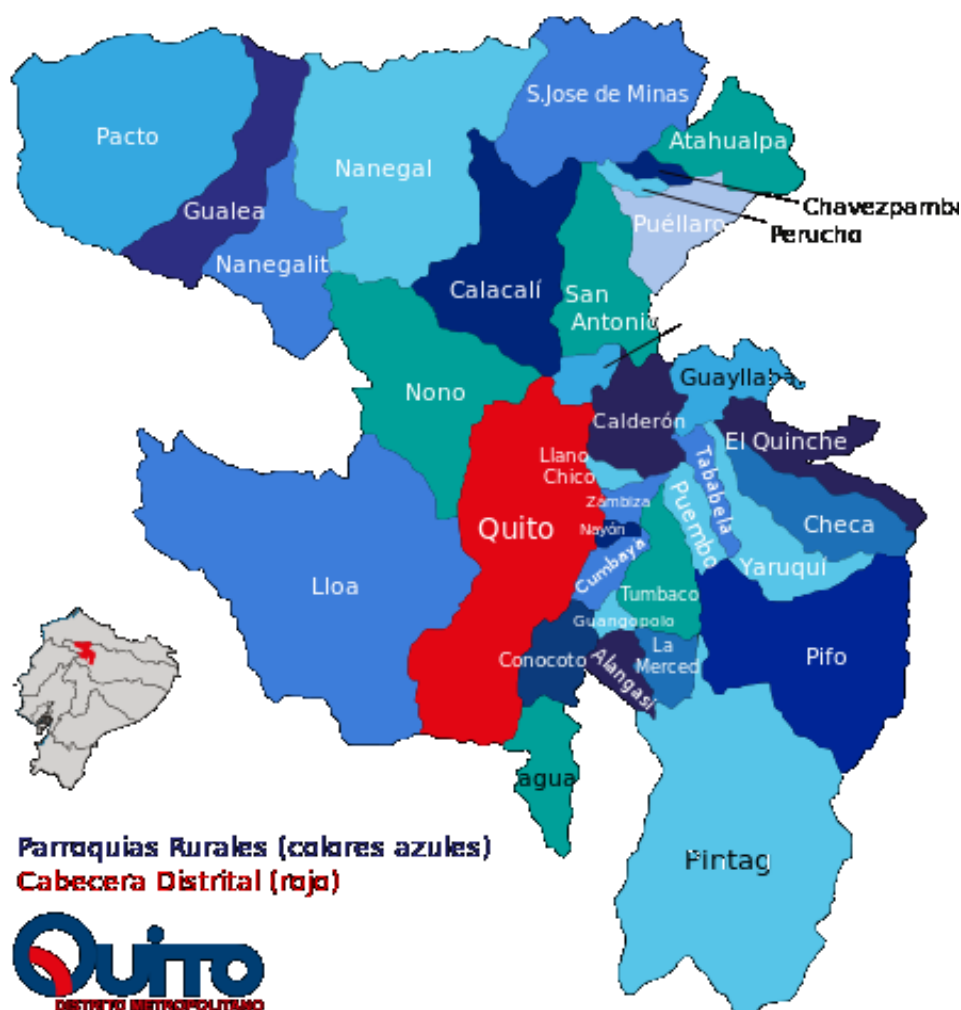


Figura 1. Parroquias del Cantón Quito.

Para la realización de las estadísticas de visitas a los atractivos del cantón Quito, facilitadas por Quito Turismo, y del criterio de los investigadores, en cuanto a posibles atractivos visitados por el turista residente en Ecuador.

En la Tabla 1 se recoge el número de encuestas por zona del DMQ realizadas durante la investigación, junto con el porcentaje establecido en la estratificación. En general, los porcentajes proyectados fueron cumplidos, y las diferencias no alteraron ni la muestra, ni la validez de la encuesta.

Tabla 1. Distribución zonal de las encuestas realizadas.

Sectores del DMQ	Número de encuestas realizadas	Porcentaje
Zona Patrimonial	660	33,1%
Espacios públicos de ocio	228	11,4%
Miradores	177	8,9%
Zona Noroccidental	241	12,1%
Zona Rosa	171	8,6%
Terminales Terrestres y Aéreos	222	11,1%
Zona Rural Oriental	35	1,8%
Centros Comerciales	179	9,0%
Zona Valle de los Chillos	42	2,1%
Zona Nororiente	10	0,5%
Oficinas consulares	30	1,5%
Total general	1995	100,0%

Respecto a la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016, hubo un incremento del 61.28% del número de encuesta lo que mejora la calidad de los datos obtenidos.

2.6. Plataforma virtual para la recolección de datos

A través de la herramienta “Forms” de Office 365, se procedió a crear la encuesta virtual, para que los encuestadores pudieran subir la información recolectada en cada una de las encuestas. A partir de la información subida en el formulario, se construyó la base de datos de la encuesta.

3. RESULTADOS

3.1. Procedencia

De acuerdo con el total de encuestados, aproximadamente la mitad de los visitantes provienen de provincias de la Sierra cercanas: Imbabura (15%), Tungurahua (12%) y Cotopaxi (10%), destacando en tercer lugar los visitantes de la provincia del Guayas (11%). En quinto lugar, con porcentajes similares (7%) se observaron visitantes de Azuay y de los cantones aledaños de la provincia de Pichincha. Se debe destacar que a la ciudad de Quito llegan residentes de casi todo el país, no observándose una tendencia clara de la procedencia de una región determinada, es decir, que los resultados no muestran una procedencia mayoritaria que supere el 15%.

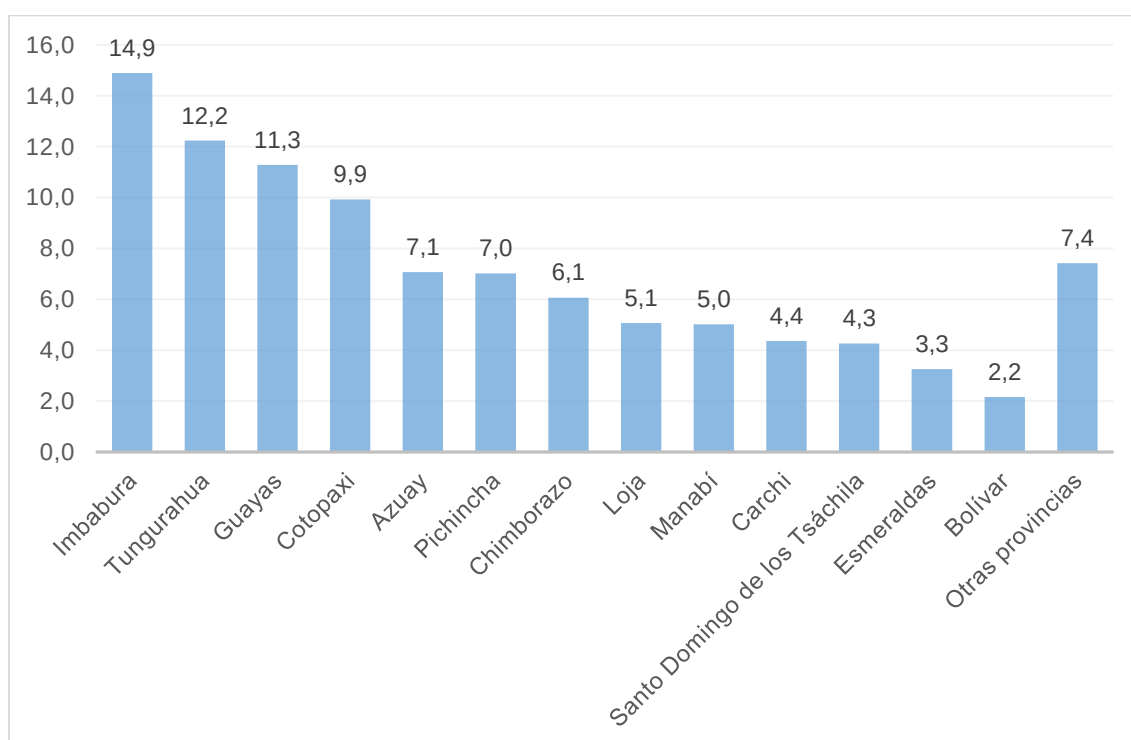


Figura 2. Procedencia de los encuestados (provincias).

El 29% de los encuestados provienen de las provincias limítrofes (Imbabura, Santo Domingo y Cotopaxi). Las provincias de donde proceden el menor porcentaje de encuestados fueron Napo, Pastaza, Orellana, Cañar, Santa Elena, Galápagos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe, con un porcentaje inferior al 1%.

Comparado a los datos de la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016, se observa que Imbabura lidera visita de forma reiterada, más sin embargo en los mercados si hay movimiento, pues para ese año los 5 principales mercados emisivos venían de las provincias de: Guayas, Manabí, Loja y Tungurahua.

3.2. Demografía de los turistas

El grupo de visitantes que llegan a la ciudad de Quito corresponde a un segmento de jóvenes y jóvenes adultos, que corresponde al 80% de los visitantes (Figura 3). Estos grupos etarios comprenden edades de 16 a 45 años, estos datos guardan relación con las estadísticas nacionales que hablan de una población joven a nivel nacional. Este

nivel se mantiene similar comparativamente a la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016.

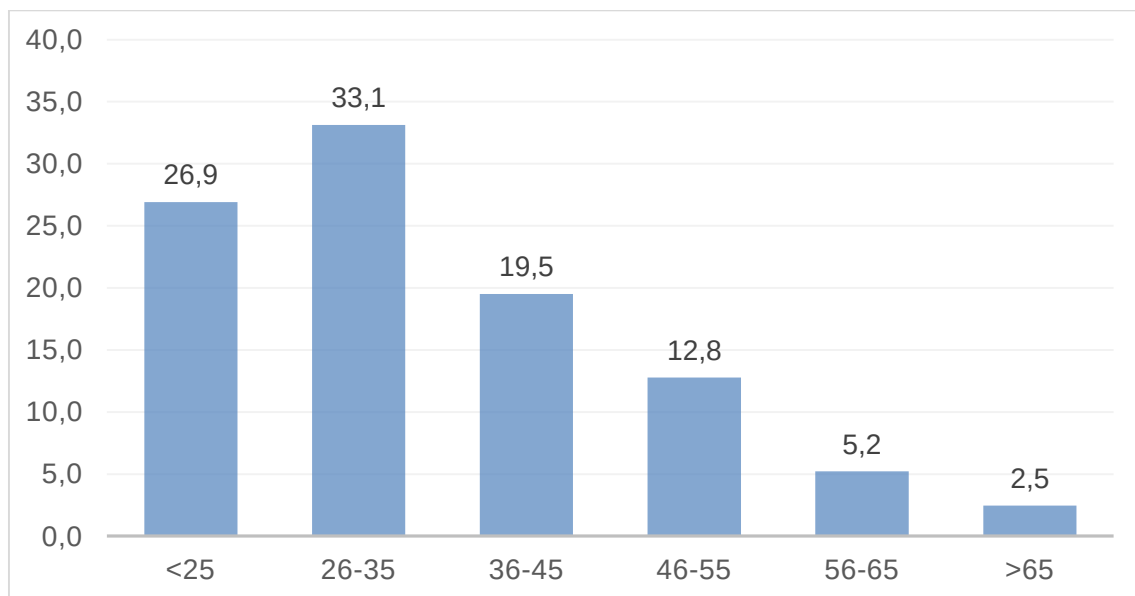


Figura 3. Edad de los encuestados.

Al contrario de las estadísticas poblacionales tanto nacionales como internacionales, donde la mujer posee mayor presencia, en la ciudad de Quito el mayor porcentaje de visitantes corresponden al género masculino con un 54% del total de encuestados. La diferencia es mínima, apenas un 8% en relación al segmento femenino. De forma similar al dato anterior, comparado con la encuesta del 2016, estos datos no presentan cambio significativo.

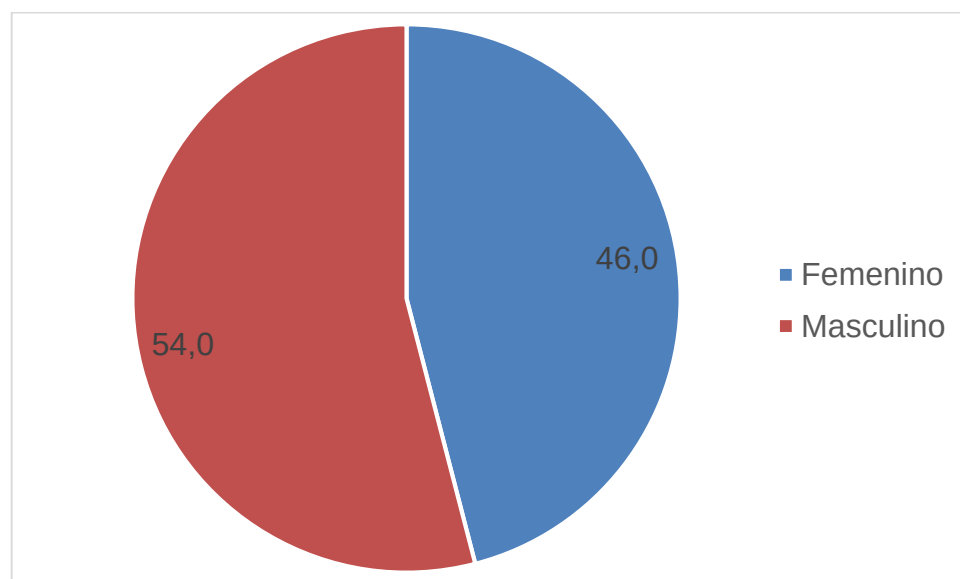


Figura 4. Género de los encuestados.

La primera interpretación que se obtiene es que la ciudad de Quito es visitada mayoritariamente por el segmento solteros (48%), seguido por el segmento casados, con un 37% del total de encuestados (Figura 5). Nuevamente este dato mantiene la franja de error permisible, para afirmar que no sufre cambio respecto a la medición del 2016.

