



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

TÍTULO: ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z

QUE VISITA GUAYAQUIL

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO

PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN

TURÍSTICA Y HOTELERA

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

NICOLE RUNRUIL DÍAZ

NOMBRE DEL TUTOR:

FANNY MANNER BALDEÓN, M.SC.

SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE, 2017

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Dedicatoria:

A Dios, porque sin Él nada podemos hacer, ni ser. Ya que Él es el único que nos otorga la vida y las herramientas que necesitamos para lograr nuestras metas.

A mi familia, que es lo más valioso que Dios me ha dado. Mis padres, Marcos y Carolina, porque ellos han dado razón a mi vida, dándome su amor incondicional y guiándome con sabiduría para que todo lo que me proponga lo obtenga. Mis hermanos, María Lucía y Marcos Rhen T'ien, que más que hermanos son mis verdaderos amigos. Mis abuelas, Lucía e Hilda, y mi tía María Elena ya que son personas sabias que me encaminaron por el buen sendero de la vida, apoyándome sin dudar y creyendo en mis decisiones especialmente en mi futuro con mi carrera. Y por último a mis ángeles, mis abuelos Roberto, Santiago y mi prima Doménica, quienes desde el cielo guían mi camino.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Agradecimiento:

Primeramente, quiero comenzar agradeciendo a Dios por la vida y todo lo que tengo en ella. Gracias a Él, tengo la oportunidad de culminar la carrera de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera con éxito. A mi maravillosa familia que me ha dado Dios y que me ha proporcionado su apoyo incondicional durante esta gran etapa de mi vida que estoy culminando con éxito, especialmente a mis padres, hombres de bien y sembradores de buenas costumbres y valores, siendo para mí un pilar fundamental en mi vida y motivación para ser mejor cada día de mi vida. Sin ellos no sería la persona en la que me he convertido. Además, quisiera agradecer a mi tutora, Fanny Manner y a todas las personas que colaboraron para que esta tesis sea finalizada con éxito. Finalmente, quisiera terminar con una frase que mi abuelo le enseñó a mi padre: Si quieres tener cosecha a corto plazo, siembra arroz; si quieres tener cosecha a mediano plazo, siembra maíz; pero si quieres tener cosecha a largo plazo, siembra en las mentes de los niños y cosecharas en el futuro hombres y mujeres de bien.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Análisis del perfil del turista de la Generación Z que visita Guayaquil

Nicole Runruil Díaz

Universidad de Especialidades Espíritu Santo – Ecuador

nrunruil@hotmail.com

Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía, Km. 2.5 Vía La Puntilla

Samborondón.

Resumen

El objetivo del estudio es analizar el perfil del turista de la Generación Z que visita la ciudad de Guayaquil, su motivación de viaje, fuentes de información analizadas para la planificación y diferentes aspectos relacionados a su organización y experiencia de visita; con la finalidad de que los resultados contribuyan a la mejora de la planificación turística en la ciudad. Esta investigación de tipo empírica utilizó principalmente la encuesta como instrumento de recolección de información, de los cuales 103 encuestas fueron detenidamente analizadas de manera descriptiva. Los resultados indicaron que la Generación Z tiene una gran tendencia a usar los medios digitales para planificar sus actividades, aunque consideran importante la opinión de sus familiares y amigos al momento de tomar una decisión de viaje. Finalmente, este grupo de turistas prefiere organizar su visita por su cuenta, con poca colaboración de agencias de viaje y tienen la tendencia de consumir servicios turísticos que demandan un gasto económico mínimo.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Palabras clave: Generación Z, perfil del turista, Guayaquil, motivaciones, preferencias.

