

ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL QUE VISITA LA CIUDAD DE QUITO



**SEGMENTO: OPERADORES NACIONALES
SEPTIEMBRE 2017**

CONTENIDO

1. Metodología
2. Objetivo General
3. Resultados
4. Conclusiones

METODOLOGÍA

Población Objetivo :

- Gerentes / Propietario o Administradores de Operadoras y/o Agencias de turismo
- Método de selección: selección aleatorio a partir de la base de datos

Tipo de encuesta :

- Entrevista intercept
- Cuestionario estructurado con escala de calificación de 1 a 5

Muestra y Precisión Resultados:

Muestras corresponden a un intervalo de confianza del 95% y 5% de error los universos

Operadores nacionales	20
-----------------------	----

Método de muestreo:

Muestreo no probabilístico a partir de la base de datos Ekos

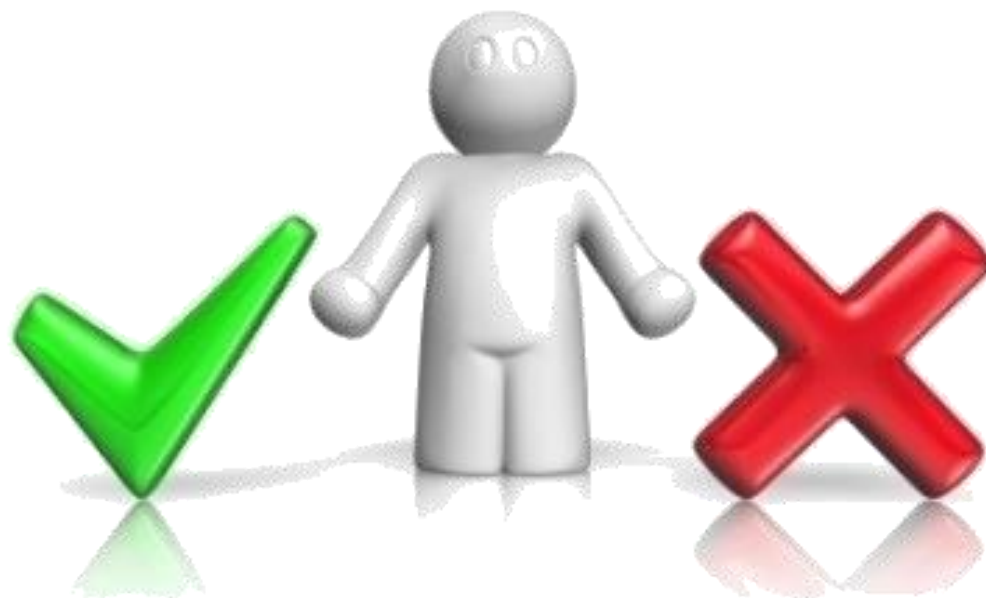
Fecha de Campo:

- Las entrevistas se realizaron en el mes de julio y agosto del 2017

OBJETIVO GENERAL

Recabar información cuantitativa y cualitativa referente al comportamiento de los turistas que visitan la ciudad de Quito. A través de la recopilación de datos de fuente primaria con los actores que comprenden el grupo objetivo.

RESULTADOS



Destinos promocionados

¿Qué destinos de Ecuador promociona a sus clientes para viajar?

QUITO	12,5
GALÁPAGOS	11,9
AMAZONÍA	11,9
BAÑOS	10,0
CUENCA	10,0
GUAYAQUIL	9,4
NOROCCIDENTE (MINDO)	8,8
IBARRA	6,9
RUTA DEL SOL	4,4
ESMERALDAS	3,8
MANTA	3,1
MONTAÑITA	2,5
OTAVALO	1,9
SANTO DOMINGO	0,6
ZULETA	0,6
PUERTO LÓPEZ	0,6
TREN CRUCERO	0,6
LOJA	0,6
N=	20

¿Qué otros destinos de Quito y sus alrededores promociona a sus clientes?

COTOPAXI	12,9
OTAVALO	12,9
MINDO	10,8
PAPALLACTA	10,8
MITAD DEL MUNDO	5,4
ANTISANA	4,3
QUILOTOA	4,3
BAÑOS	3,2
CENTRO HISTÓRICO	2,2
HACIENDAS ALREDEDORES	2,2
MACHACHI	2,2
MONTAÑAS	2,2
NONO	2,2
VOLCANES	2,2
OTROS DESTINOS	22,6



Datos en porcentajes

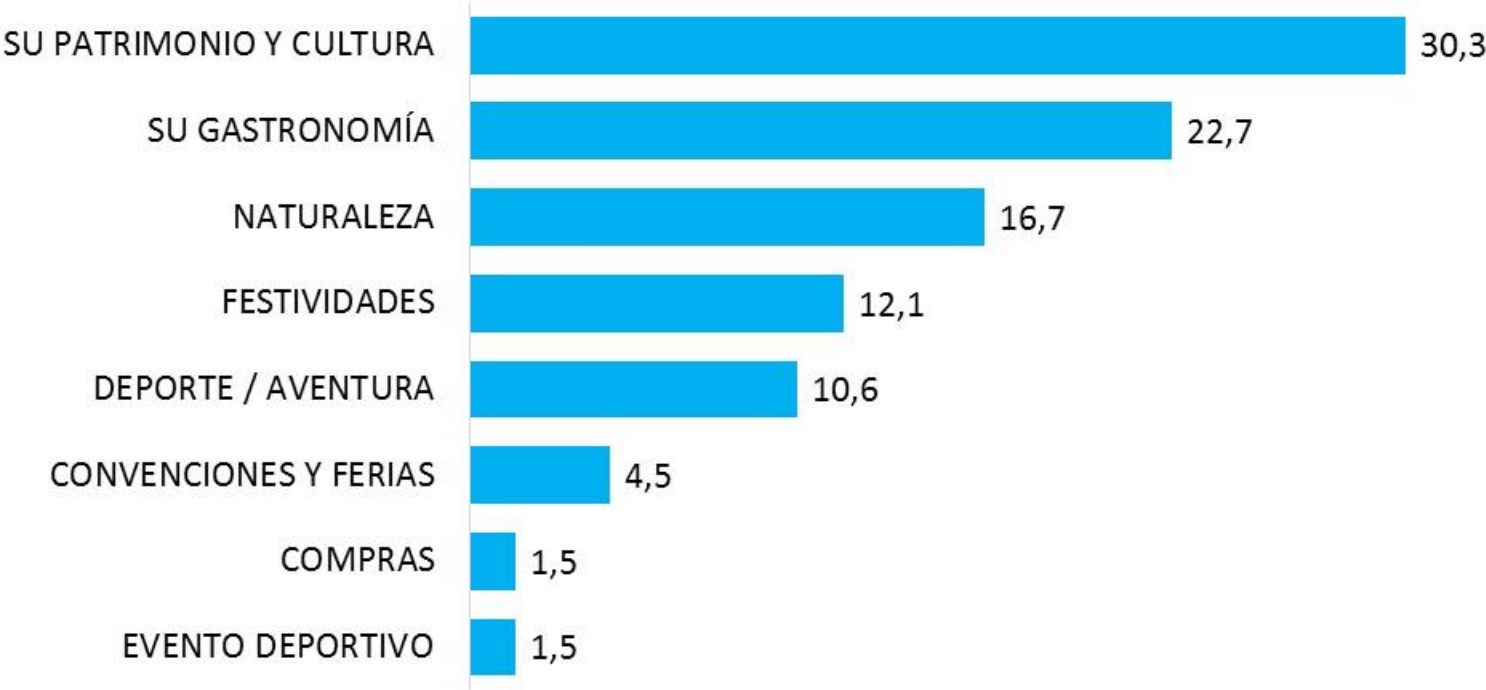
CAMINATAS PICHINCHA
CAYAMBE
COTACACHI
NARIZ DEL DIABLO
NORORIENTE
PARROQUIAS
PASOCHOA
PINTAG
RUCO PICHINCHA
RUINAS INCAICAS
RUMILOMA
RUTA DEL QUINDE
SUR DE QUITO
TREN (NORTE/SUR)
VALLE
YAGUARCOCHA
LOS BANCOS
SANTO DOMINGO
ARQUEOLOGÍA LA FLORESTA
PARQUE METROPOLITANO
CATEQUILLA

Razones para promocionar Quito

¿Que promociona de Quito en sus paquetes turísticos?