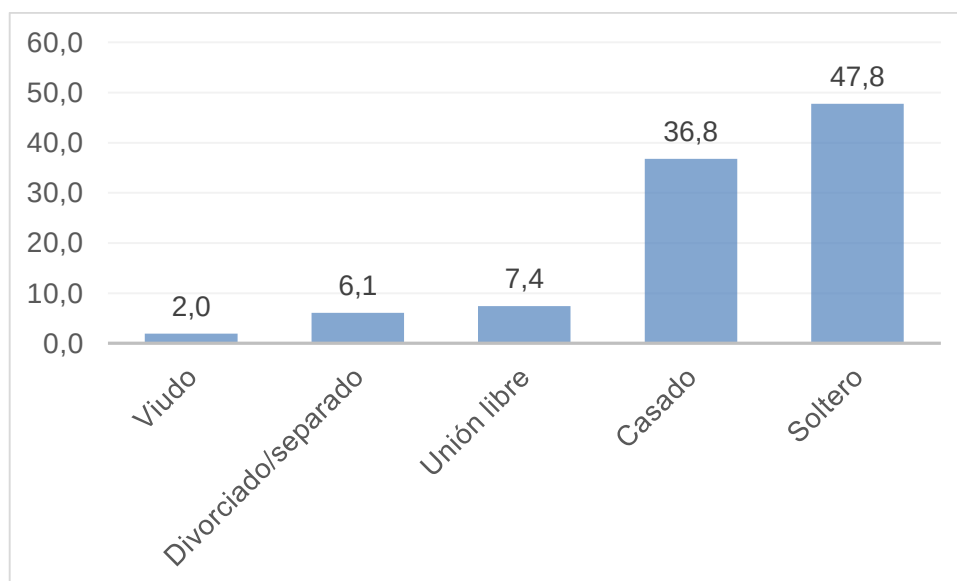


Figura 5. Estado civil de los encuestados.

En relación con la nacionalidad de los encuestados, el 98% son ecuatorianos, y extranjeros o ecuatorianos con doble nacionalidad, un 1% cada uno (Figura 6).



Figura 6. Nacionalidad de los encuestados.

La población económicamente activa (PEA) corresponde a un segmento joven adulto, que en un 36% pertenece al sector privado y en un 27% al sector público, este dato es coherente con las estadísticas nacionales sobre población y empleo (Figura 6). Seguido por el segmento estudiantes (22%), tanto secundarios como universitarios. Respecto a lo datos de la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016, se observa un ligero decremento de empleados privados y desempleados, que se recarga en aquellos que reportan como actividad al empleo público y a los jubilados, Dicha variación es de aproximadamente 2%, fuera del margen de error.

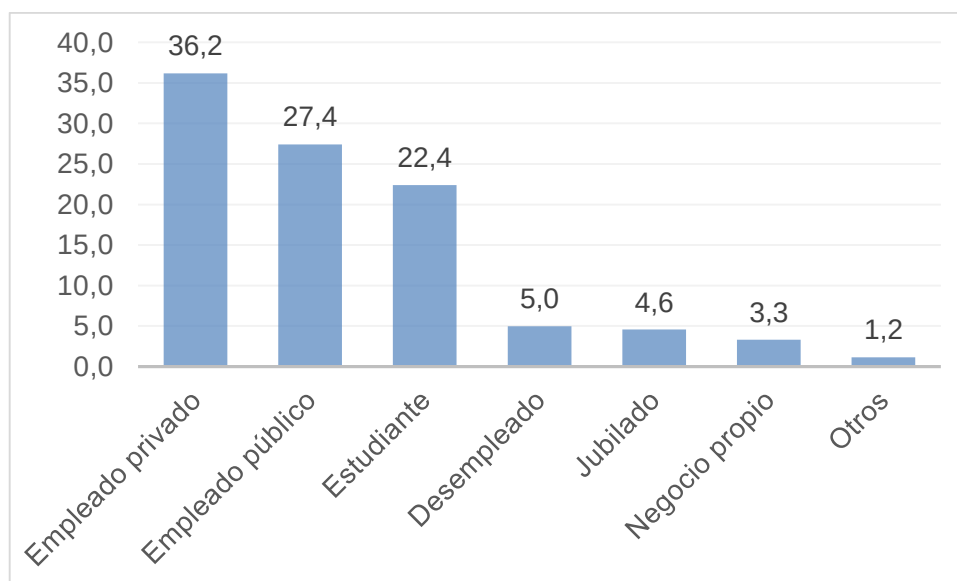


Figura 7. Situación laboral de los encuestados.

La mayoría de los visitantes nacionales que llegan a la ciudad de Quito afirman que sus ingresos mensuales están entre 400 y 1.000 dólares (37%). En segundo lugar, se encuentran aquellos que perciben una remuneración que no supera el salario básico (32%) (Figura 8). El 8% de los visitantes percibe una remuneración mayor a 1.001 dólares. Destaca que el 23% no percibe remuneración, correspondiente principalmente a estudiantes. Comparado al 2016, se registra un aumento importante entre el segmento de personas sin ingresos o que perciben ingresos básicos de un 10%, y un ligero decremento de personas con ingresos que superen los 1.000 USD del 3%.

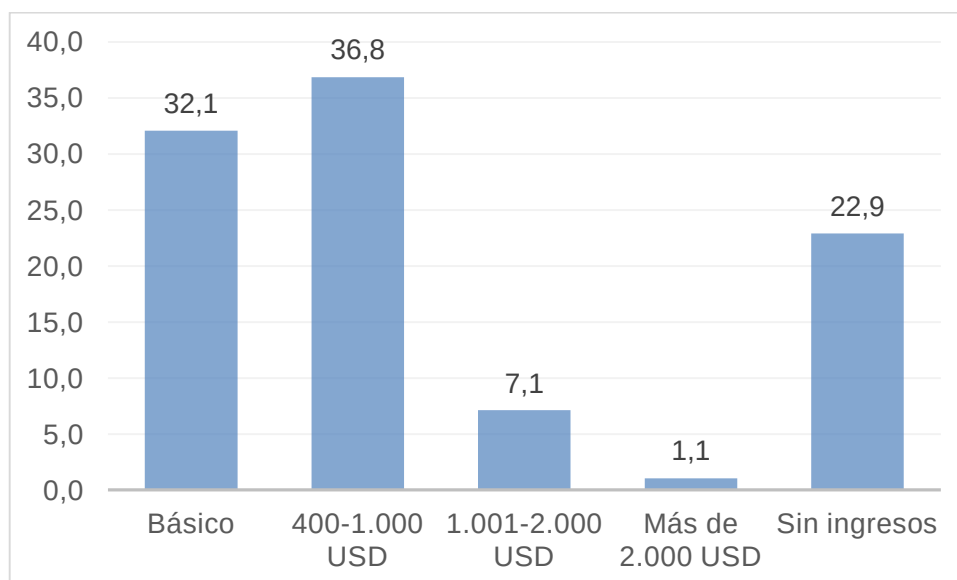


Figura 8. Ingresos mensuales de los encuestados.

El nivel de estudio de los visitantes que llegan a la ciudad de Quito corresponde al nivel superior, ya sean profesionales o cursando sus estudios de tercer nivel, con un 46% del total de encuestados (Figura 8), y en segundo lugar el nivel secundario con un 33%. Estos datos se relacionan en forma directa con los grupos etarios que visitan la ciudad de Quito. Respecto al 2016 los datos son similares, 1 de cada 2 personas con estudios de cuarto nivel y uno 1 de cada 3 con secundarios.

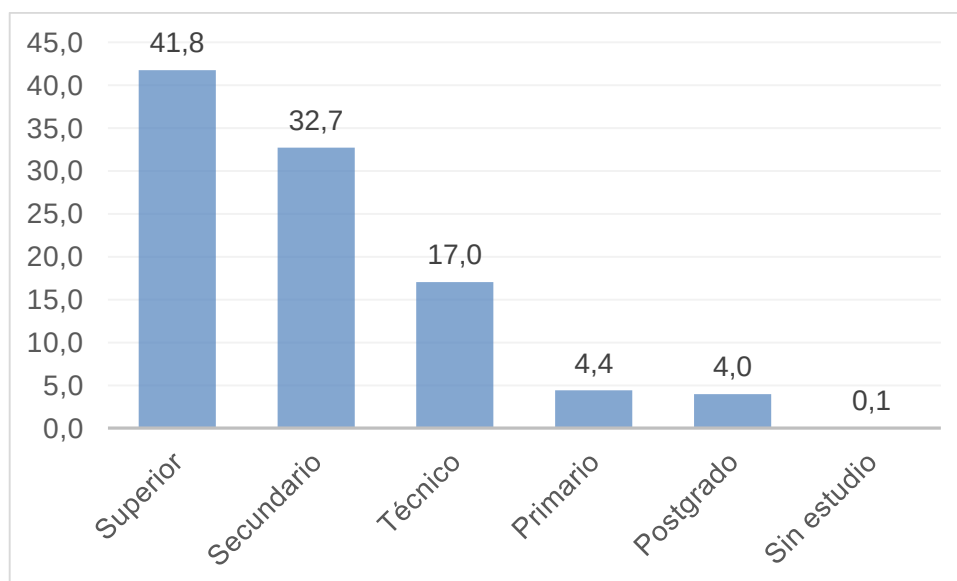


Figura 9. Nivel de estudios de los encuestados.

3.3. Acompañamiento

La ciudad de Quito es un destino preferido mayoritariamente por el segmento familias, con un 46% del total de encuestados, al ser la capital del país lo convierte en un destino obligado de visita. Seguido por las personas que viajan solas con un 22% del total, cabe recalcar que estos segmentos mayoritarios son totalmente opuestos. En compañía de amigos o parejas son opciones preferidas por el 17% y el 14%, respectivamente. Respecto a lo datos de la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016, se observa un decremento de un 10% de disminución del viaje en solitario y aumento a 8 de cada 10 en viajes grupales.

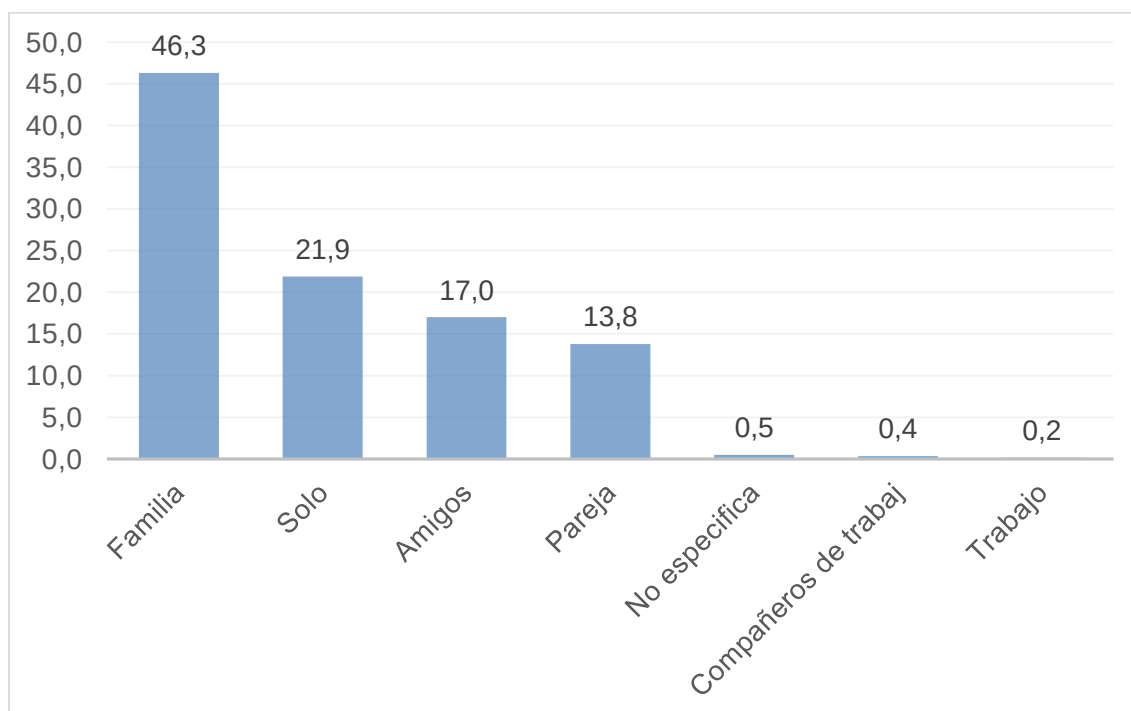


Figura 10. Acompañamiento de los encuestados.

El 60% de los encuestados visitaron Quito en familia o en pareja, mostrando que la ciudad es un destino que ofrece alternativas de ocio para el segmento de la población que gusta de viajar en compañía de su núcleo familiar. Resalta el porcentaje de encuestados que visitaron Quito en compañía de amigos, ya que representa únicamente el 17%, que puede deberse a la falta de una oferta consolidada de ocio para este segmento. Destaca la preferencia por viajar Solo (22%).

Los grupos de visita están conformados en promedio por 2 adultos y 2 niños, observando mayor diferencia en el número de acompañantes en adultos, con un rango entre 1 y 24 personas por grupo (Tabla 2).