Abstract

The objective of the study is to analyze the profile of the tourist of generation z that visits the city of Guayaquil, its motivation of trip, sources of information analyzed for the planning and different aspects related to its organization and experience of visit; with the aim that the results contribute to the improvement of the tourist planning in the city. This empirical research mainly used the survey as an instrument of information collection, of which 103 surveys were analyzed in a descriptive way. The results indicated that the Generation Z has a great tendency to use the digital means to plan their activities, although they consider important the opinion of their relatives and friends when making a trip decision. Finally, this group of tourists prefers to organize their visit on their own, with little collaboration of travel agencies and have the tendency to consume tourist services that demand minimal economic expenditure.

Keywords: Generation Z, tourist profile, Guayaquil, motivations, preferences.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Introducción

Los jóvenes nacidos entre 1995 hasta el 2005 pertenecen a la denominada Generación Z (El Herald, 2017). La generación se caracteriza por ser un grupo que piensa diferente y que ha crecido en un entorno de cambios, como sociales: la crisis económica, el calentamiento global, el terrorismo y los movimientos humanitarios (Dill, 2015). Estos hechos desarrollan un nivel de conciencia orientado al cambio de su entorno, brindando a este grupo de personas una ideología más abierta (Hosteltur, 2017).

Nacidos en la década de la tecnología, la consideran fundamental en sus actividades del día a día. Hacen uso principalmente de las redes sociales para compartir su experiencia entre amigos o familiares. Con respecto al turismo, la Generación Z toma en consideración aspectos importantes para sus viajes como el lujo, destinos exóticos, nuevas experiencias, aventuras y el contacto directo con las comunidades locales (Hosteltur, 2017). Además, les agrada compartir con la comunidad digital los destinos turísticos que visitan y su opinión sobre los servicios y/o establecimientos que causaron satisfacción o rechazo durante su viaje.

La localidad con gran aceptación por sus visitantes es la ciudad de Guayaquil. Según el reporte de los World Travel Awards, Guayaquil es considerada como una de las ciudades más reconocidas a nivel mundial y como un sitio ideal para hacer negocios. Incluso llegó a recibir en el año 2017 el Premio Líder de Viajes de Negocios (World Travel Awards, 2017).

Por lo anteriormente expuesto, el siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo principal desarrollar el perfil del turista de la Generación Z que

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

visita la ciudad de Guayaquil que servirá como insumo para la creación de estrategias turísticas que satisfagan este mercado.

Revisión de la literatura

Segmentación de mercados turísticos

La segmentación del mercado es una herramienta que permite a los investigadores clasificar grupos de personas en diferentes categorías (Alén, E., Dominguez, T., & Fraiz, A., 2010). La segmentación psicográfica es una manera eficaz de segmentar el mercado (Urbonavičius & Kasnauskienė, 2005). De acuerdo con Chen (2014), la segmentación y la construcción tipológica han sido utilizadas por los investigadores del turismo para predecir el comportamiento del viajero. Smith (1956), define que la segmentación del mercado implica ver un mercado heterogéneo como un número de mercado heterogéneo más pequeño que difieren entre sí debido a las preferencias de los productos de los consumidores. Como señaló Plummer (1974), ninguna población es homogénea; por lo tanto, es importante identificar y distinguir las diferencias entre individuos. Por otro lado, el turista posee costumbres como crear vínculos de amistad con otros viajeros y generalmente se unen con aquellos que tengan preferencias y comportamiento similares, este aspecto junto con las actividades que realizan y su gasto promedio por día constituye aspectos que se utilizan para la segmentación de mercados turísticos (Littrell, 2005).

Generaciones – características y diferencias

La idea de clasificar a las personas en distintas generaciones corresponde a la teoría generacional. Además, se menciona que las generaciones responden a características que poseen las personas nacidas en un periodo de tiempo

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

determinado. Según la clasificación, las personas compartirán ciertas cualidades como son lugares, historia, actitudes, desempeños y otras características colectivas que los representen (Howe & Strauss, 1997) (Eyerman, & Turner, 1998).

La teoría generacional señala que las generaciones son afectadas por los eventos históricos y los cambios sociales que se generen en el periodo de tiempo de cada uno de ellos. Además, se crean creencias e inclinaciones en cada uno de los individuos (Moss, 2010).