Datos en porcentajes

N=20

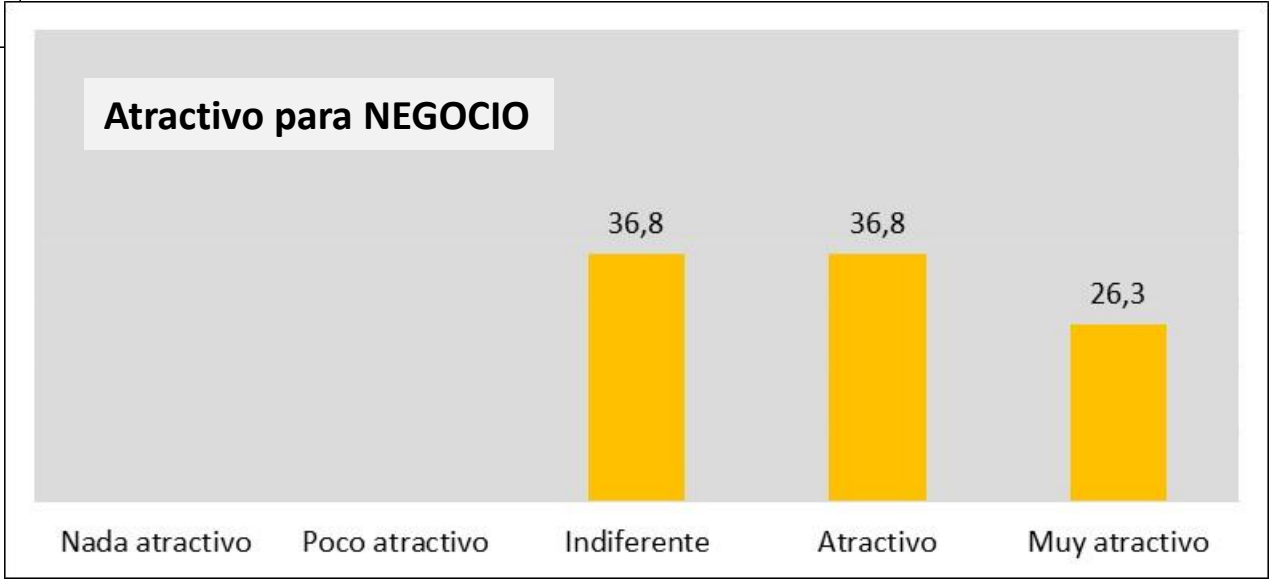
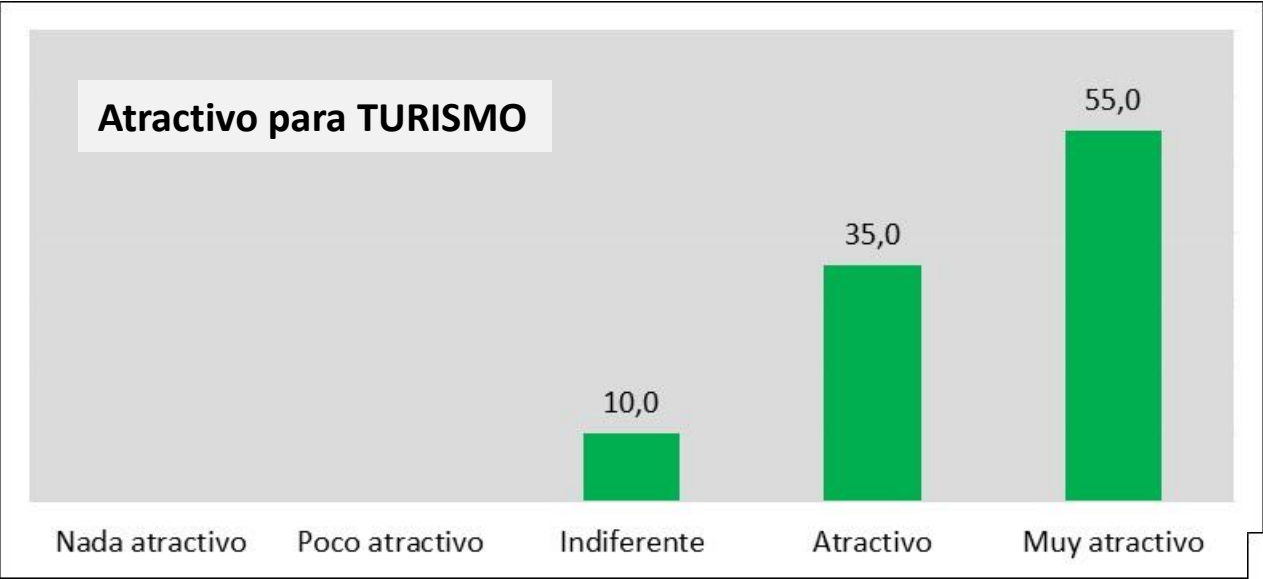


Quito como destino turístico / negocios

¿Con una escala donde 1 es nada atractivo y 5 muy atractivo, cómo califica a Quito como destino para turismo y negocios?

Datos en porcentajes

N=20



Actividades demandadas

¿Cuáles son las actividades que buscan los clientes cuando viajan a Quito?

Datos en porcentajes

N=20

CENTRO HISTÓRICO	19,5
CULTURA Y PATRIMONIO	11,0
MITAD DEL MUNDO	9,8
TELEFÉRICO	6,1
IGLESIAS/ RUTAS	4,9
MUSEOS	4,9
AVENTURA, PARQUES, JARDÍN BOTÁNICO	4,9
PANECILLO	3,7
ALREDEDORES DE QUITO	2,4
MERCADOS	2,4
ANTISANA	1,2
ARTESANÍAS	1,2
AVISTAMIENTO DE AVES	1,2
CITY TOUR/ BUS TIPO	1,2
CLASES DE COCINA	1,2
COTOPAXI	1,2
DEPORTE	1,2
EXPLORAR QUITO MODERNO Y QUITO ANTIGUO	1,2