Tabla 2. Acompañamiento – número de personas

	Adultos	Niños	Total
Media	1,97	1,69	1,92
Desviación estándar	1,422	1,120	1,936
Mínimo	1	1	0
Máximo	24	17	27

3.4. Motivo principal de viaje

El principal motivo para viajar a Quito es la visita a familiares y amigos (20%). Destaca la motivación por finalidades turísticas (31%) enfocadas en la visita a sitios de relevancia cultural, turismo urbano, de preferencia en sus mercados, parques y plazas, y la visita a museos (Figura 11). Dado que Quito concentra gran cantidad de servicios públicos y privados, el 7% de los encuestados viajaron por negocios o por fines profesionales. De forma comparativa con el estudio del 2016, las principales 5 motivaciones de viaje han variado de la siguiente forma

Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito, realizada en el 2016	Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito, realizada en el 2019
Visita a familiares o amigos	Visita a familiares o amigos
Lugares de relevancia natural o cultural	Visita a mercados o sitios de artesanía
Profesional o negocios	Turismo urbano
Gastronomía	Compras - Centros comerciales
Turismo urbano	Gastronomía

De forma similar, las actividades menos demandadas son comparativamente:

Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito, realizada en el 2016	Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito, realizada en el 2019
Turismo de congresos y eventos	Turismo de congresos y eventos
Relajación, spa, estética	Visitas teatralizadas
Observación de aves	Turismo comunitario
Turismo comunitario	Observación de aves
Turismo LGBTI	Turismo LGBTI

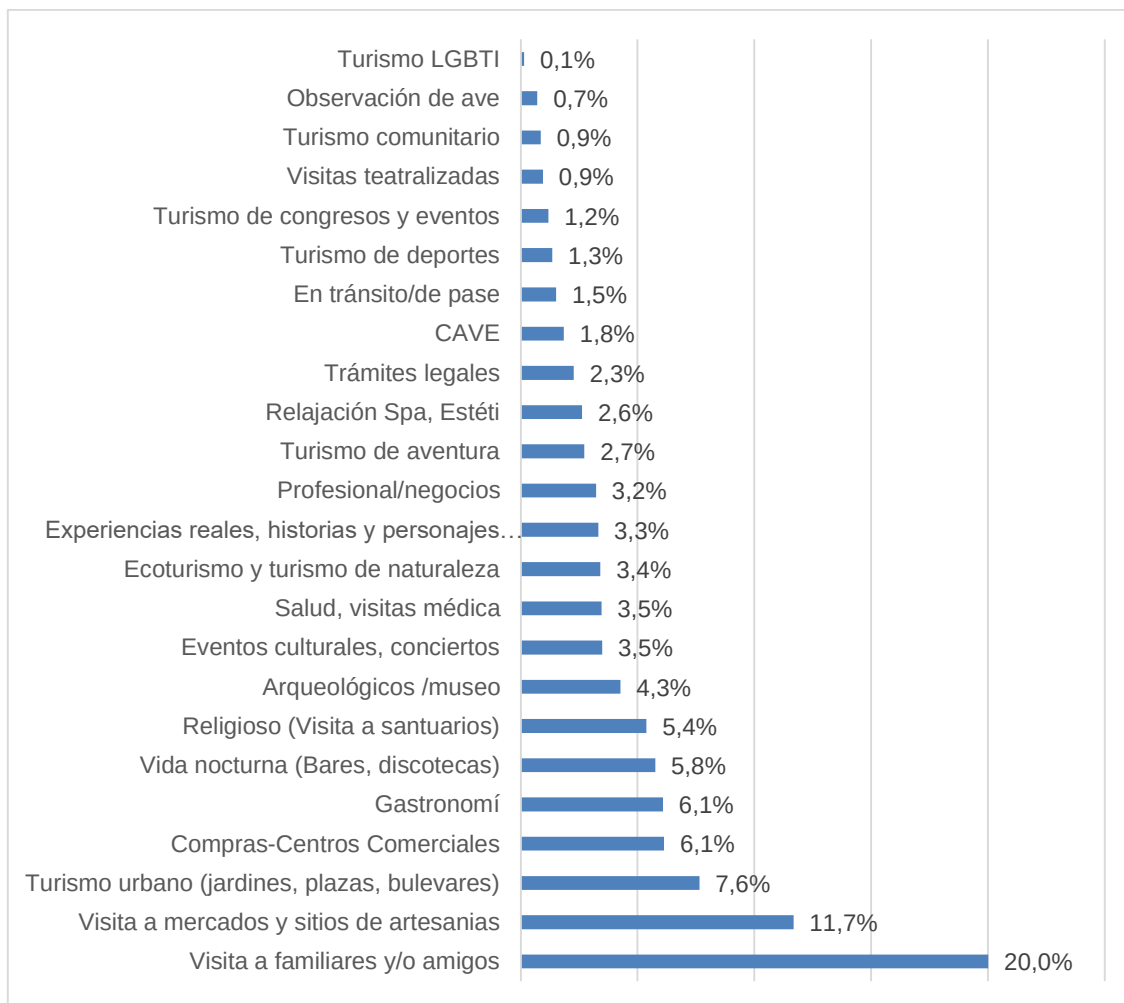


Figura 11. Tipos de visita de los encuestados.

Otros sectores que se destacan, son la visita por compras y visita a centros comerciales, gastronomía y vida nocturna con 6% cada uno.

3.5. Sitios más visitados

La mayoría de los sitios más visitados de la ciudad de Quito se localizan en su Centro Histórico, con excepción de la zona de la Mitad del Mundo, El Teleférico, Parque La Carolina y La Mariscal (Figura 12). Comparativamente con el estudio del 2016, se observa una consolidación de flujos en los mismos lugares.

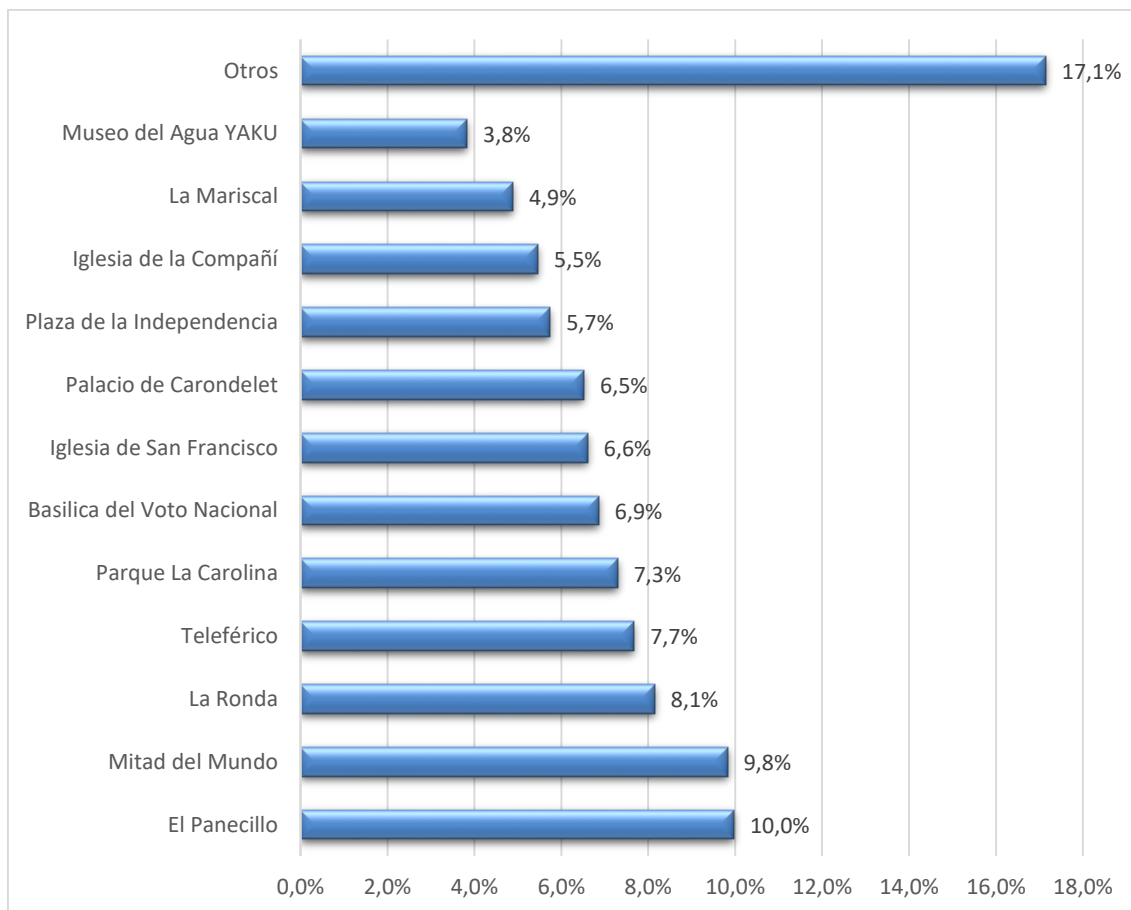


Figura 12. Porcentaje de visita a los sitios turísticos de la ciudad de Quito.

3.6. Conocimiento de la ciudad

El principal medio de comunicación utilizado por los encuestados para obtener información de la ciudad de Quito fue la comunicación directa con amigos y/o familiares (Figura 13). Las redes sociales, televisión y las páginas web son otro importante medio donde los encuestados buscaron información de la ciudad. Finalmente, destaca que un bajo porcentaje de encuestados que se informaron de Quito por medio de los centros de información turística, campañas turísticas, prensa y radio o agencias de viaje, planteando que es necesario revisar su operatividad y gestión. De forma similar al 2016, se mantiene los mismos medios para recibir información del destino, sin embargo, se observa que gana mayor amplitud (con un incremento del 7%) la recomendación de amigos o familiares y de redes sociales, con un aumento de un 4%.

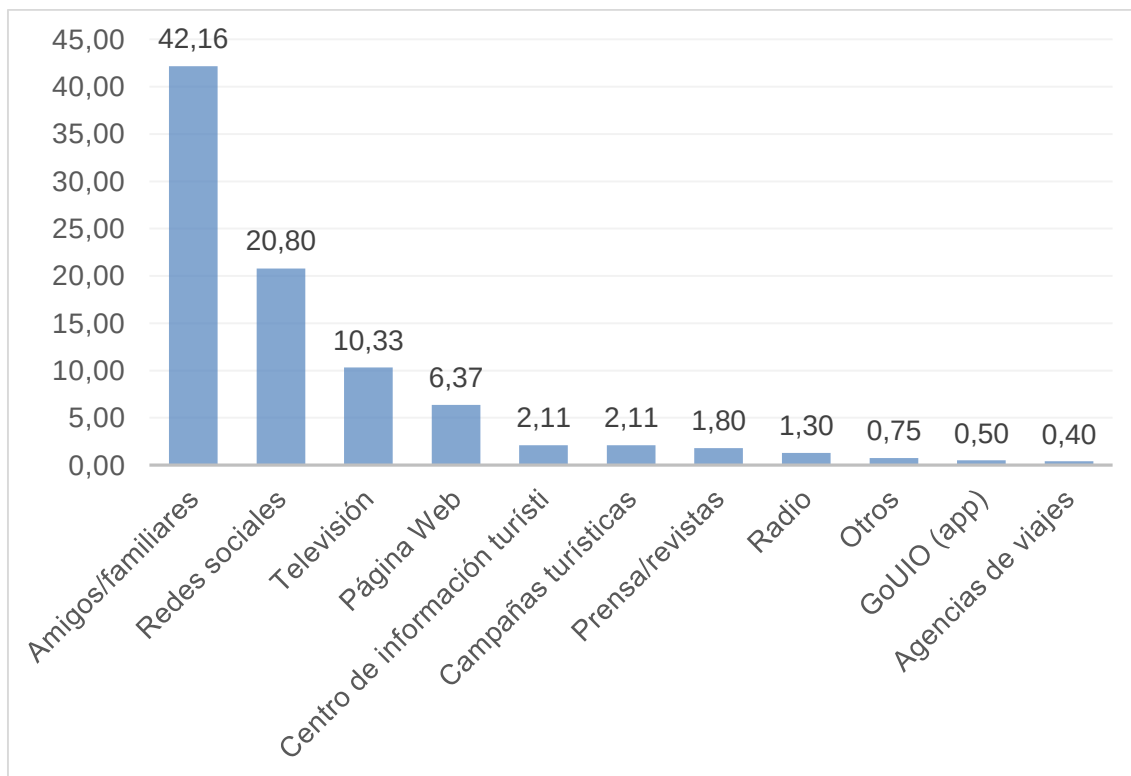


Figura 13. Medio de comunicación utilizado para obtener información de Quito.

3.7. Tipo de viaje

El 86% de los encuestados realizó su viaje a la ciudad de Quito por sus propios medios, es decir, no contrató los servicios de intermediación (Figura 14). La falta de una cultura de viaje a nivel país es evidente, los viajes no planificados son cada vez más frecuentes. El 69% de quienes realizaron un viaje organizado lo hicieron con una agencia de viajes, aunque del total de encuestados es un valor poco representativo (2%). En términos comparativos al 2016, se mantiene la misma estructura dentro de los márgenes de error de las muestras.

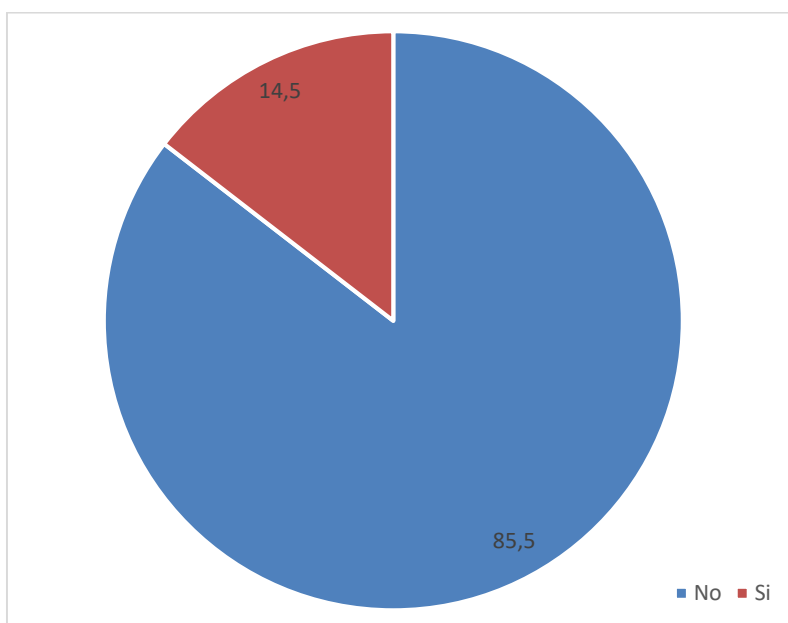


Figura 14. Grupo organizado de viaje.