Generación	Cronología	Características generacionales
Tradicionales	1900 a 1945	Disciplinados, autoritarios, en constante mejora de su perfil personal y profesional, ahorrativos
Baby Boomers	1946 a 1964	Sus motivos principales de viaje son por ocio o negocios, optimistas, aventureros, la televisión, individualistas, buscan la autorrealización, cuidan de su salud.
Generación X	1965 a 1979	Sus motivos principales de viaje son por ocio o negocios, emprendedores, leales, independientes, creativos, siempre buscan estar informados, resilientes, valoran el balance entre el trabajo y la vida personal
Generación Y	1980 a 1994	La gran mayoría viaje por trabajo o negocios y usualmente acompañados de sus hijos, conocidos como la generación de la globalización, aprecian la libertad de expresión, resilientes, amables, creativos, optimistas y logran lo que se proponen.
Generación Z	1995 a 2005	Son considerados los más activos para los viajes, han nacido con la tecnología, su enfoque está orientado hacia el desarrollo de un futuro mejor, realistas, trabajan para cambiar el mundo, creativos, maduros, autosuficientes, prefieren ser sus propios jefes y viajan para ganar conocimiento.

□

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Tabla #1: Las generaciones y sus características. Fuente: Elaboración propia adaptada de (Gon, Pechlaner & Marangon, 2016).

Turistas de la Generación Z – características y preferencias turísticas

La Generación Z considera necesario el uso del internet, las redes sociales y las aplicaciones móviles para realizar sus actividades diarias y de viajes (Dorsey, 2016)(Cajal, 2014) (Leccardi & Feixa, 2011). Para Cabeza (2000) la industria turística ha cambiado, ya que actualmente integra las herramientas digitales como generadoras de influencias en los viajeros. Las ventajas son la rapidez y comodidad de obtener la información necesaria de un sitio donde viajar. El proceso de selección se centra en las opciones y opiniones de turistas anteriores respecto a un destino. No obstante, este cambio ha generado que las agencias de viaje comiencen a cerrar sus puertas.

En efecto, el estudio realizado por World Travel and Tourism Council(WTTC) reveló que el 70% de los turistas utilizan las redes sociales y las páginas web como Trip Advisor, Trivago, Expedia y Booking para conocer sitios turísticos a los cuales ir y a su vez funcionan como medio de opinión. En la red social Facebook, los turistas consideran los “me gusta” como simbología que representa un lugar o un servicio recomendado(World Travel & Tourism Council, 2016). Por esta razón, las empresas turísticas han volcado sus esfuerzos al trabajo en las redes sociales y el internet.

La Generación Z de manera similar a la generación de los Millennials, según Willmore (2017) es más propensa a elegir un destino de viaje y actividades, basadas en lo que comparten sus compañeros en línea. El resultado que se da es que han desarrollado una marca indeleble en la industria del marketing turístico y

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

han hecho que las empresas deban utilizar las redes sociales para obtener éxito en la comercialización de sus viajes turísticos.

La generación de los Millennials y la Z han crecido en un mundo que se encuentra conectado las 24 horas del día. El 68% de la Generación Z y los Millennials consideran que los viajes son un derecho que ellos poseen desde su nacimiento. Y una vez que deciden viajar hacia un sitio, es totalmente seguro que tomarán fotos y comentarán del viaje realizado en las redes sociales (Willmore, 2017).

Por el contrario, Wong (2016) afirma que las personas de la Generación Z, antes de decidir un sitio que puedan conocer, su decisión es basada en la experiencia de sus amigos y familiares que viajaron recientemente. Para ello, terminan de convencerse utilizando las redes sociales para comprobar que dicho destino vale la pena ser visitada. Por lo que se puede concluir, la Generación Z no poseen un sitio claro para realizar un viaje.