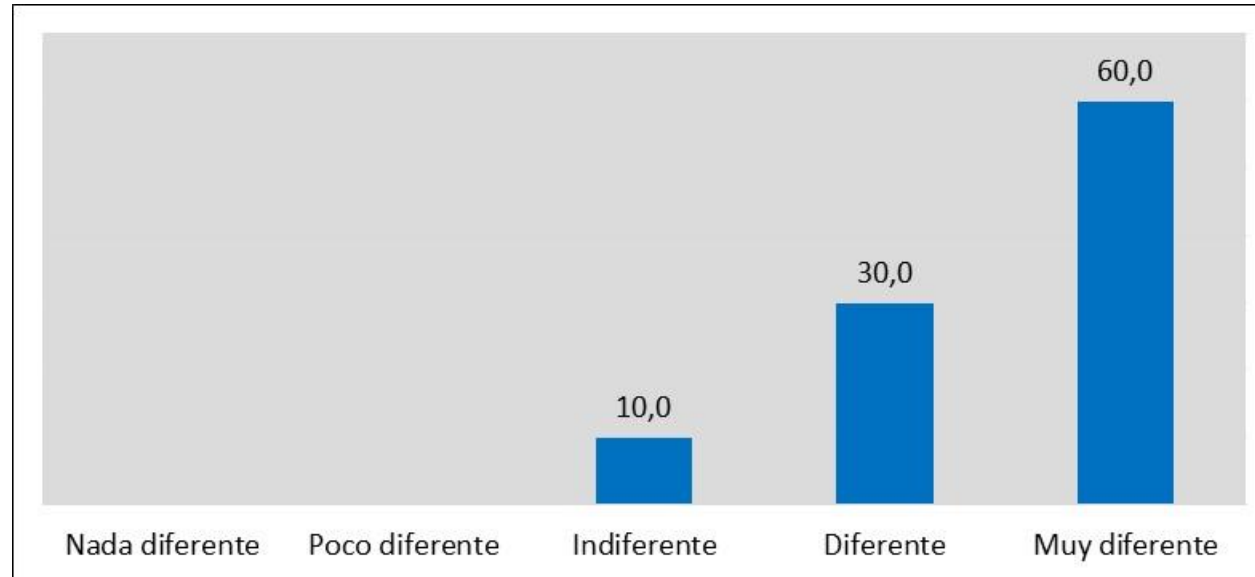
GASTRONOMÍA/ RESTAURANTES	1,2
HOSPEDAJE HACIENDAS	1,2
HOSPEDAJE CÓMODO/ HOTEL	1,2
ITCHIMBIA	1,2
LA RONDA	1,2
MERCADO ARTESANAL	1,2
MINDO	1,2
MIRADORES	1,2
MONTAÑISMO, PAISAJES, NATURALEZA	1,2
OTAVALO	1,2
PARQUE METROPOLITANO	1,2
PLAZA FOCH	1,2
RUCU PICHINCHA	1,2
TEMA CHOCOLATE/ CAFES	1,2
TEMA DE NEGOCIOS	1,2

Nivel de diferenciación con otras ciudades

¿Cuánto se diferencia Quito de otras ciudades de Ecuador?

Datos en porcentajes

N=20



Ventajas sobre ciudades de América Latina

¿Qué ventajas únicas cree usted que tiene Quito frente a otros destinos de América Latina?

Datos en porcentajes

N=20



Paquetes recomendados

¿Específicamente que paquetes turísticos tiene para visitar Quito?

Datos en porcentajes

N=20

CITY TOURS: CENTRO HISTÓRICO, VISITAR IGLESIAS	23,3
TOUR GASTRONÓMICOS/ RESTAURANTES	13,7
MUSEOS	6,8
QUITO FULL DAY, MITAD DEL MUNDO	6,8
CITY TOUR LÍNEA TELEFÉRICO	5,5
CITY TOUR, BUS DOS PISOS	4,1
MITAD DEL MUNDO	4,1
FÁBRICA DE CHOCOLATE	2,7
FLORESTA EN BICICLETA	2,7
LA RONDA	2,7
MERCADO ARTESANAL	2,7
VISITAS ALREDEDOR DE QUITO	2,7
ARQUEOLÓGICA	1,4
CHARTERS PRIVADOS CON MÚSICA DANZA, BANDA DE PUEBLO	1,4

CITY BY NIGHT (RECORRIDO CENTRO HISTORICO MÁS ALOJAMIENTO)	1,4
FABRICACIÓN DE VELAS Y DULCES	1,4
FUNDACIÓN GUAYASAMIN	1,4
IGLESIAS	1,4
ITCHIMBÍA	1,4
ITINERARIOS PERSONALIZADOS DE ACUERDO AL TURISTA	1,4
MERCADOS	1,4
PANECILLO	1,4
PARQUE METROPOLITANO	1,4
TOUR PANORÁMICOS (DÍA/NOCHE)	1,4
TOURS NOCTURNOS	1,4
VISITAR TIENDAS TÍPICAS	1,4
VISITAS PRIVADAS A ARTISTAS COLECCIONISTAS LOCALES	1,4
WALKING TOUR	1,4

Paquetes más vendidos

¿Cuáles son los más vendidos?