La mayoría de los encuestados (86,3%) ha tenido una experiencia de viaje anterior en la ciudad de Quito, mientras que para un 13,7% es la primera vez que conocen la ciudad (Figura 15).

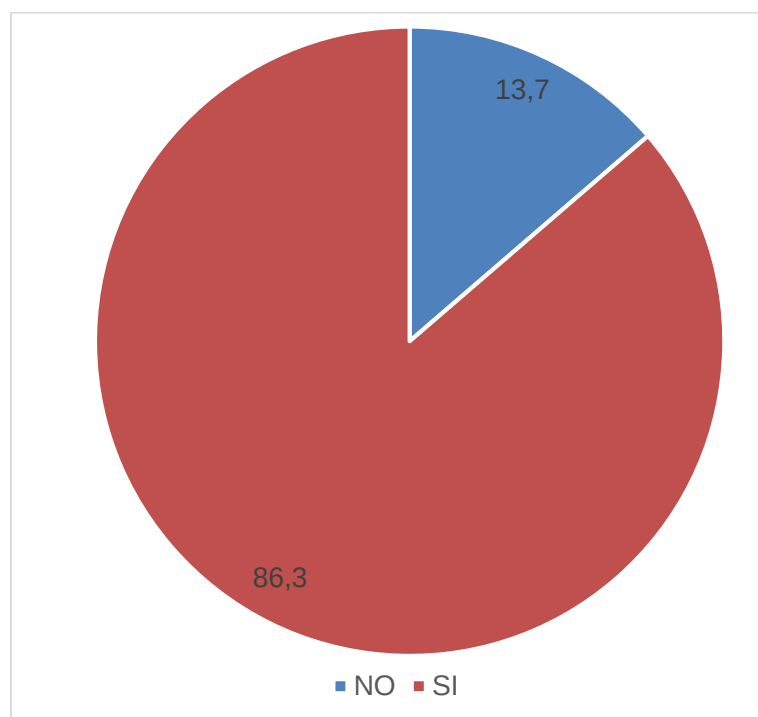


Figura 15. Grado de conocimiento de la ciudad.

Quienes no habían visitado Quito anteriormente, esgrimieron razones principalmente relacionadas con falta de tiempo u oportunidad, así como de recursos económicos (Figura 16). Y quienes ya visitaron Quito con anterioridad, lo hicieron principalmente para visitar a familiares y amigos (30%), turismo (15,5%) y por trabajo (11%) (Figura 17).

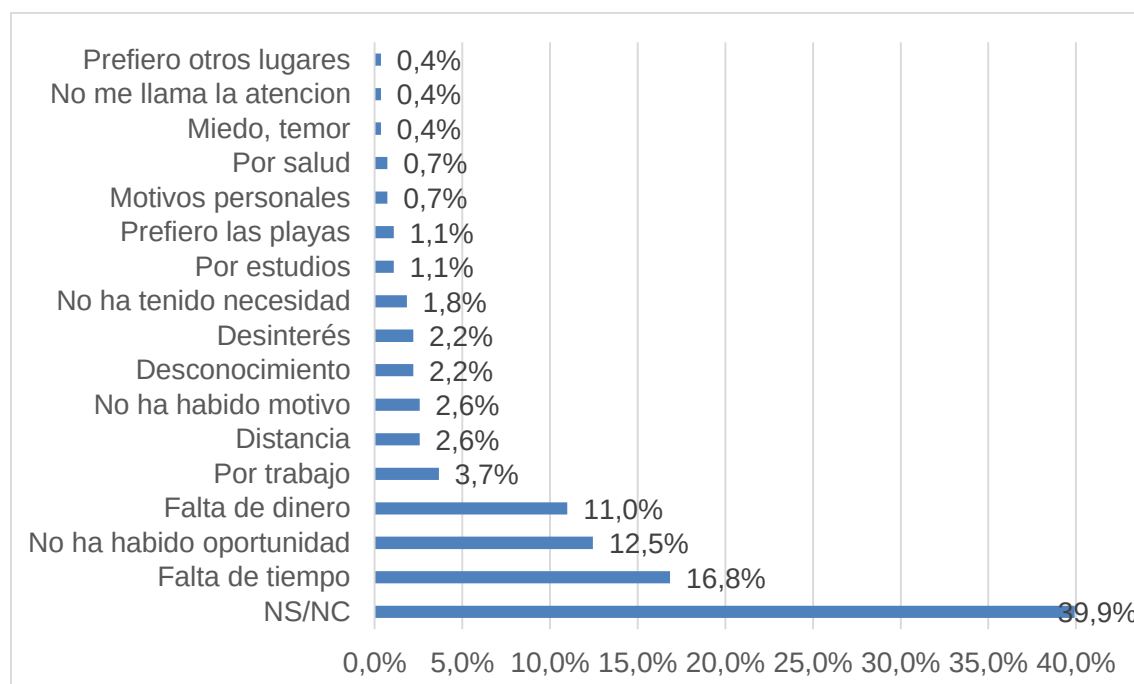


Figura 16. Razones para no haber visitado Quito anteriormente

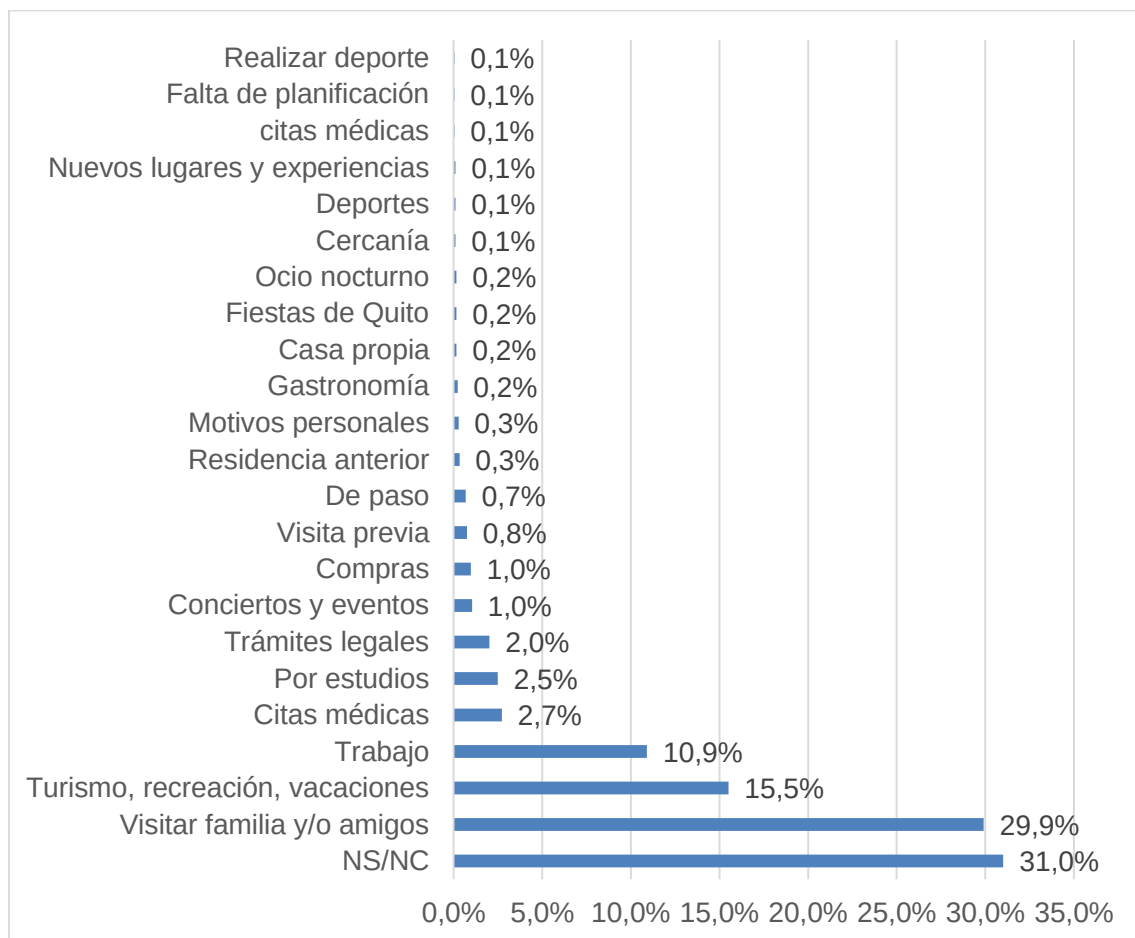


Figura 17. Razones para haber visitado Quito anteriormente

La frecuencia de visita a la ciudad de Quito en su mayoría corresponde a dos veces al año (30%) (Figura 18). El 77,4% visita Quito más de una vez al año, valor que muestra que Quito es una ciudad que posee una oferta variada de servicios, tanto turísticos como de otra índole. 2 de cada 3 visitantes lo hicieron por primera vez. Respecto a lo datos de la *Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito*, realizada en el 2016, se observa un aumento de frecuencia de 2 visitas año, en decremento de más de 5 veces por año, demuestra un cambio en el comportamiento de al menos 16% de la muestra, que puede deberse a mayor visibilidad de otros destinos nacionales o la no oferta de productos innovadores.

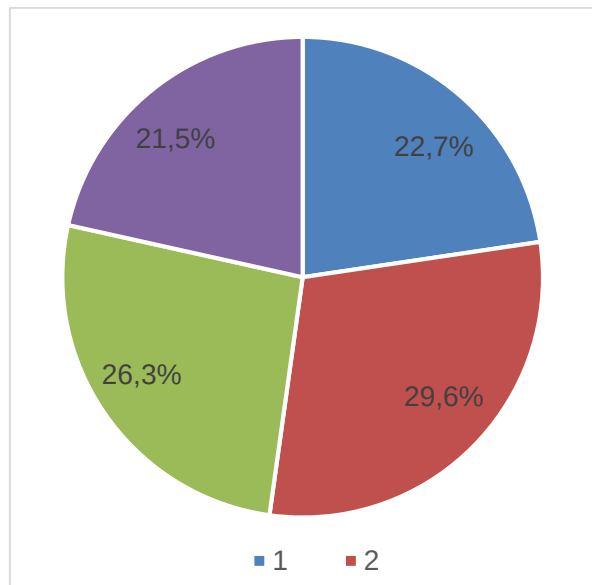


Figura 18. Frecuencia de visita a la ciudad de Quito.

Quito no posee una temporada fija para albergar visitantes (Figura 19). La mayoría de encuestados no definen días o temporadas específicas para viajar (53%). Los fines de semana y feriados ocupan un 21% en temporalidades de visita hacia la capital.

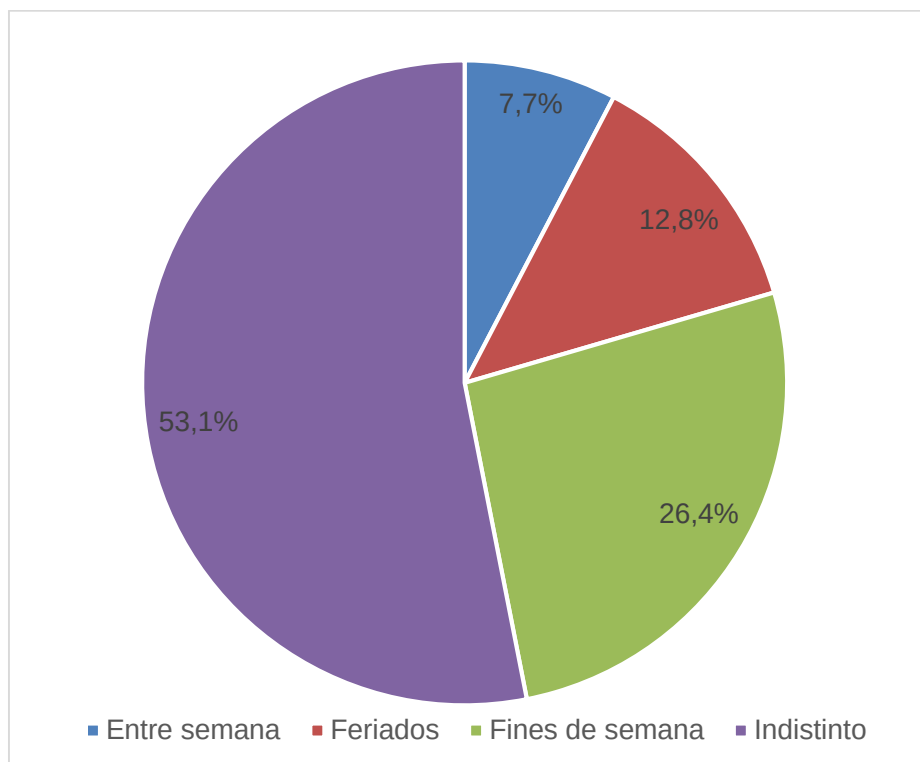


Figura 19. Temporada de visita a la ciudad de Quito.

En relación con los feriados, los preferidos por los visitantes para venir a Quito son Navidad y Fin de Año, seguido de difuntos, dos festividades con una alta carga familiar (Figura 20). En tercer lugar, está carnaval y, posteriormente, Fiestas de Quito y Vacaciones de verano.