Siguiendo a Booking (2016), realizó una investigación la cual reveló que más de 22 mil comentarios realizados en su sitio web fueron hechos por la Generación Z. Las preguntas topaban temas como: información, precios de hoteles y lugares turísticos disponibles. Dicha investigación fue una pauta para determinar los hábitos de consumo de la Generación Z. Por lo cual, concluyó que la Generación Z utiliza las redes sociales y portales web como principales herramientas para buscar información referente a sitios turísticos y los servicios que ahí se ofrecen.

En el caso del hospedaje, Hostling (2014) en su investigación concluyó que la Generación Z busca hoteles que ofrezcan servicios de internet ya incluidos

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

en el costo ya que ellos prefieren estar conectados la mayor parte del tiempo. Una razón es la de estar informados respecto a acontecimiento importantes. Pues, les proporciona temas de conversación y opinión. Es por esta razón que, se observa inclusive en el Ecuador, no se encuentra ningún hotel que no otorgue el servicio de internet gratuito en sus instalaciones.

López (2017) periodista de América Retail, considera que la Generación Z busca servicios de self service check in/out, que quiere decir, servicios automatizados. El servicio autónomo acelera los tiempos de espera al momento de realizar una compra. Asimismo, la instalación de servicios de self-service check in/out en los hoteles reduciría los tiempos de espera para los clientes menos pacientes. Incluso, se evitaría la idea de interactuar con una persona desconocida para rentar un servicio.

Características del turismo en Guayaquil

Según el informe realizado en el 2014 por la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales (EPMT) junto a la participación especial de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo se determinó que los sitios turísticos más destacados son: el Parque Seminario, el Malecón Simón Bolívar, el Malecón del Estero Salado. Los cuales que dentro de sus resultados se indica que; los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil pertenece al 54% y el 46% son turistas locales. (EPMT, 2014)

Siguiendo a Jalón, Crespo & Villafuerte (1999) descubren que el perfil del turista nacional que llega a Guayaquil busca un sitio de recreación y de pasar vacaciones. Sin embargo, la mayor cantidad de personas que arriba a la ciudad lo

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

hacen con el objetivo de emprender un negocio. La mitad de los llegados son personas entre 25 a 44 años.

Entre las principales actividades que desean realizar las personas que llegan a Guayaquil son encontrar un buen lugar para realizar compras y satisfacer el espíritu aventurero. Por otra parte, los mayores a 30 años buscan emprender un negocio. El promedio de inversión por turista que realiza en la ciudad es de aproximadamente 50 dólares diarios (Jalón, Crespo, & Villafuerte, 1999).

Existe el sitio web de la ciudad de Guayaquil que nos permite planificar el viaje, compartir destinos y atractivos con otros cibernautas a través de las redes sociales. También, ofrece otro tipo de informaciones como calendarios de las actividades que se llevarán a cabo para la recreación de los guayaquileños y los turistas. Además, permite un tour por la ciudad, la descarga de aplicaciones y videos relacionados con Guayaquil (EPMT, 2017).

Según declaraciones obtenidas del presidente de la Cámara de Turismo del Guayas y de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo por medio de una entrevista a los autores, el mercado turístico guayaquileño es consumido principalmente por el sector empresarial y un nuevo mercado que es el de seminarios y conferencias. Por otro lado, las entidades gubernamentales trabajan de una manera poco conjunta para el beneficio del turismo; esto resulta en la confusión de los turistas, principalmente los extranjeros, que no tienen idea qué atractivos turísticos visitar. Finalmente, con relación a la satisfacción de la Generación Z, la ciudad se está adecuando con instalaciones de puntos WiFi (Telconet, 2017), pero aún faltan espacios recreacionales propicios para dicha generación como parques de diversión y de realización de deportes extremos y

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

además, se debe trabajar en la ampliación del horario de los centros de diversión nocturnos.