Datos en porcentajes

N=20

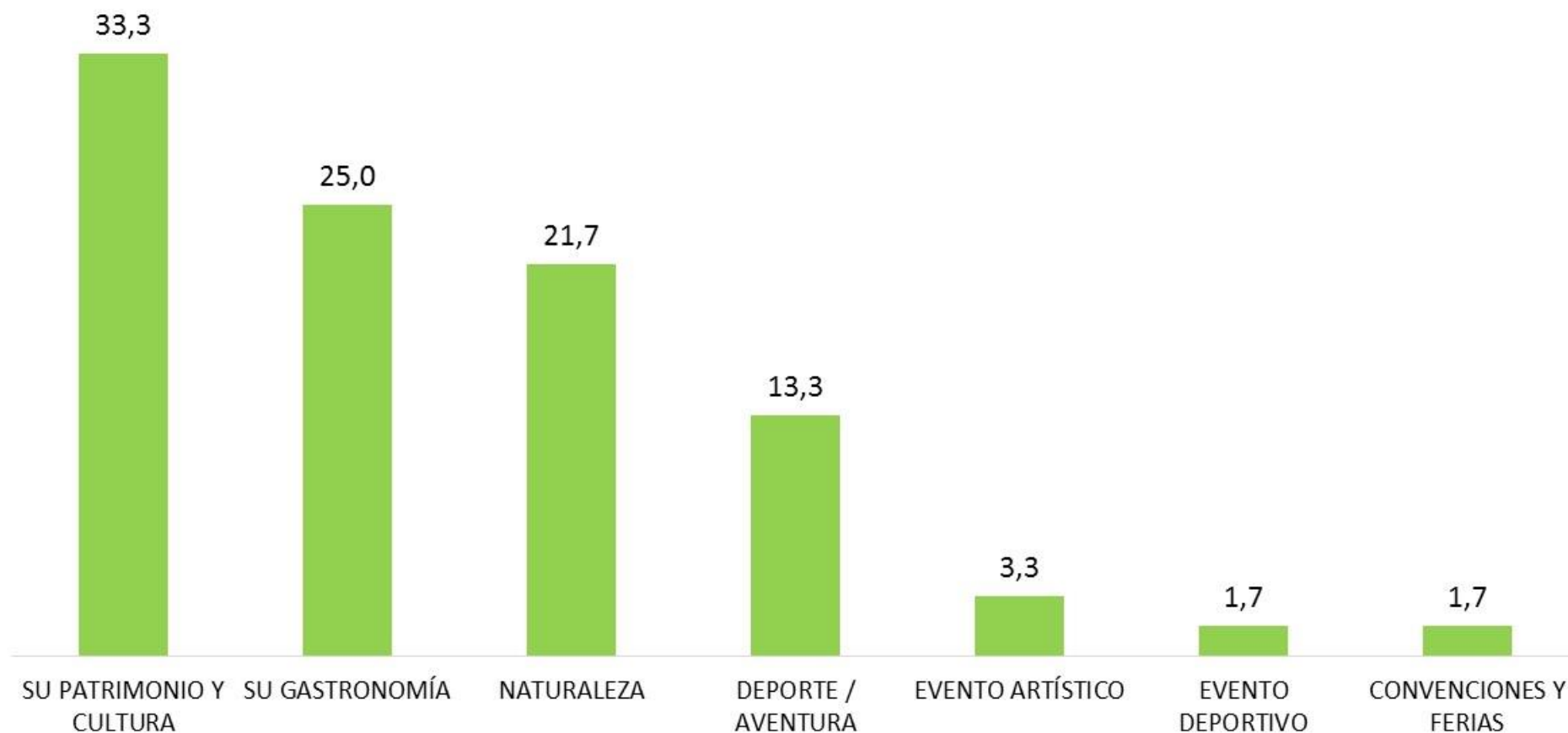


Principales razones para recomendar a Quito

¿Cuáles son las principales razones por las que recomendaría visitar Quito como destino turístico?

Datos en porcentajes

N=20



Recomendaciones

¿Qué NO recomendaría?

Datos en porcentajes

N=20

SEGURIDAD	23,3
TRANSPORTE PÚBLICO	16,7
CAMINAR EN LA NOCHE POR LOS PARQUES/ VIDA NOCTURNA	13,3
EVITAR LA MARISCAL/ PLAZA FOCH	10,0
ACTIVIDAD EN BICICLETA	3,3
IR DE COMPRAS	3,3
ANDAR CON MUCHO DINERO	3,3
VISITAR LUGARES SUBURBANOS	3,3
QUE SEA VISITA DE UN DÍA	3,3
SAN ROQUE	3,3
VENTAS AMBULANTES	3,3
NINGUNO	13,3

Asociación con Quito

LUGARES

CENTRO HISTÓRICO	60,0
IGLESIA SAN FRANCISCO	10,0
LA VIRGEN PANECILLO	10,0
IGLESIAS	5,0
PLAZA DE LA INDEPENDENCIA	5,0
IGLESIA DE LA COMPAÑÍA	5,0
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	5,0

COLORES

AZUL	55,0
VERDE	20,0
AMARILLO	5,0
CELESTE	5,0
ROJO	5,0
NO RESPONDE	10,0

ANIMALES

COLIBRÍ	75,0
AVES	5,0
CÓNDOR	5,0
OSO	5,0
PALOMA / TÓRTOLA	5,0
NINGUNO	5,0

PLANTAS

GERANIO	20,0
ROSA	15,0
ARUPOS	10,0
FLORES	10,0
ORQUÍDEAS	10,0
EUCALIPTO	5,0
LAS PALMERAS	5,0
NARANJILLA	5,0
PUMANQUI	5,0
GARDENIA	5,0
FLOR DEL GUANTO	5,0
OTRAS	5,0

Datos en porcentajes

N=20

COMIDA / PLATOS

LOCRO DE PAPA	60,0
FRITADA	10,0
EMPANADAS DE/ VIENTO/ MOROCHO/ VERDE	5,0
LAS COLACIONES/ DULCES	5,0
SECO DE CARNE	5,0
CHOCOLATE	5,0
HUMITA	5,0
ESPUMILLA	5,0

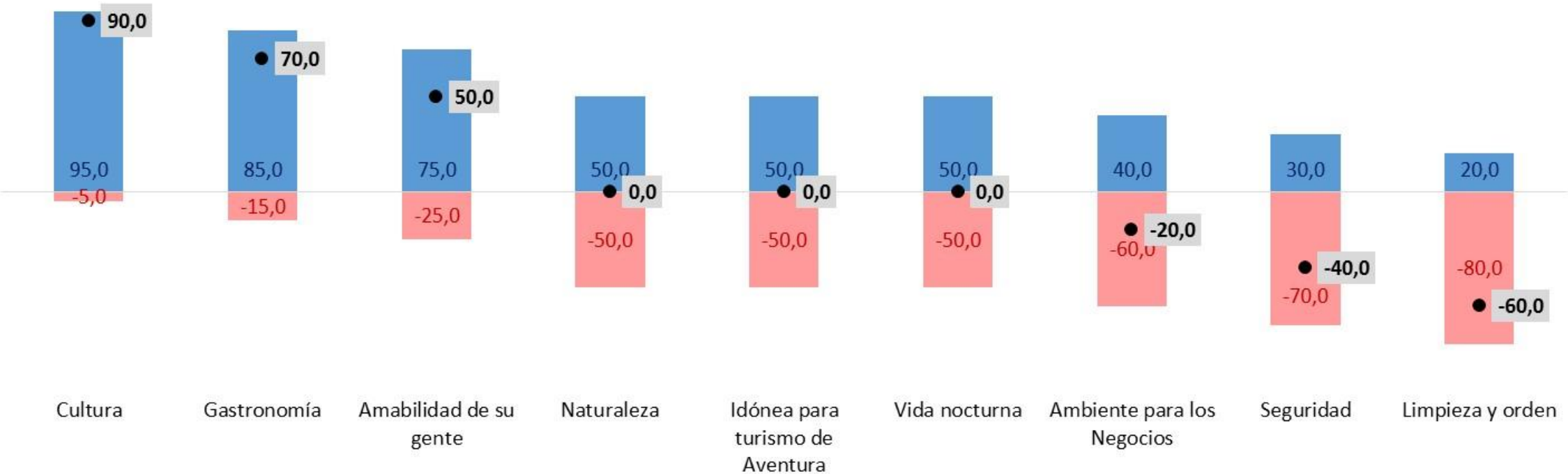
Atributos Quito - Entorno

Usando una escala donde 1 es muy malo y 5 muy bueno, cómo calificaría a Quito en base a su percepción en cuanto a...

Datos en porcentajes

N=20

Satisfacción Insatisfacción ● Sat. Neta



Satisfacción (calificaciones 4 y 5)

Insatisfacción (calificaciones 1, 2 y 3)