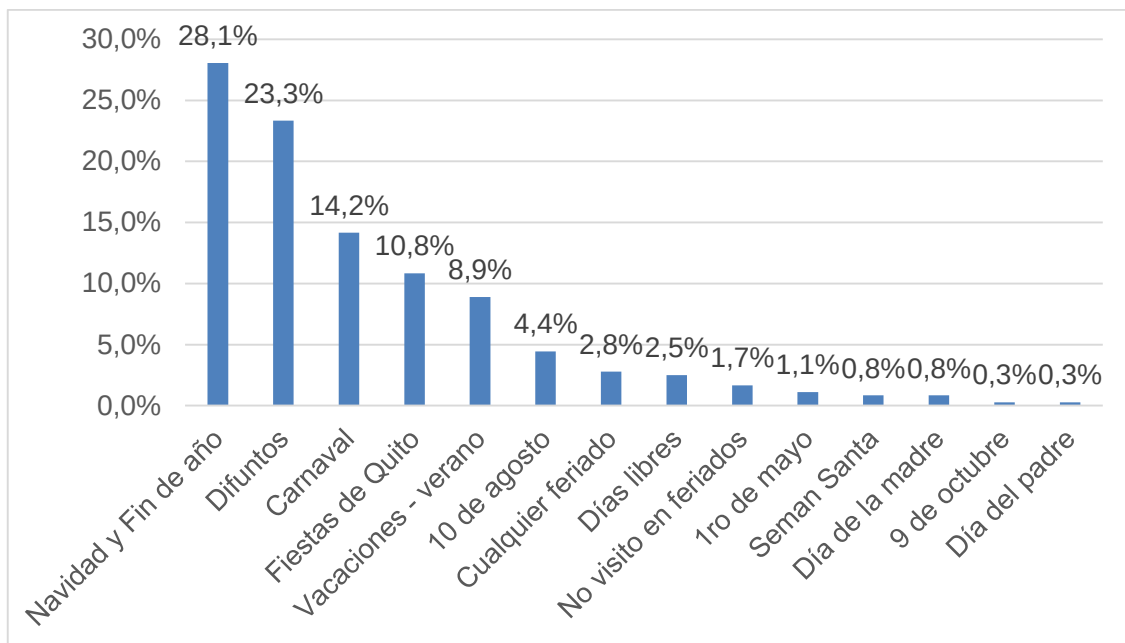


Figura 20. Feriados en los que visita la ciudad de Quito.

El tiempo para planificar el viaje no fue homogéneo entre los encuestados (Figura 21). Destaca que 2 de cada 10 visitantes no planificaron su viaje, así como lo hicieron con más de 5 días de anticipación.

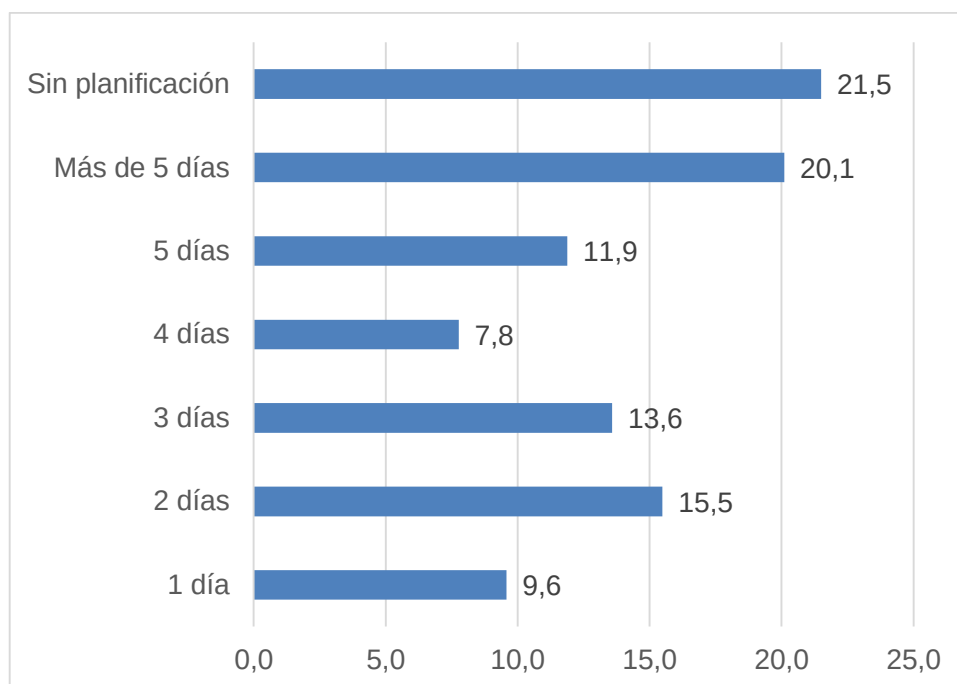


Figura 21. Tiempo de anticipación para planificar el viaje.

3.8. Medio de transporte para llegar a la ciudad

La llegada de los visitantes a la ciudad de Quito en su mayoría es por vía terrestre (95,6%), debido a que los porcentajes más altos corresponden a bus público y auto propio (Figura 22). Estos datos marcan tendencia debido al mejoramiento vial a nivel nacional experimentado en los últimos años. El transporte aéreo lo utilizan un 4% de los encuestados, principalmente a través de las aerolíneas Tame, Latam y Avianca (Figura

23). En cuanto a las compañías de transporte utilizadas, destaca Flota Imbabura, Transportes Ecuador, TransEsmeraldas y Cooperativa Baños (Figura 24). Comparado al 2016, se mantiene que 9 de cada 10 lo hacen de forma terrestre, con un incremento de quienes nos visitan con auto propio de un 12% y un decremento de quienes llegan por vía aérea de un 7%.

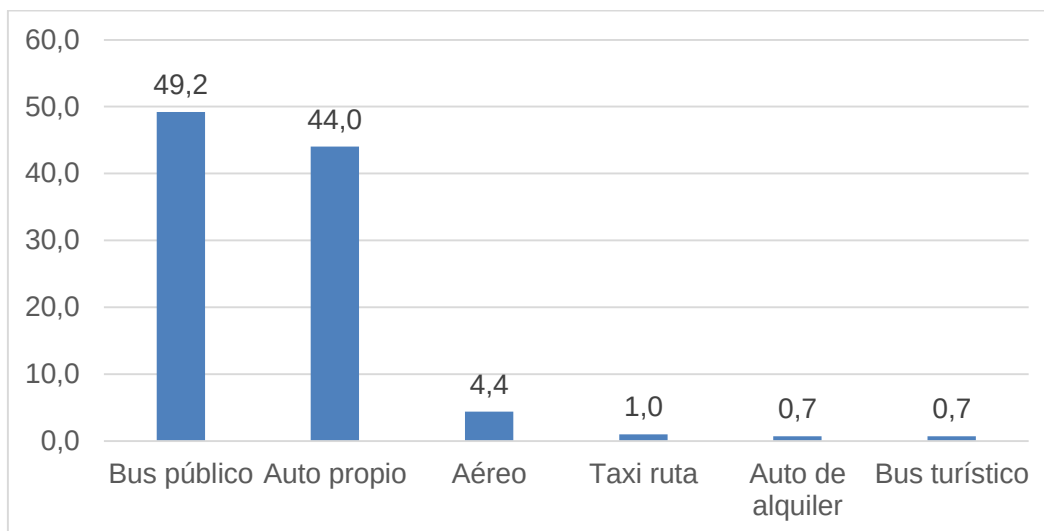


Figura 22. Medio de transporte de visita a la ciudad de Quito.

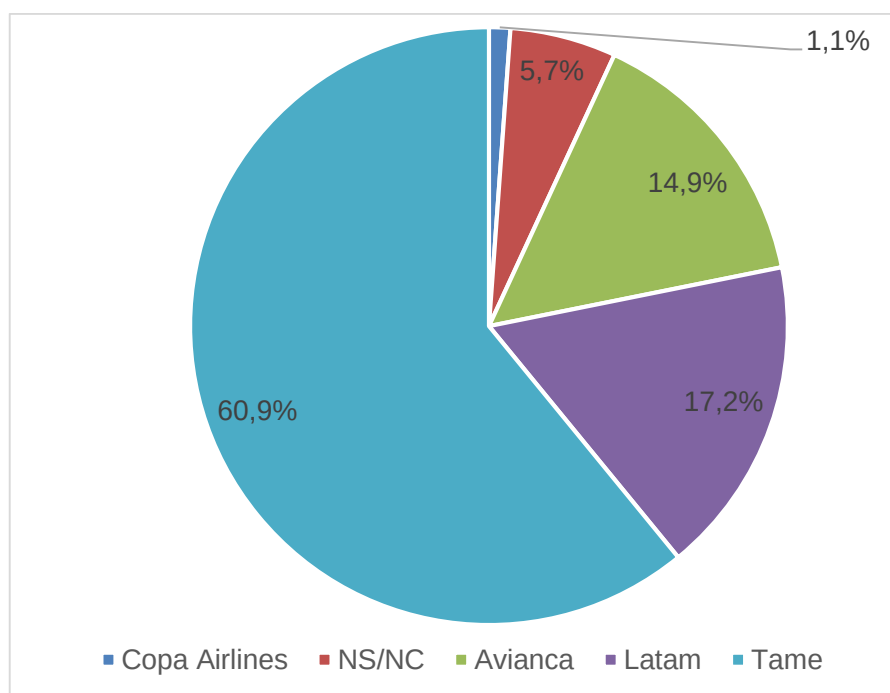


Figura 23. Compañía de transporte aéreo.

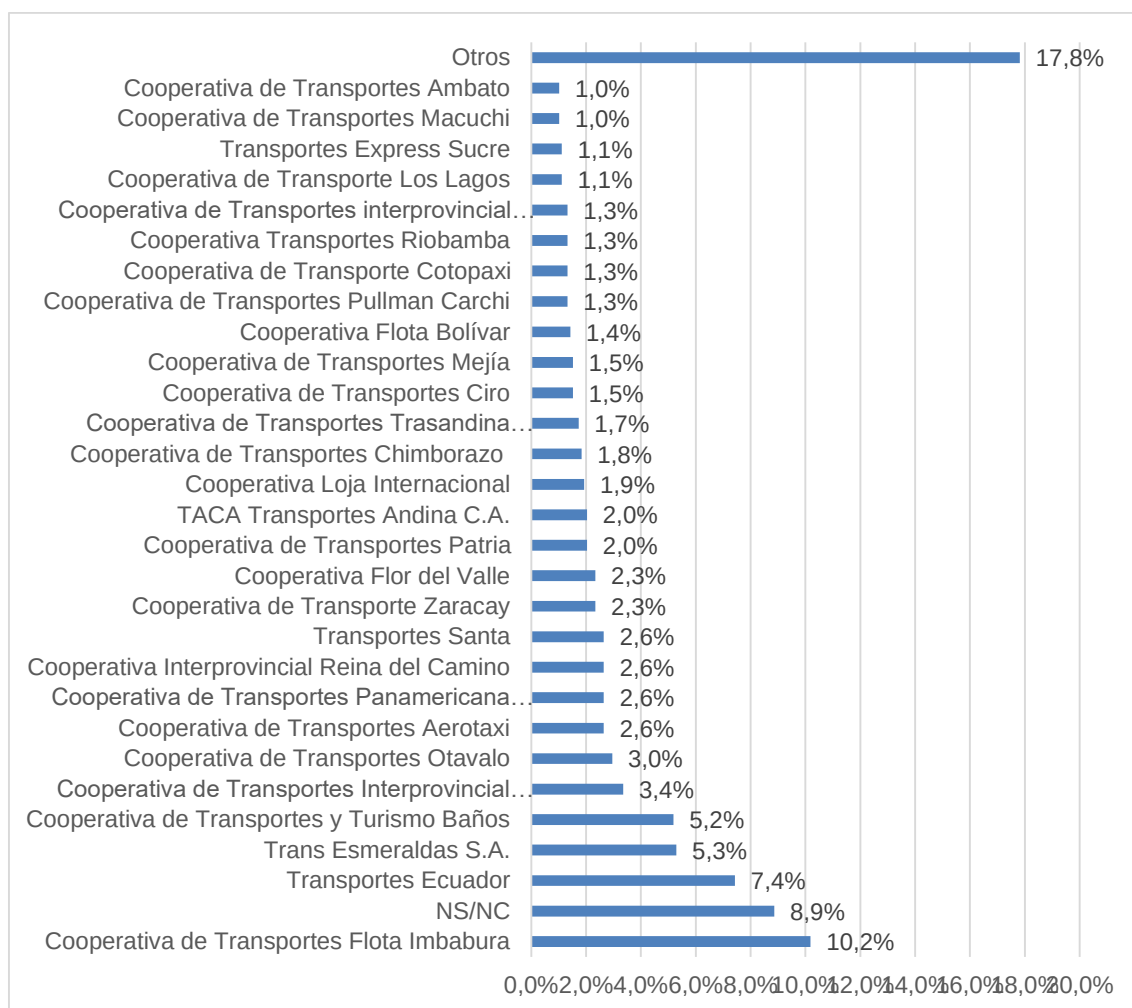


Figura 24. Compañía de transporte terrestre de pasajeros.

3.9. Estancia media en la ciudad

8 de cada 10 visitantes pernoctaron en Quito (Figura 25), es decir, pueden considerarse turistas. La mayoría de los visitantes que llegan a Quito eligen pernoctar en casa de amigos y familiares (69%) mientras visitan la ciudad (Figura 26). Aquellos turistas que eligen establecimientos de alojamiento corresponden a un 25%, entre los cuales se puede mencionar hoteles, hostales, pensiones o residencias. Tres de cada 4 visitantes que utilizaron establecimientos de alojamiento lo califican como muy bueno o excelente (Figura 27). Las calificaciones de regular o malo no superaron el 3% en su conjunto. De acuerdo al estudio de 2016, se observa que el alojarse en residencia propia o donde familiares o amigos creció en un 7 %, por lo que actualmente 3 de 4 turistas no usan servicios de alojamiento de la ciudad.