Brecha del conocimiento

A través de la literatura citada, se pudo notar que no existe trabajo de investigación que aborde el estudio del perfil del turista clasificado por generaciones que visiten la ciudad de Guayaquil. Pues, los datos presentados en investigaciones anteriores son en base al perfil del turista en general, las encuestas de los proyectos anteriores fueron realizadas al azar, tomando en cuenta únicamente a los turistas nacionales y extranjeros. Por esto, el objetivo del siguiente trabajo de investigación es de revelar cuál es el perfil del turista de la Generación Z que visita la ciudad de Guayaquil.

Metodología

El presente trabajo de investigación es de tipo empírico y primeramente se analizó información secundaria a partir de investigaciones previas relacionadas al estudio del perfil del turista. Seguidamente, se recopiló información primaria mediante el diseño y aplicación de una encuesta aplicada en lugares turísticos de Guayaquil y cuyas interrogantes fueron basadas en trabajos previos sobre el perfil del turista. Como complemento, se realizó una entrevista al Presidente de la Cámara de Turismo del Guayas y de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo con la finalidad de obtener información respecto a los proyectos desarrollados por las entidades públicas y privadas de Guayaquil con relación al mejoramiento de la oferta turística de la ciudad.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Lugar de estudio

Guayaquil capital de la provincia del Guayas, es la ciudad que alberga 2'617.349 habitantes, convirtiéndose en la urbe con mayor de habitantes en el Ecuador (INEC, 2010). Llamada también “La Perla del Pacífico” por su conexión directa con el Océano Pacífico y el río Guayas. Su apertura y libertad de desarrollo que otorga a personas de diferentes nacionalidades y su variedad de atractivos turísticos y actividades de entretenimiento la hacen una ciudad cosmopolita. Además, Guayaquil es icono del desarrollo comercial y económico del país, aspecto que ha fortalecido la oferta y organización de eventos relacionados al turismo de negocios y reuniones en los últimos años.

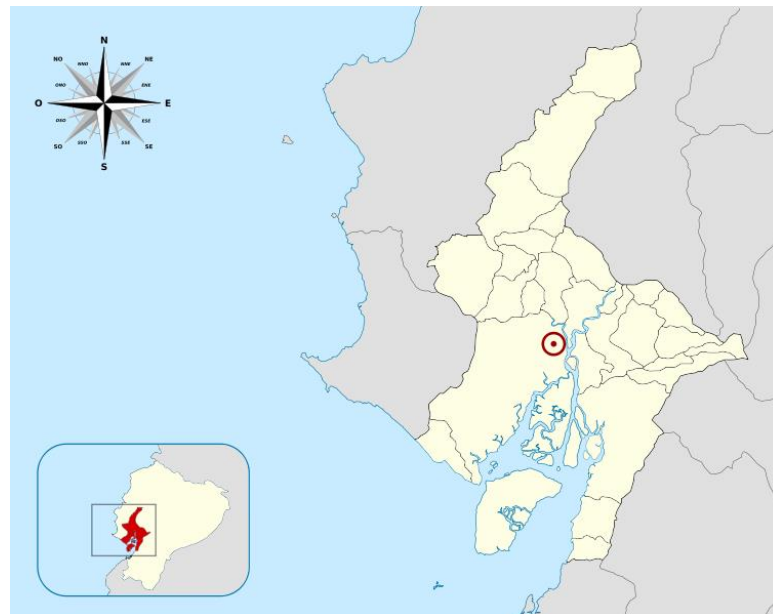


Figura 1. Lugar de estudio. Fuente: Tomada de Villacrés (2010).

Población y muestra

Para el cálculo de la muestra de este estudio se tomó como referencia los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en su Anuario de Entradas y Salidas Internacionales del año 2016. (INEC,

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

2016) Donde indican que en este año la ciudad de Guayaquil recibió 371410 turistas entre nacionales y extranjeros. El trabajo de investigación utilizará un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 9,7%. Una vez realizada la fórmula del cálculo de la muestra para poblaciones finitas, el resultado de la muestra total es de 103 personas correspondientes a la Generación Z a ser encuestadas. Con respecto a las personas que fueron analizadas, estas corresponden a aquellas que poseen edades entre los 12 a los 22 años de edad.