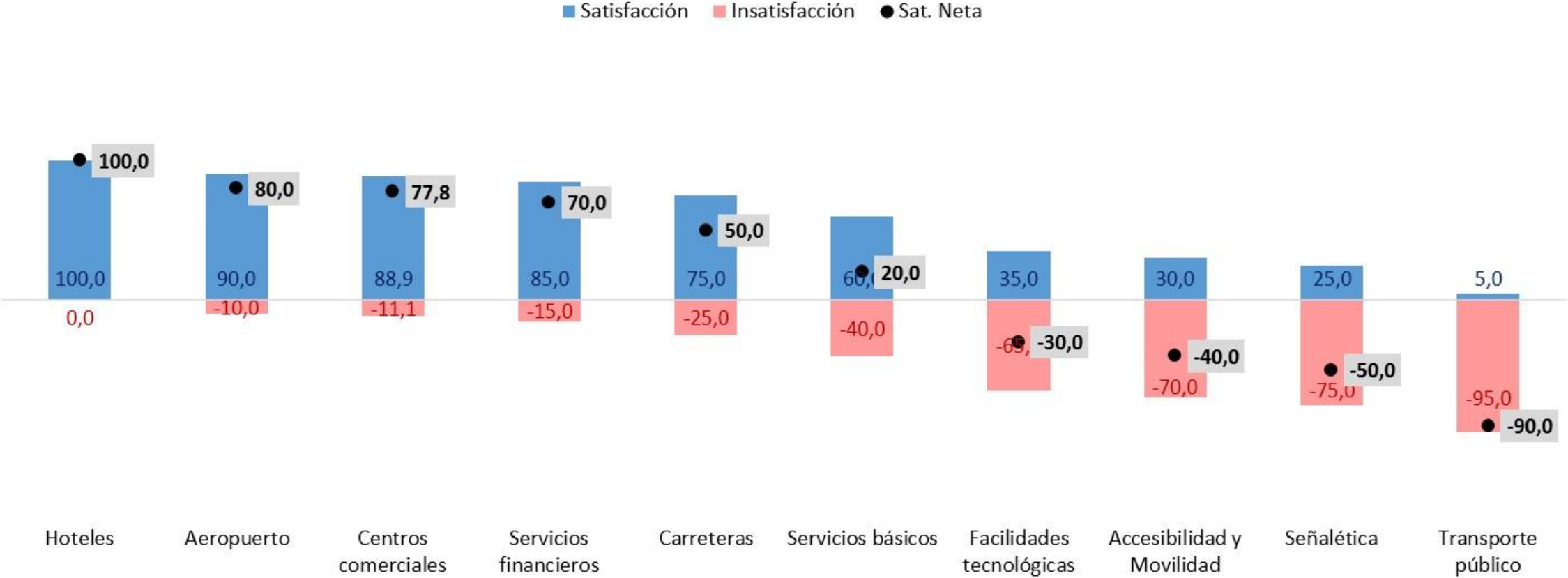
Satisfacción neta = Satisfacción - Insatisfacción

Atributos Quito - Infraestructura

Usando una escala donde 1 es muy malo y 5 muy bueno, cómo calificaría a Quito en base a su percepción en cuanto a...

Datos en porcentajes

N=20



Satisfacción (calificaciones 4 y 5)

Insatisfacción (calificaciones 1, 2 y 3)

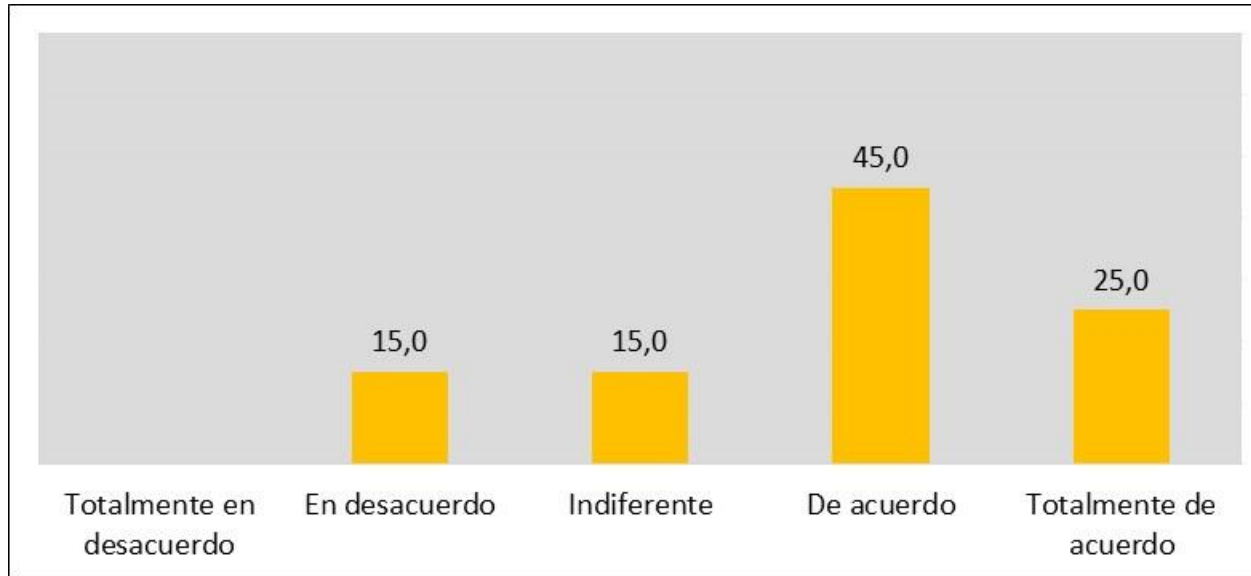
Satisfacción neta = Satisfacción - Insatisfacción

Quito como centro de arte / artesanías

¿Qué tan de acuerdo está usted de que Quito pueda ser considerada como centro de arte y artesanía a nivel mundial?