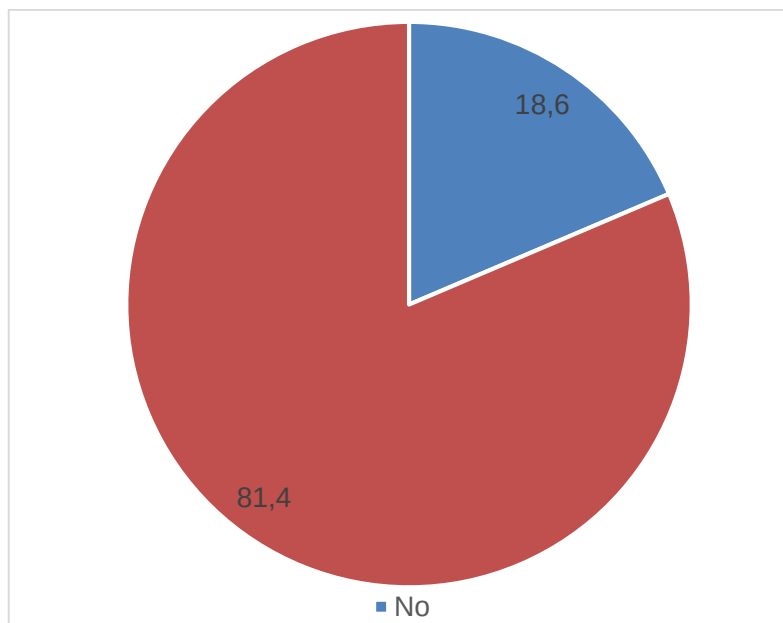


Figura 25. Pernoctación en Quito.

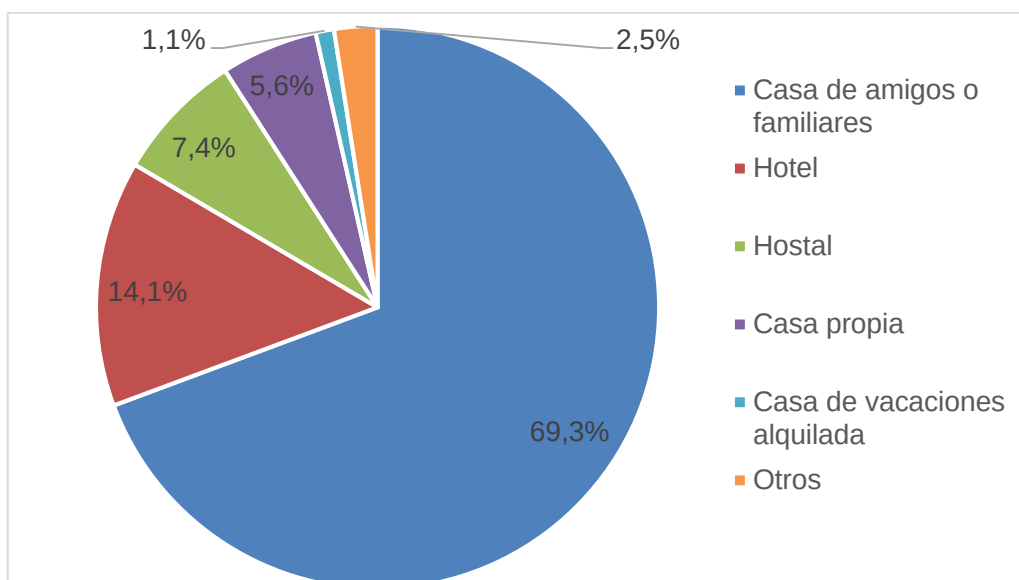


Figura 26. Alojamiento de los encuestados.

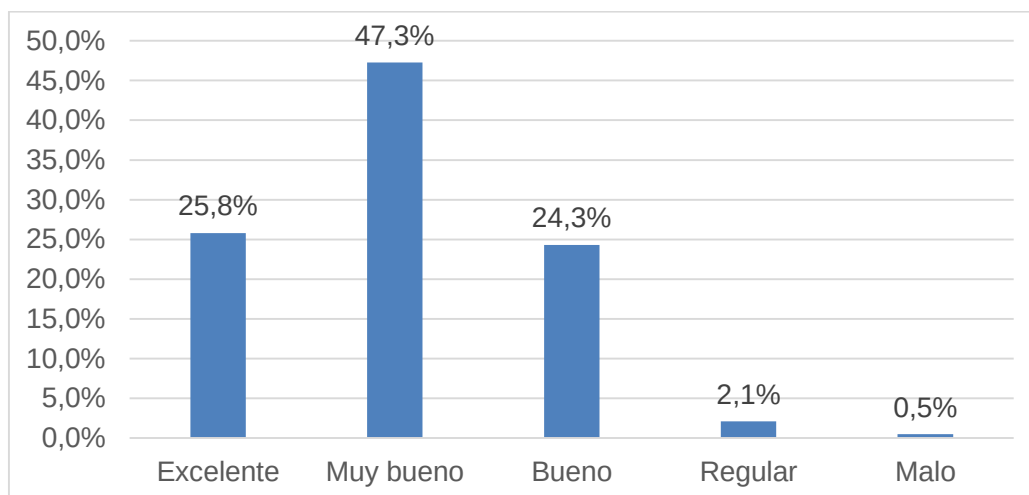


Figura 27. Valoración del alojamiento por los encuestados.

El tiempo de estadía en la ciudad de Quito por parte de los visitantes está dividido en tres grupos con porcentajes similares (Figura 28), siendo el primer rango de 2 días, seguido por 3 días, y por último 1 día. Se observa que el 54% de los encuestados prefieren visitas cortas de 2 a 3 días, y el 20% prefiere visitas medias de 4 a 8 días.

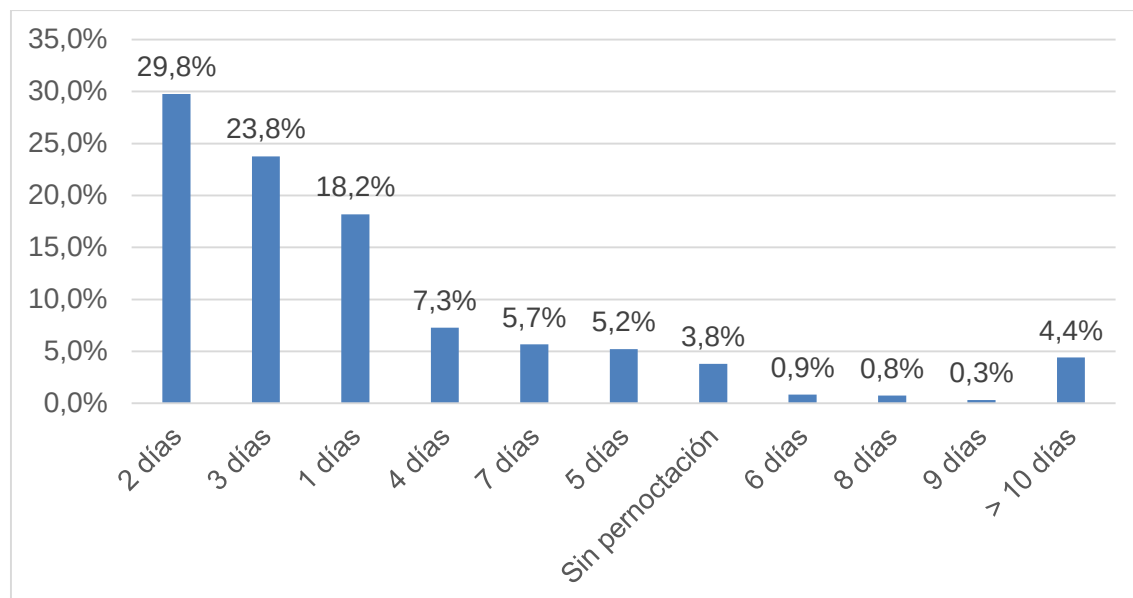


Figura 28. Estancia media de los encuestados.

3.10. Aspectos positivos y negativos de la visita

Los principales aspectos positivos de la experiencia de los visitantes en la ciudad (Tabla 3) que se distinguen son:

- La arquitectura de la ciudad, principalmente de su centro histórico y zona comercial moderna.
- la cultura de la gente y la atención al cliente, en vista de que muchos se sintieron acogidos en la ciudad e indicaron que la gente es amable;
- la variedad de opciones para comprar productos, desde centros comerciales hasta locales de artesanías.
- el conocimiento que ellos obtuvieron sobre arte de la ciudad y, el aprendizaje de las costumbres y tradiciones, ya que mencionaron haber participado en actividades culturales que les permitieron conocer un poco más sobre Quito;
- la accesibilidad de los servicios, ya que esto ayuda a que los visitantes puedan optar por distintas alternativas de transporte, diferentes tipos de instituciones de educación, así como también mayor facilidad para conseguir un empleo; y,
- los espacios verdes, que permiten la interacción de niños y adultos.

Como aspectos con una valoración neutra, ni positivos ni negativos mayoritariamente, se tuvo el alojamiento y el transporte público. En contraste a lo mencionado anteriormente, la mayoría de los encuestados expresaron que el tráfico fue el aspecto que menos fue de su agrado durante su permanencia en Quito (Tabla 3). Seguido de la contaminación ambiental y muchas veces mencionado como delincuencia en general. Destaca el alto descontento con temas relacionados con la discriminación y xenofobia que sintieron o percibieron los visitantes. Finalmente, temas relacionados con el comercio, al sentir que los precios son elevados o que existe un maltrato por parte de los comerciantes a los turistas. En cuanto a lo identificado en el 2016, se observa que

los aspectos negativos y positivos giran alrededor de los mismos temas identificados anteriormente.

Tabla 3. Aspectos positivos y negativos de la visita

Aspectos de visita	Positivo	Negativo
Arquitectura de la ciudad	95,5%	4,5%
Atención al cliente	87,9%	12,1%
Variedad de lugares de compra	86,6%	13,4%
Cultura	85,4%	14,6%
Aprendizaje de costumbres y tradiciones	83,9%	16,1%
Parques	81,1%	18,9%
Variedad de servicios turísticos	79,7%	20,3%
Accesibilidad a los servicios	77,5%	22,5%
Ornato de la ciudad	76,7%	23,3%
Falta de alojamiento adecuado	42,5%	57,5%
Transporte público	41,9%	58,1%
Precios elevados	37,6%	62,4%
Maltrato de los comerciantes	32,9%	67,1%
Discriminación	29,9%	70,1%
Xenofobia	29,6%	70,4%
Inseguridad	19,4%	80,6%
Contaminación de la ciudad	18,9%	81,1%
Tráfico	17,9%	82,1%

3.11. Gasto Diario

Los visitantes que llegan a la ciudad de Quito tienen un gasto promedio de 60 dólares diarios, tendencia que está acorde al gasto promedio del turista que llega a Ecuador (Tabla 4). Un 79% de los encuestados declaró un gasto diario entre 1 y 60 dólares, valor que se relaciona con el tipo de alojamiento y motivación del viaje (visita a familiares y amigos). Comparado al 2016 este gasto aumentó en 10 USD por día.

Tabla 4. Gasto diario de los encuestados (USD).

	Media	Desviación estándar
Gasto total	60,04	±180,540
Alojamiento	8,16	±29,60
Alimentación	24,76	±86,32
Recreación	27,11	±96,80

En cuanto a la distribución del gasto por rangos, el 75% de los encuestados declaró un gasto de hasta 50 USD. Comparado con el estudio de 2016, este rango de gasto se ha incrementado en un 4%. Se observa que el gasto en rangos superiores a 200 USD ha disminuido, dado el aumento del rango menor a 50 USD. Es importante señalar, que apenas un 0,3% de los encuestados declararon no haber gastado en ninguno de los servicios.

Tabla 5. Gasto diario de los encuestados por rango de gasto.

Rango de gasto (USD)	Porcentaje (2019)	Porcentaje (2016)
<20	30,2	34
21-50	44,4	37
51-100	17,4	19
101-200	6,0	6

201-500	1,2	3
>500	,6	1

En general, los turistas destinan de manera equitativa su dinero a alojamiento, alimentación y recreación (Figura 29). Esto se observó en todos los rangos de gasto.

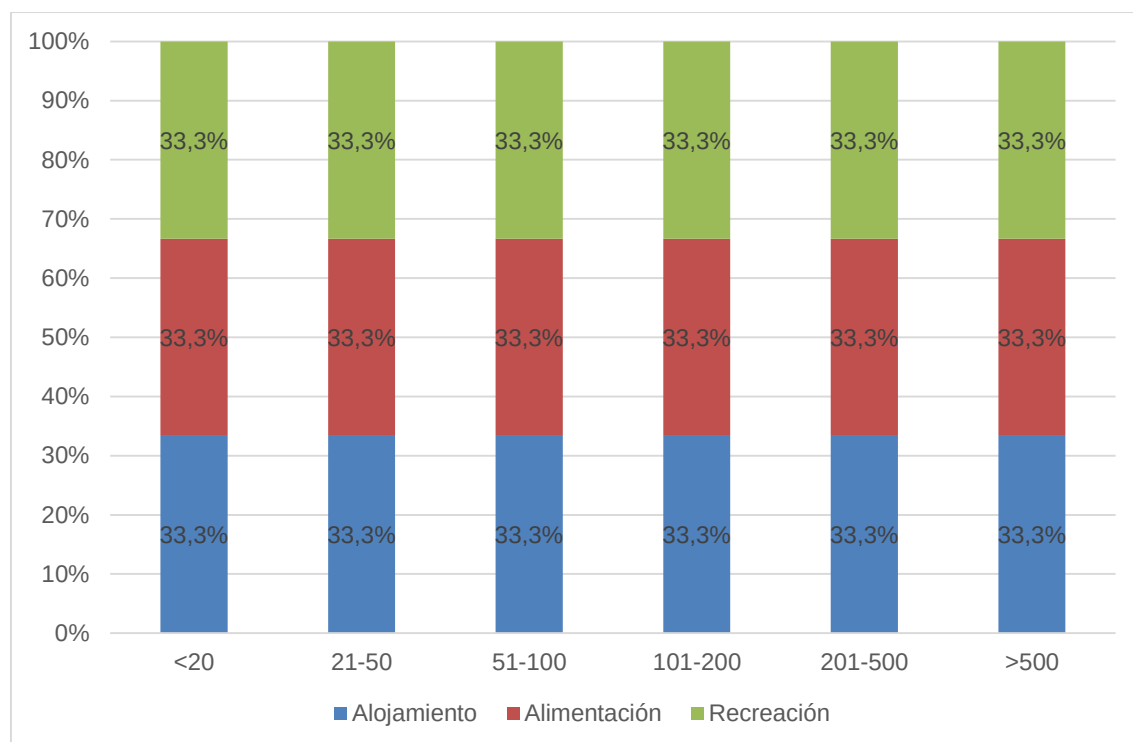


Figura 29. Distribución del gasto diario de los encuestados por servicio.