El motivo de la reducida muestra, es que los encuestados fueron en su mayoría menores de edad y sus padres o tutores prohibían el contacto con ellos.

Cálculo del tamaño de la muestra	
p	0,5
Margen de error	9,7%
nivel de confianza	95%
Población	371410
Tamaño de la muestra	103

Tabla #2: Cálculo del tamaño de la muestra. Fuente: Elaboración propia.

Estructura de la encuesta

La estructura de la encuesta consta de 25 preguntas cerradas divididas en 8 secciones: características demográficas, motivación de viaje, organización del viaje, fuentes de información analizadas para planificar el viaje, elaboración del viaje, actividades realizadas en la ciudad, gastos del turista y su motivación para recomendar visitar Guayaquil. Para validar la encuesta, fue necesaria una prueba piloto con 25 cuestionarios. Luego, se realizó el estudio definitivo entre los meses

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

de julio y agosto de 2017; meses considerados dentro de la temporada alta de turismo en Guayaquil según el informe del Ministerio de Turismo (MINTUR) en el 2017 (MINTUR, 2017). Se aplicaron 120 cuestionarios, de los cuales 103 fueron validados. Para la realización de las encuestas se utilizó la aplicación Google Forms y los análisis que se realizaron de los resultados, fueron principalmente descriptivos.

Resultados

Características demográficas

Se apreció que, el género masculino predominó con el 58.25% y el femenino con el 41.75% y la edad con mayor frecuencia fue de jóvenes entre los 20 a 22 años (61.16%), seguido de jóvenes entre los 16 a 19 años con el 29.13%. Con relación al estado civil con mayor frecuencia que visita el Ecuador están los solteros con el 90.29%, siendo un dato muy claro para la Generación Z que son jóvenes con edades entre los 12 a 22 años.

El nivel de educación, como se esperaba fueron en su mayoría universitarios (65.05%), seguidos de personas con educación secundaria (31.07%). Se informa que la ocupación que mayor porcentaje presentó fueron encuestados cuya principal actividad fue la de estudiar (54.37%), seguido de empleados FreeLancer con un 15.53%.

Como se puede notar en la tabla 3, el nivel de ingreso de un gran grupo de chicos de la Generación Z fue de menos de \$375 que corresponde al salario mínimo en el Ecuador (47.27%), seguido de jóvenes que ganan entre \$501 a \$700 (20.39%) mostrando que el grupo de Generación Z tiene bajo poder adquisitivo.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Atributo		Frecuencia	Porcentaje
Genero	Femenino	43	41.75
	Masculino	60	58.25
Edad	De 12 a 15 años	10	9.71
	De 16 a 19 años	30	29.13
	De 20 a 22 años	63	61.16
Estado civil	Soltero	93	90.29
	Casado	1	0.97
	Unión libre	8	7.77
	Viudo	1	0.97
Nivel de educación	Educación primaria	2	1.94
	Educación secundaria	32	31.07
	Educación Universitaria	67	65.05
	Maestría	2	1.94
	Doctorado	0	0
Ocupación	FreeLancer	16	15.53
	Negocio propio	6	5.83
	Funcionario público	1	0.97
	Empleado a tiempo completo	13	12.62
	Empleado a tiempo parcial	6	5.83
	Estudiante	56	54.37
	Desempleado	5	4.85
Nivel de Ingresos	Menos de \$375	49	47.57
	\$376 a \$500	13	12.62
	\$501 a \$700	21	20.39
	\$701 a \$1000	10	9.71
	\$1001 o más	10	9.71

Tabla #3: Características demográficas. Fuente: Elaboración propia.