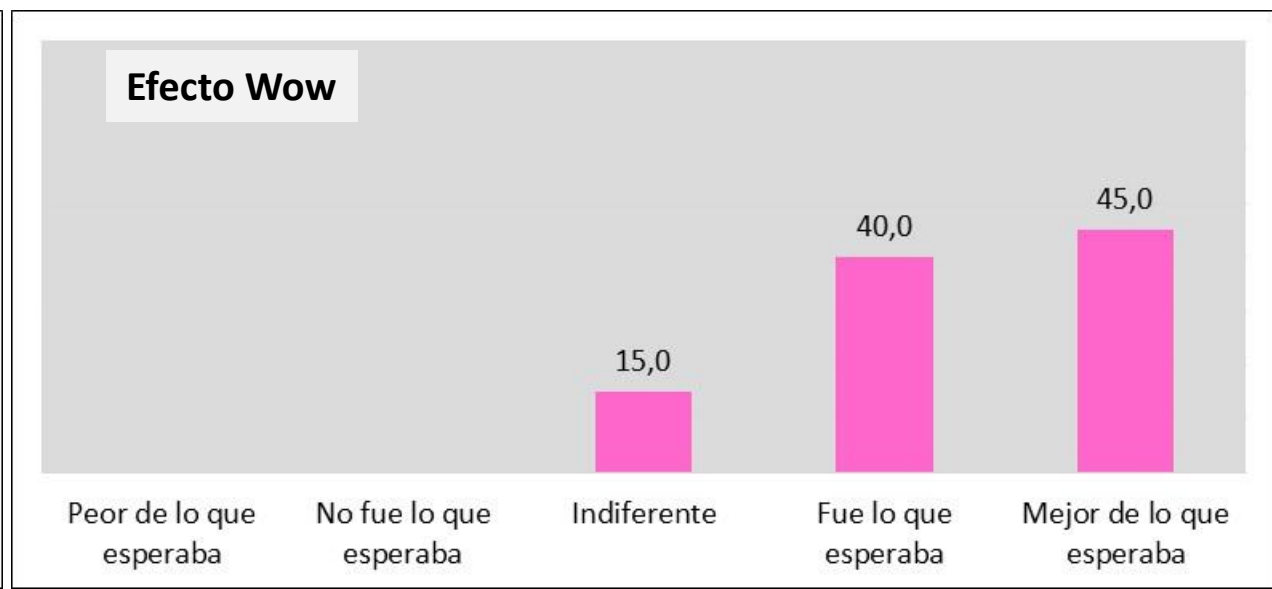
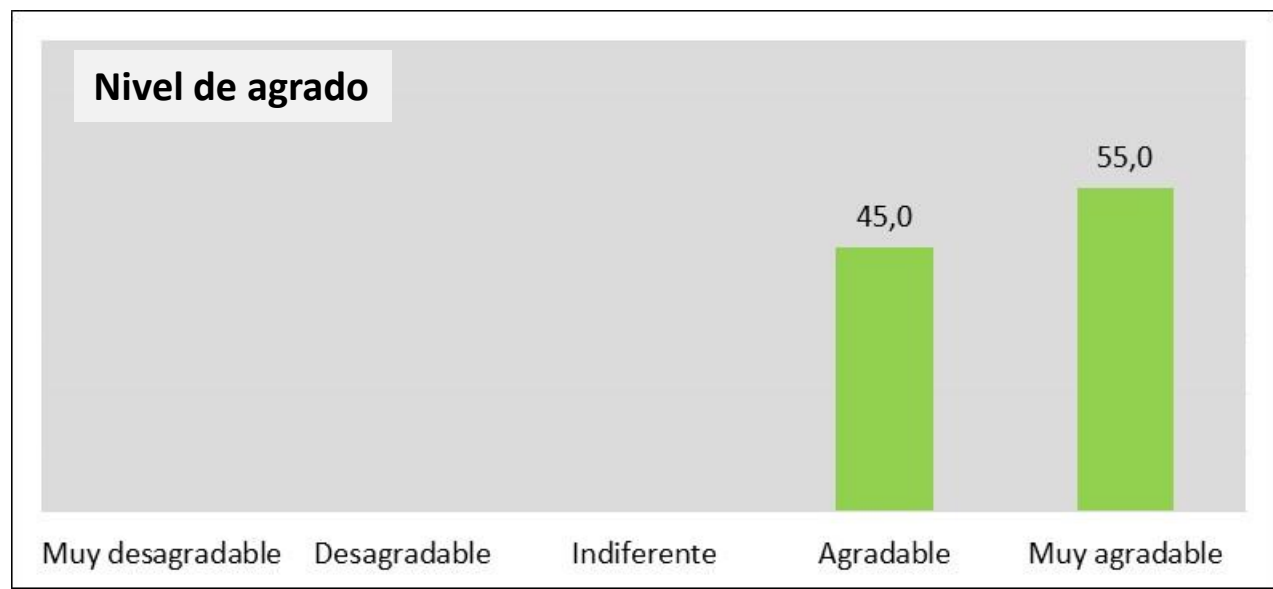
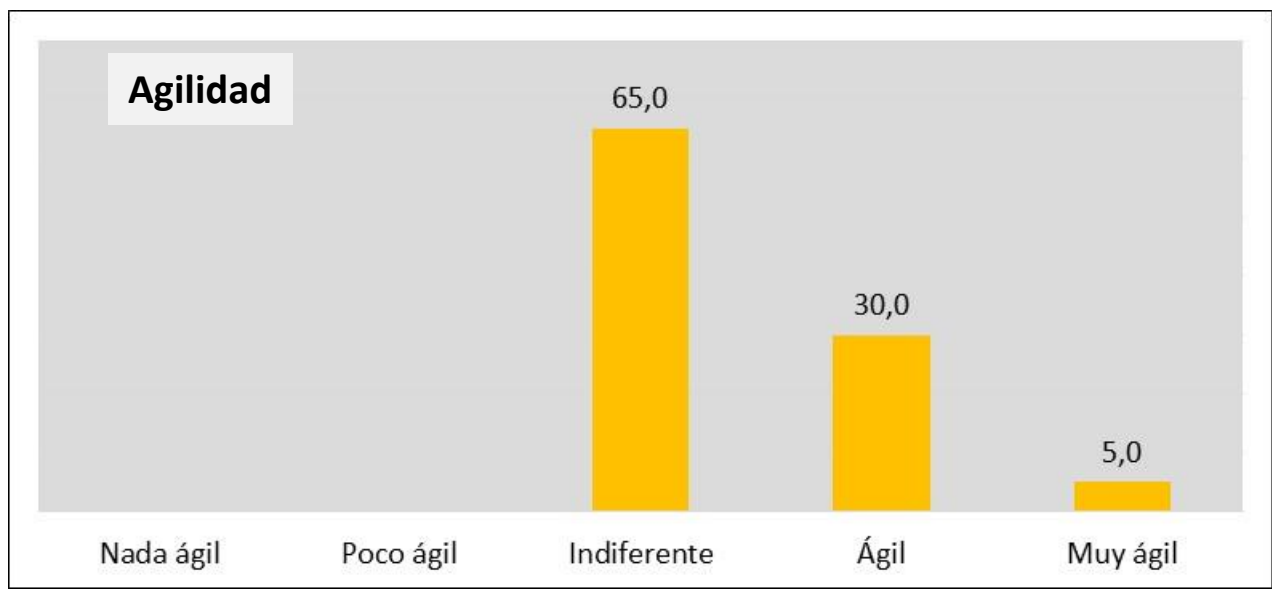
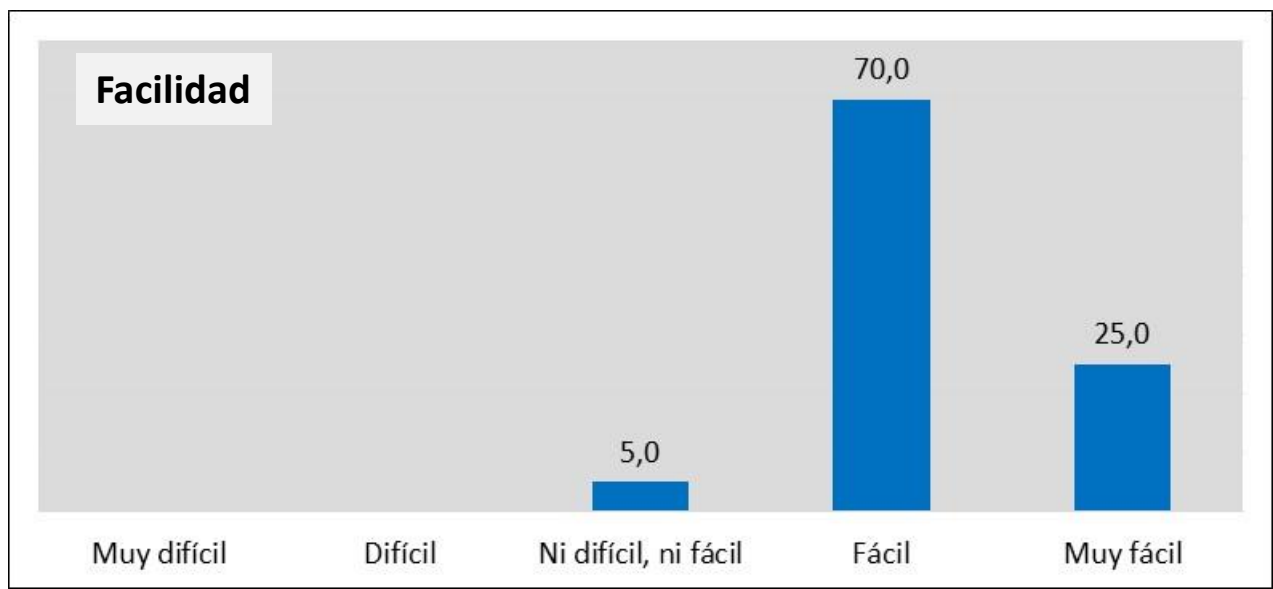
Datos en porcentajes

N=20



Experiencia de los turistas

N=20



Mejoras que apuntan a ser destino de clase mundial

¿Qué aspectos considera que podría desarrollar o mejorar la ciudad de Quito como destino de clase mundial?