3.12. Valoración de la experiencia

De forma similar a los hallazgos del estudio del 2016, el 97% de los encuestados indicó su deseo de regresar nuevamente a Quito (Figura 30), valor que es muy satisfactorio y pone de manifiesto que la ciudad, en general, cumple con las expectativas de sus visitantes y turistas. Pero, no se debe olvidar que un 3% no desea regresar a Quito, principalmente por el tráfico, la contaminación y la inseguridad existente, factores que ahuyentan al turismo nacional e internacional.

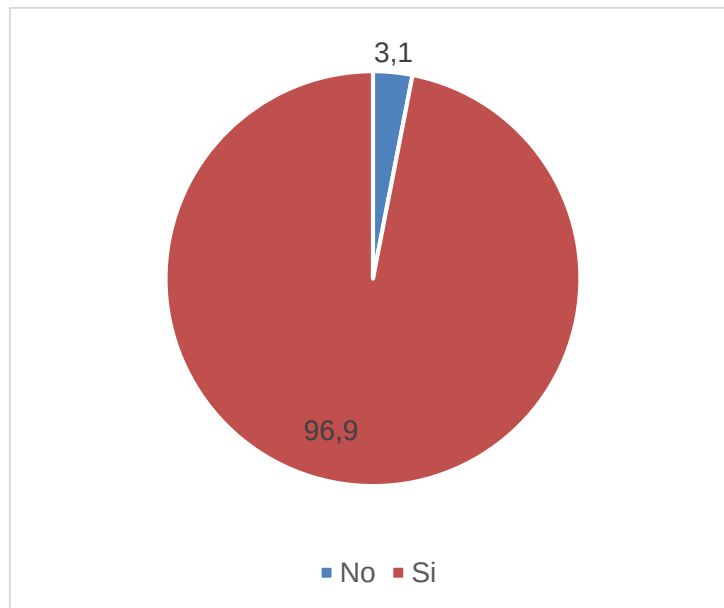


Figura 30. Deseo de volver a visitar Quito por parte de los encuestados.

Valores similares a los anteriores se obtuvieron cuando el turista nacional fue consultado sobre si recomendaría Quito como sitio de visita, ya que únicamente un 1% indicó que no lo haría (Figura 31).

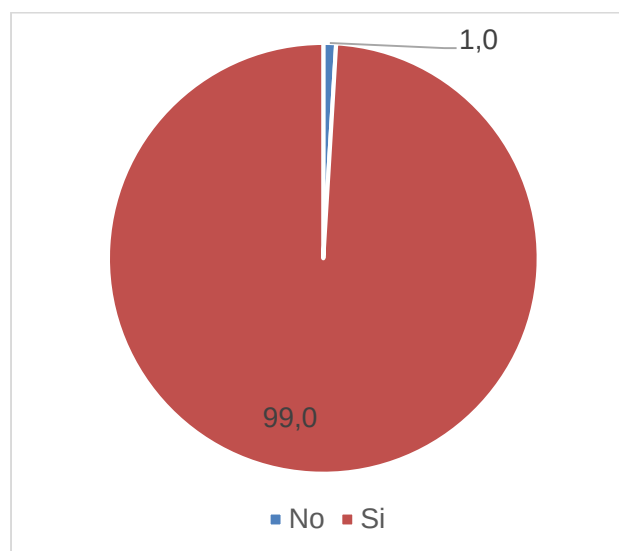


Figura 31. Recomendación de la visita a Quito por parte de los encuestados.

Nueve de cada 10 encuestados señalaron que Quito fue su primera opción de viaje (Figura 32), es decir, sus atractivos, servicios, oferta turística, de ocio y recreación, motiva a que los ecuatorianos escojan a Quito como un Destino Turístico. Para el 11% de turistas que indicaron que Quito no fue su primera opción de viaje, ciudades como Cuenca, Baños o Guayaquil, eran sus opciones preferidas, así como las playas del Ecuador (Figura 33). Entre las actividades que les hubiera gustado realizar, y pendiente para una próxima visita, están principalmente Ecoturismo, Turismo de aventura, Actividades deportivas; Recorrer la ciudad y sus alrededores; Turismo cultural y Actividades turísticas en general (Figura 34).

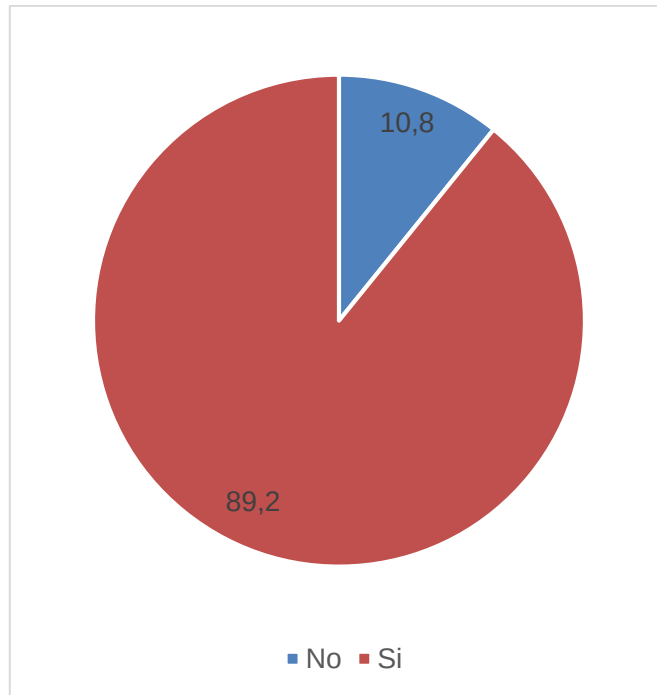


Figura 32. Quito, primera opción de viaje

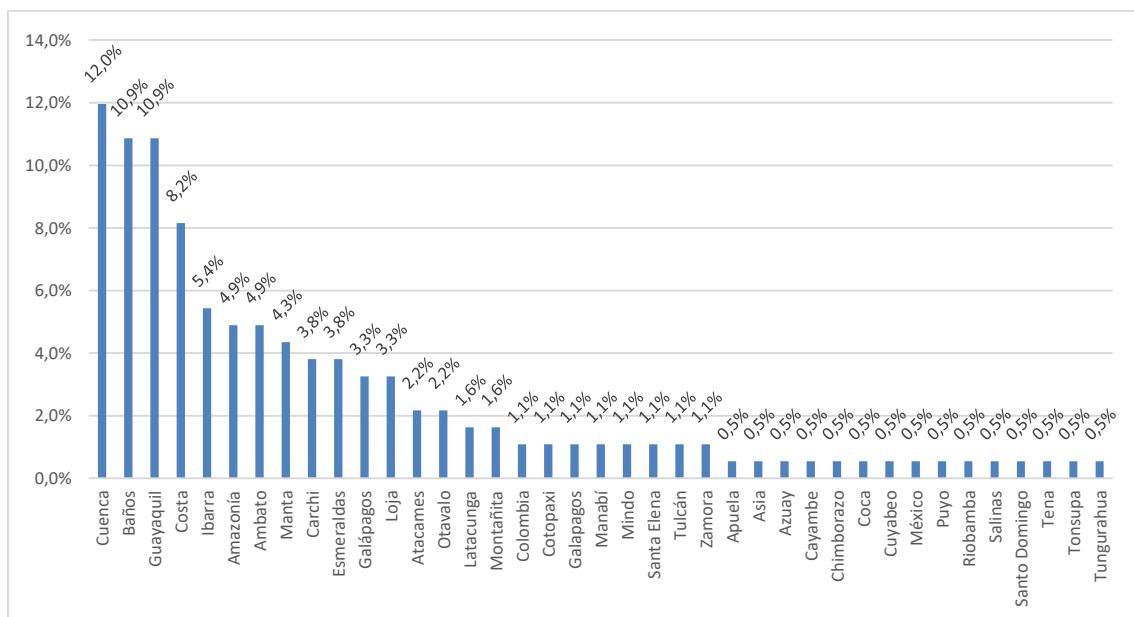


Figura 33. Lugar donde hubiera ido en lugar de Quito

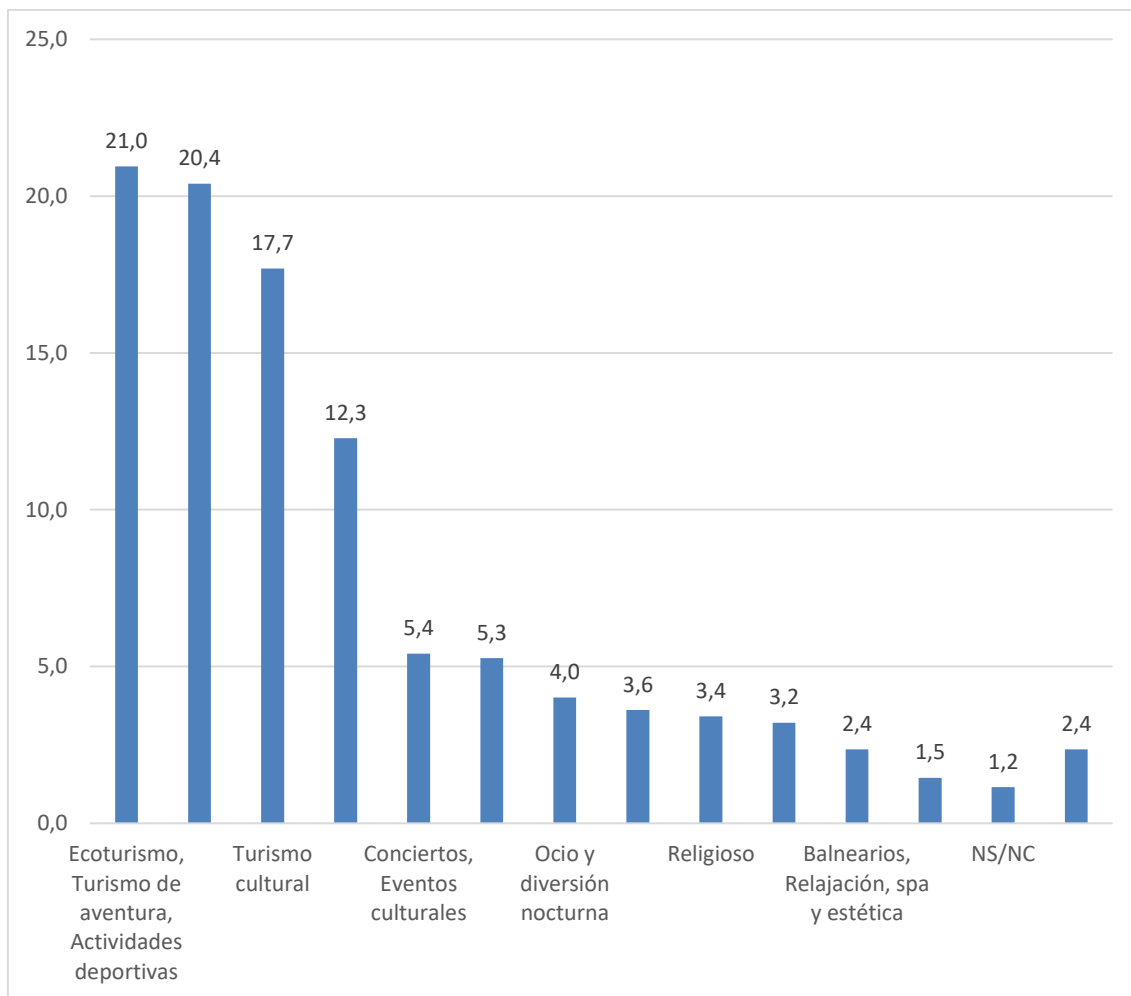


Figura 34. Otras actividades que le hubiera gustado realizar.

Finalmente, quienes visitan Quito la valoran mayoritariamente con valores superiores a 7/10, con un promedio de $8,40 \pm 1,03$ (Figura 35), es decir, una alta valoración, que se relaciona con los resultados obtenidos.