Datos en porcentajes

N=20

MEJORAR SEGURIDAD	12,5
FACILIDADES TECNOLÓGICAS	7,8
CAPACITACIÓN A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	6,3
CENTRO DE CONVENCIONES PARA GRANDES EVENTOS	6,3
LIMPIEZA , EDUCACIÓN EN LA GENTE, GRAFITIS	6,3
MEJOR PLANIFICACIÓN, PROMOCIÓN, VISITA CENTRO HISTÓRICO	6,3
SERVICIOS PÚBLICOS, TRANSPORTE	6,3
ACCESIBILIDAD Y CONECCIONES (MÁS VUELOS)	3,1
ESTACIONES EN EL CENTRO HISTÓRICO PARA LLEGAR EN TRANSPORTE PÚBLICO	3,1
INCENTIVAR EL ARTE	3,1
LA PERCEPCIÓN ES QUE ES UN PAÍS COSTOSO	3,1
MOVILIDAD, PASOS PEATONALES	3,1
SEÑALÉTICA, INFORMACIÓN TURÍSTICA	3,1
TRATAR DE QUITAR EL TRÁFICO DEL CENTRO HISTÓRICO, HACERLO PEATONAL	3,1
ATENCIÓN A CIERTOS BARRIOS	1,6

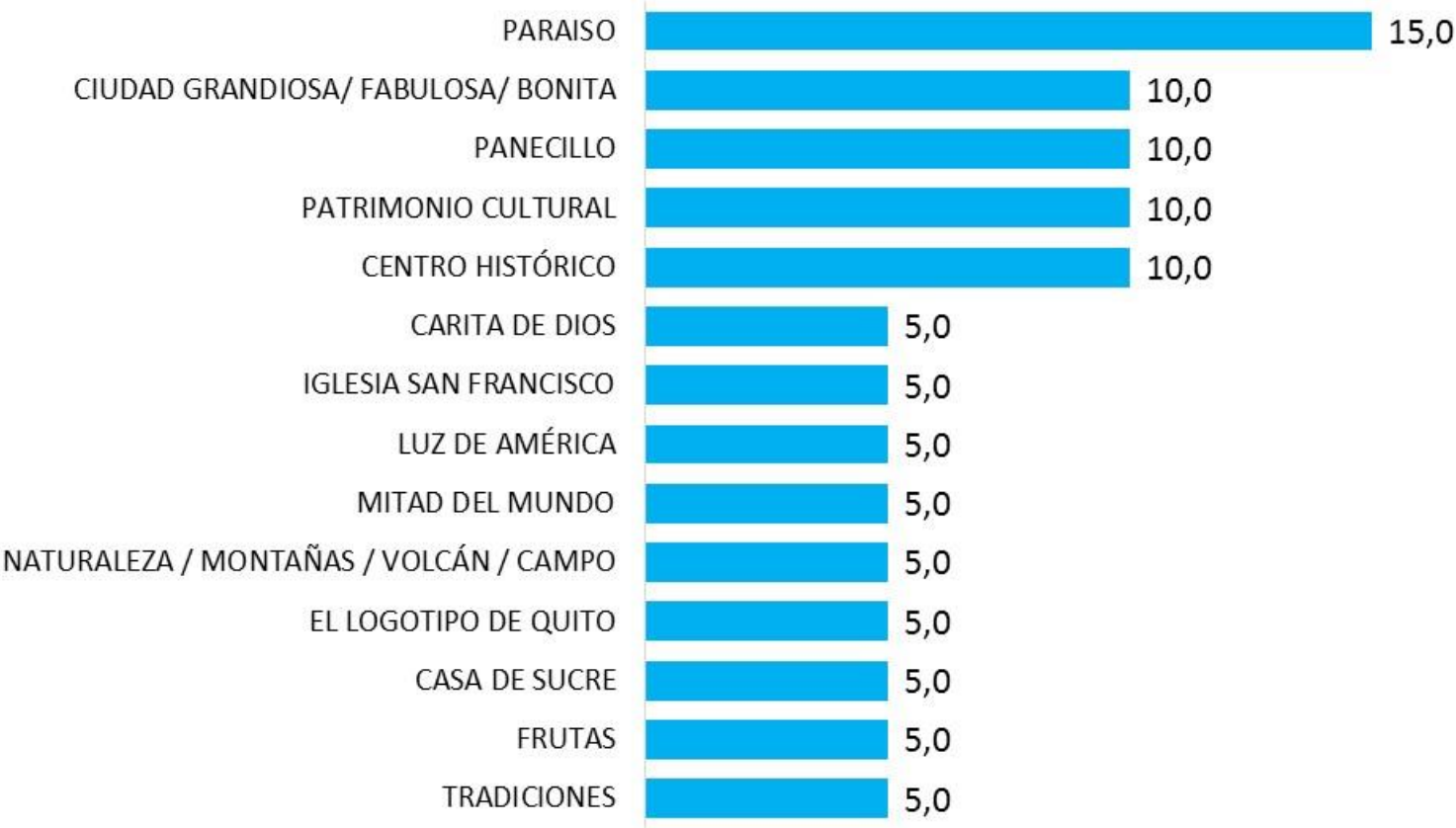
CONCIERTOS GRANDES	1,6
CONOCIMIENTO DE LA CIUDAD A SUS HABITANTES	1,6
CONTAMINACIÓN AMBIENTAL POR PARTE DE LOS BUSES	1,6
DAR ENFASÍS AL CENTRO COLONIAL	1,6
FACILIDADES EN CUANTO A SERVICIOS	1,6
FIESTA DE LUCES OFERTARLO SIEMPRE	1,6
LEYES ERICTAS PARA EL PEATÓN	1,6
MAYOR PRESENCIA DE LA EMPRESA PRIVADA EN EL CENTRO HISTÓRICO	1,6
MAYOR PUBLICIDAD	1,6
MEJORAR INFRAESTRUCTURA HOTELERA/SITIOS TURÍSTICOS	1,6
MERCADOS MEJORAR COMO ATRACTIVO TURÍSTICO	1,6
PROMOCIONAR HOTELES EN EL CENTRO HISTÓRICO	1,6
QUE LAS TASAS DE IMPUESTOS BAJEN PARA LAS AEROLÍNEAS	1,6
SERVICIOS BILINGÜES	1,6
TEMAS DE IMPUESTOS EN CUANTO A TURISTAS	1,6
TENER CALENDARIO DE EVENTOS (DEPORTIVO,CULTURAL, DE AVENTURA)	1,6

Quito en una palabra / frase

Si yo le digo “QUITO”, qué palabra o imagen le viene a la mente?

Datos en porcentajes

N=20



Países a los que oferta Quito

¿Con qué países trabaja más, promocionando a Quito?