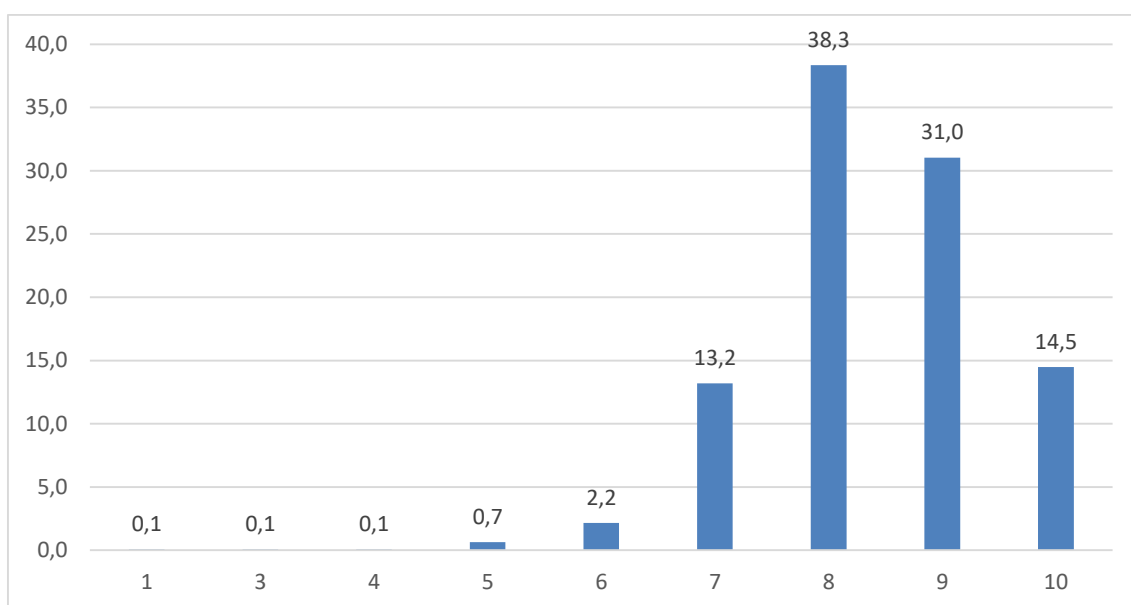


Figura 35. Valoración general de Quito

4. CONCLUSIONES

PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

El perfil sociodemográfico del turista nacional que visita la ciudad de Quito es: un turista joven adulto, sin tendencia marcada por género, correspondiente a un grupo etario que va desde los 16 a los 45 años de edad (80%), en su mayoría solteros (48%), pertenecientes en un 72% a la población económicamente activa, principalmente del sector privado (36%), con ingreso mensual que corresponde a un rango entre 400-1.000 USD (37%) y un sueldo básico unificado (32%). Considerando que Quito es sitio de visita para todos los habitantes del Ecuador, se obtuvo que un 70% de los encuestados provienen de la región Sierra (un 7% de los cantones de la provincia de Pichincha que son aledaños a Quito), y un 25% proviene de la región Costa. El 46% tiene instrucción superior y un porcentaje importante posee nivel secundario (33%), pero es muy bajo el nivel de turistas con postgrados (4%).

El grupo promedio de turistas está conformado por 2 adultos y 2 niños, con predominancia de visita en familia o pareja (60%), aunque 2 de cada 10 visitantes gustan de hacerlo solos o con amigos.

La principal motivación de visita es por turismo (51%) en sus diferentes modalidades, siendo la de mayor preferencia el Turismo Cultural (31%), y un 20% declaró que era para visitar a familiares o amigos. Los sitios más visitados son el Centro Histórico, Mitad del Mundo, Teleférico, La Carolina y La Mariscal. El medio de difusión que mayormente utilizaron fue la comunicación directa, a través de recomendaciones de amigos y familiares (42%), seguido del uso de redes sociales (21%) y de medios de promoción tradicional como televisión y sitios web (17%).

En relación a los servicios que consumen los visitantes, estos se desplazaron en un 49% en transporte público o en auto propio (44%), y solo un 4,4% por transporte aéreo. Cuando llegan a la ciudad de Quito prefieren alojarse en casa de amigos o familiares (69%), mientras un 25% decide utilizar establecimiento de alojamiento como hoteles, hostales, pensiones o residencias. El alojamiento tuvo una valoración muy bueno o excelente (75%), El gasto promedio por día es de 60 dólares, los cuales están destinados de manera equitativa a actividades de recreación, alimentación, y alojamiento.

La estancia media corresponde a visitas cortas que van de 1 a 3 días (72%), con una frecuencia de visita de 2 o más veces al año (77,4%). No se observó una temporalidad de viaje, ya que el turista nacional visita de manera indistinta la ciudad, aunque la cuarta parte prefiere los fines de semana, siendo para el 89% la primera opción de viaje. Este tipo de turista prefiere organizar su viaje sin ayuda de agencias o intermediaras de viaje (86%), debido a la experiencia previa de viaje que poseen la mayoría de visitantes (86%). 2 de cada 10 visitantes no planifican su viaje.

Para un 97% de los encuestados la visita fue satisfactoria, por lo cual regresaría a conocer más de la ciudad de Quito. La valoración promedio de Quito fue de 8,4/10. Esto se refleja en que un 99% recomendaría visitar la ciudad de Quito. Los visitantes destacan como aspectos positivos la arquitectura, la cultura de la población y la diversidad de servicios y opciones de recreación, y como negativos el tráfico, la inseguridad, la contaminación y la discriminación. Entre las actividades que les hubiera gustado realizar, y pendiente para una próxima visita, están principalmente Ecoturismo, Turismo de aventura, Actividades deportivas; Recorrer la ciudad y sus alrededores; Turismo cultural y Actividades turísticas en general.

5. ANEXOS

5.1. Anexo 1. Encuesta



Fecha

Lugar

Encuestador ()

Nº encuesta ()

Hora

La presente investigación tiene como propósito determinar el comportamiento de los residentes ecuatorianos que vienen a Quito.

CONFIDENCIALIDAD: La información proporcionada a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR (UCE) y QUITO Turismo por usted, es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni podrá utilizarse para fines que no sean académicos.

Sección A. Datos demográficos

Residencia (Ciudad): _____

Año de nacimiento: _____

Género: M () F () LGBT ()

Nacionalidad: _____

Estado civil:

Soltero () Casado ()

Viudo () Divorciado/separado ()

Unión libre ()

Situación laboral: Empleado privado

() Empleado público () Estudiante

() Jubilado () Desempleado ()

Otros: _____

1. Nivel de ingresos mensuales: (Promedio)

a) Sin ingresos () b) Básico ()

c) 400 – 1.000 USD () d) 1.001 – 2.000 USD ()

e) Más de 2.000 USD ()

2. Nivel de estudio que posee o que cursa actualmente:

Primario () Secundario () Técnico

() Superior () Postgrado

() Otro _____

3. ¿Con quién viaja?

Solo () Pareja () Amigos () Familia

() Otros _____

3.1. ¿Cuántas personas le acompañan?

Adultos (+16) () Niños (-16) ()

Sección B. Motivaciones del viaje (Marque todas las opciones que apliquen)

4. ¿Cuál es el principal objetivo de su viaje?	Visitas teatralizadas	Visita a mercados y sitios de artesanías	Observación de aves
	Experiencias reales, historias y personajes locales	Turismo urbano (jardines, plazas, bulevares)	Turismo de deportes
	Gastronomía	Arqueológico/museos	Turismo comunitario
	Religioso (Visita a santuarios)	Cient., Acad., Vol. y Edu. (CAVE)	Relajación spa, estética
	Vida nocturna (Bares, discotecas)	Turismo de congresos y eventos	Turismo LGBT
	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Compras – Centros Comerciales	Trámites legales
	Visita a familiares y/o amigos	Salud, visitas médicas	En tránsito / de paso
	Turismo de aventura	Eventos culturales, Conciertos	Profesional / negocios
	Otros		

5. ¿Piensa visitar algún lugar turístico durante su estadía en la ciudad? Si () No ()

5.1. Indique los 5 sitios turísticos principales que desea visitar o visitó:

El Panecillo	Palacio de Carondelet	Iglesia de San Francisco
Mitad del Mundo	Parque La Carolina	La Mariscal
Teleférico	Plaza de la Independencia	Museo del Agua YAKU
La Ronda	Iglesia de la Compañía	Basílica del Voto Nacional
Otros:		

6. ¿A través de qué medios se informó sobre la ciudad de Quito?	Visita previa	Amigos/familiares	Centros de información turística
	Campañas turísticas	Prensa/revistas	Agencias de viajes
	Televisión	Página web	Radio
	Redes sociales	GoUIO (app)	Otros

Sección C. Organización del viaje

7. ¿Viaja en un grupo organizado? Si () No ()

7.1. ¿Organizó su viaje a través de una agencia de viajes/departamento especializado? Si () No ()

8. ¿Ha visitado Quito en otras ocasiones? Si () No () ¿por qué? _____

Si la respuesta es negativa, pasar a la pregunta 10.

8.1. ¿Cuántas veces al año viene a Quito?

Una vez al año () 2 veces al año () 3-5 veces () Más de 5 veces ()

9. ¿En qué temporada/s visita Quito?

Entre semana () Fines de semana () Indistinto () Feriados ()

9.1. Si visita Quito en Feriados ¿Cuáles son? _____

10. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó su viaje a Quito?

1 día () 2 días () 3 días () 4 días () 5 días () + 5 días () Sin planificación ()

SECCION C.

11. ¿A través de qué medio de transporte viajó a Quito en esta ocasión?

1. Aéreo () Compañía _____ 4. Auto de alquiler () Compañía _____

2. Bus público () Compañía _____ 5. Taxi ruta () _____

3. Bus turístico () Compañía _____ 6. Auto propio () _____

12. Pernoctó en Quito
SI () NO ()

12.1. Si respondió SI, ¿Qué tipo de alojamiento eligió para su estadía en Quito?

Hotel	Bed and Breakfast	Pensión
Hostal	Hotel rural	Residencia
Aparthotel/hotel apartamento	Hostería	Casa propia
Casa de vacaciones alquilada	Camping	
Casa de amigos o familiares	Otros	

12.2. Si aplica, ¿Cuál es el nombre del establecimiento donde se hospeda/hospedó? _____

12.3. En general, en base a su experiencia en Quito ¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento?

Excelente () Muy Bueno () Bueno () Regular () Mala ()

13. ¿Cuál es el tiempo de duración de su estadía? _____

14. En base a su experiencia en Quito, indique lo Positivo (P) y Negativo de su visita (N). Marque con una X

Sección D. Satisfacción de la visita

ASPECTO	P	N	ASPECTO	P	N
Atención al cliente			Tráfico		
Arquitectura de la ciudad			Inseguridad		
Aprendizaje de costumbres y tradiciones			Transporte público		
Accesibilidad a los servicios			Contaminación de la ciudad		
Cultura			Precios elevados		
Ornato de la ciudad			Maltrato de los comerciantes		
Parques			Falta de alojamiento adecuado		
Variedad de servicios turísticos			Xenofobia		
Variedad de lugares de compra			Discriminación		

15. ¿Cuánto gastó por día y por persona en su visita a Quito? _____ USD

15.1. ¿Qué porcentaje destinó para?: (Total a sumar= 100%)

a) Alojamiento _____ b) Alimentación _____ c) Recreación y otros _____

16. ¿Recomendaría a familiares y amigos visitar Quito? Si () No ()

17. ¿Volvería a Quito? Si () No ()

18. ¿Esta ocasión Quito fue Quito su primera opción de viaje? Si () No ()

17.1. Si su respuesta fue negativa ¿A dónde hubiera ido y por qué? _____

19. ¿Qué otra actividad le hubiera gustado realizar durante su estadía en la ciudad de Quito?

20. De manera general, en un rango del 1 al 10, ¿Qué valoración daría su experiencia en Quito? _____

5.2. Anexo 2. Estratificación

Sectores del DMQ	Número de encuestas realizadas	Porcentaje
Zona Patrimonial	660	33,1%
• Compañía de Jesús	54	2,7%
• La Basílica	54	2,7%
• La Ronda	163	8,2%
• Centro Cultural Metropolitano	13	0,7%
• Museo de la Ciudad	46	2,3%
• Yaku - Museo del agua	5	0,3%
• Casa de la Cultura	16	0,8%
• Plaza de la Independencia	107	5,4%
• Palacio de Carondelet	37	1,9%
• San Francisco	86	4,3%
• Santo Domingo	20	1,0%
• Estación del tren - Chimbacalle	15	0,8%
• Centro Histórico	44	2,2%
Espacio públicos de ocio	228	11,4%
• El Ejido	63	3,2%
• La Carolina	44	2,2%
• La Alameda	18	0,9%
• Itchimbia	40	2,0%
• Metropolitano Norte	25	1,3%
• Bicentenario	15	0,8%
• Las Cuadras	23	1,2%
Miradores	177	8,9%
• El Panecillo	120	6,0%
• Teleférico (Vulcano Park, estación y mirador Pichincha)	57	2,9%
Zona Noroccidental	241	12,1%
• San Antonio (Mitad del Mundo, Museo Intiñan, Restaurantes y Puluahua)	241	12,1 %
Zona Rosa	171	8,6%
• Mercado Artesanal	58	2,9%
• Plaza Foch	95	4,8%
• La Floresta	9	0,5%
• Guápulo	9	0,5%
Terminales Terrestres y Aéreos	222	11,1%
• Terminal Carcelén	57	2,9%
• Terminal Ofelia	37	1,9%
• Terminal Quitumbe	85	4,3%
• Aeropuerto - Tababela	43	2,2%
Zona Rural Oriental	35	1,8%
• Cumbayá (Centros comerciales, USFQ, restaurantes)	22	1,1%
• Tumbaco (Centros comerciales, Balnearios, Hospital de los Valles y Complejo del Nacional)	5	0,3%
• Yaruquí (Clínica Oftalmológica)	8	0,4%
Centros Comerciales	179	9,0%
• Quicentro Norte, CCI, El Jardín	48	2,4%
• Quicentro Sur	44	2,2%
• Condado Shopping	24	1,2%
• El Portal	15	0,8%

• Recreo	48	2,4%
Zona Valle de los Chillos	42	2,1%
• Conocoto (Parque La Moya, Parque la Armenia, Parque Central y Mercado)	10	0,5%
• Valle de Los Chillos (San Luis)	31	1,6%
• El Tingo (Balnearios y restaurantes)	1	0,1%
Zona Nororiente	10	0,5%
• Guayllabamba (Zoológico, Parque Jerusalén y Restaurantes)	10	0,5%
Oficinas consulares	30	1,5%
• Cancillería	15	0,8%
• Embajada de Italia	15	0,8%
Total general	1995	100,0%