Datos en porcentajes

N=20

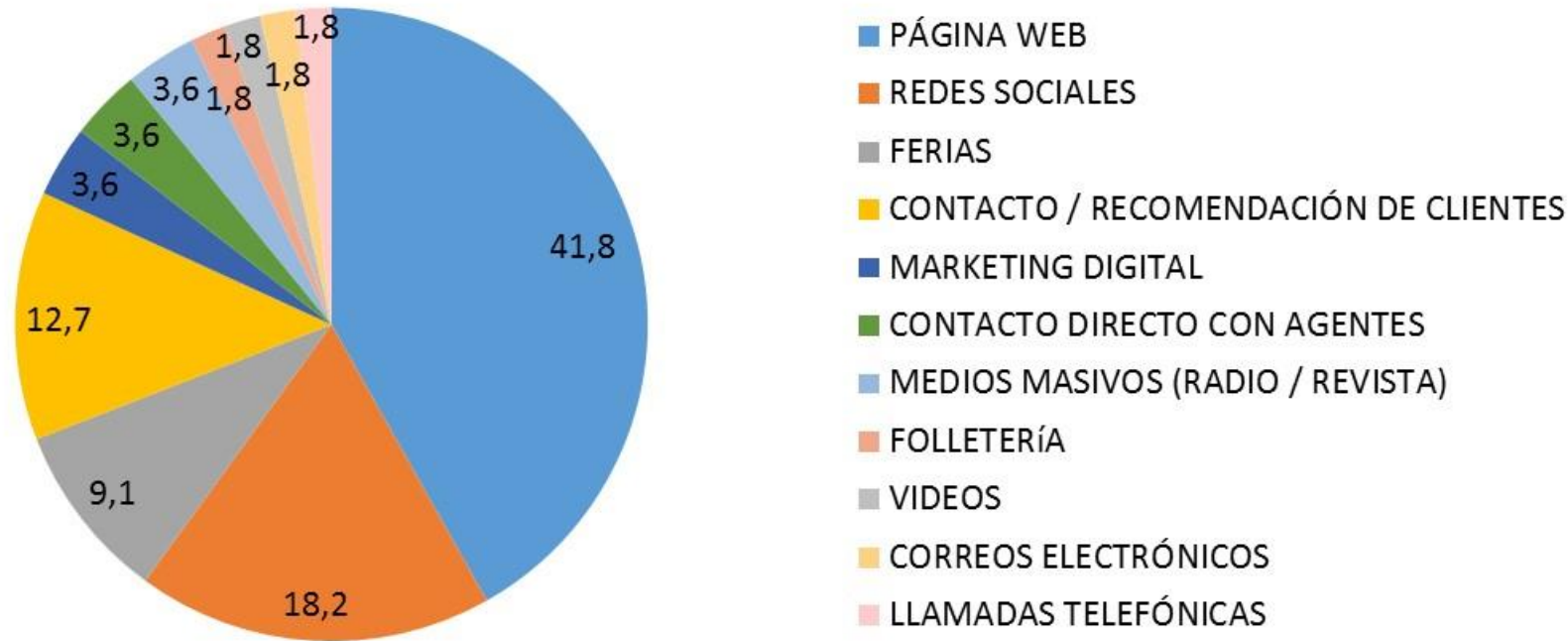
ESTADOS UNIDOS	21,3
CANADÁ	10,0
INGLATERRA	10,0
ALEMANIA	8,8
AUSTRALIA	8,8
HOLANDA	6,3
EUROPA	5,0
REINO UNIDO	5,0
FRANCIA	3,8
AUSTRIA	2,5
COLOMBIA	2,5
DINAMARCA	2,5
PERÚ	2,5
ARGENTINA	1,3
CHILE	1,3
ESCANDINAVIA	1,3
ESPAÑA	1,3
MÉXICO	1,3
NORIEGA	1,3
SUDAMÉRICA	1,3
SUECIA	1,3
SUIZA	1,3

Medios de promoción

¿Qué medios utiliza más para promocionar a Quito?

Datos en porcentajes

N=20



CONCLUSIONES

- Los operadores de turismo nacionales reconocen como principales fortalezas de Quito a su patrimonio y cultura, su gastronomía y su entorno natural, es por esta razón que los planes que promocionan contemplan generar experiencias en torno a estas fortalezas.
- Los planes diseñados para las fiestas de la ciudad y para el desarrollo de deportes de aventura en locaciones cercanas también se promocionan desde los operadores de turismo pero en menor medida que las actividades culturales y las visitas a los atractivos naturales.
- En los paquetes turísticos se promociona la visita a Quito junto con visitas a Galápagos, Amazonía, Baños, Cuenca y Guayaquil. Mientras que a los visitantes de Quito se les promociona también visitas a los alrededores de Quito que comprenden visitas al volcán Cotopaxi, Otavalo, Mindo, y Papallacta principalmente.
- Las operadoras de turismo consideran a Quito como una ciudad muy atractiva para el turismo (55%), aunque no tanto para realizar negocios, pese a que la calificación es positiva también para el desarrollo de negocios y actividades comerciales (26%). Esto debido principalmente a infraestructura y mayor acceso a tecnología y conectividad

- Las principales actividades que solicitan los clientes que se acercan a un operador turístico tienen que ver con visitas al centro histórico, lugares patrimoniales y culturales, visitas al teleférico, mitad del mundo, iglesias y museos. Los paquetes turísticos más demandados tienen que ver con las visitas guiadas al centro histórico, a la mitad del mundo, al teleférico y los tours gastronómicos a restaurantes.
- Por su entorno natural, su centro histórico y su infraestructura, Quito se diferencia de otras ciudades del Ecuador, constituyéndose en opinión de los operadores turísticos en una parada obligada para los turistas que visitan Ecuador.
- Los aspectos que no recomiendan los operadores turísticos para los visitantes de Quito, tienen que ver con temas vinculados a la seguridad del viajero, por lo que no recomiendan la zona de la Mariscal, en especial la Plaza Foch, el uso de transporte público, y caminar en la noche por los parques.

- Cuando se indaga respecto a las asociaciones que tienen respecto a Quito, mencionan como lugar asociado a Quito: su centro histórico, como animal menciona al Colibrí, como color mencionan el azul (cielo) y el verde, como plantas se menciona mayoritariamente a los geranios y luego rosas, mientras que en gastronomía el plato asociado a Quito es el loco de papa.
- Al igual que otros sectores evaluados los operadores turísticos califican de forma muy positiva los aspectos culturales, gastronómicos y la amabilidad de la gente en la ciudad de Quito, mientras que los aspectos peor evaluados tienen que ver con lo referentes a Ambiente para los negocios, seguridad y limpieza y orden.
- De la misma forma en los atributos referentes a infraestructura, los atributos bien evaluados tienen que ver con la infraestructura aeroportuaria, hotelera y los centros comerciales, mientras que las facilidades tecnológicas que brinda la ciudad, la señalética, la facilidad de la accesibilidad y movilidad y el transporte público reportan evaluaciones muy bajas, lo que se convierte en los aspectos que se recomienda que se mejore de cara a futuro.

- También se recomienda que se mejore la promoción de la ciudad en el extranjero, ya que el conocimiento de las bondades de la ciudad es poco conocido en los visitantes que llegan a Quito por primera vez. Los operadores turísticos entrevistados trabajan principalmente con visitantes provenientes de Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemania y Australia, y utilizan principalmente sus páginas web y las redes sociales como medios para promocionar a la ciudad de Quito.
- Los operadores turísticos consultados se muestran a favor de que se considere a Quito como un centro de arte y artesanía a nivel mundial, también reportan que de acuerdo al feedback que reciben Quito genera un efecto WOW en sus visitantes, generando un vínculo emocional con sus visitantes y la intención de regresar en el futuro, ya que como le mencionan al solicitarles que definan a Quito en una palabra, se considera a Quito como una ciudad bonita, grandiosa, un paraíso del que sobresale su patrimonio cultural y su atractivo natural.



www.ekosnegocios.com



(+593-2) 244 3377



Av. NNUU 1014 y Amazonas, Ed. La Previsora, Torre A, Of. 802