Lugar de Procedencia

La figura 2 muestra el lugar de procedencia de extranjeros que visitan Guayaquil donde se puede notar que el mayor número de ellos provienen de Estados Unidos (15%), seguidos por los de nacionalidad argentina (26%),

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

resultado de coincide con las estadísticas del INEC (2016) sobre las principales nacionalidades de extranjeros que arriban al Ecuador por turismo.



Figura 2. Extranjeros que visitan Guayaquil. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, con relación al turismo interno, la figura 3 representa a los turistas ecuatorianos de la Generación Z que visitan Guayaquil y provienen de las siguientes ciudades: Quito (28%), Manta (18%), Portoviejo (16%) y Cuenca (12%).

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

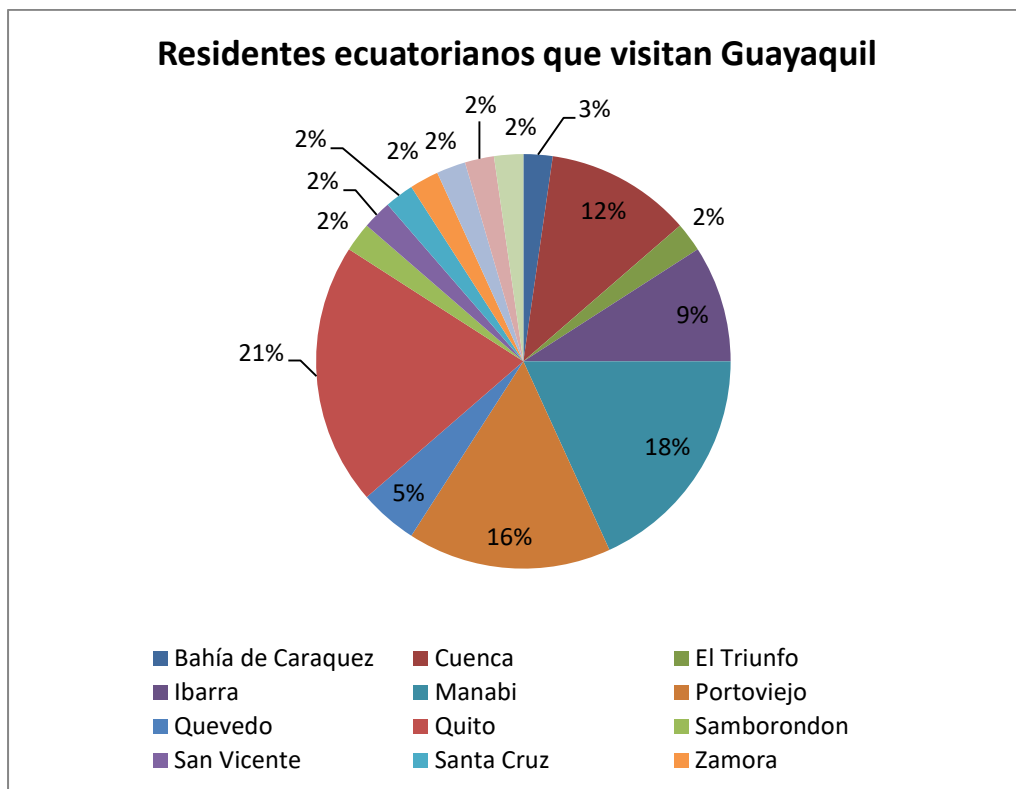


Figura 3. Residentes ecuatorianos que visitan Guayaquil. Fuente: Elaboración propia.

Motivaciones de viaje

Los jóvenes de la Generación Z visitan Guayaquil principalmente motivados por la diversión que la experiencia y actividades del viaje conllevan (43,69%), seguidos por la visita a familiares y amigos (26,21%). Sin embargo, vale reconocer que el 54,37% de ellos, llegan a Guayaquil por iniciativa propia y el 33,01% por recomendación de la familia. Mostrando que la influencia familiar en este joven grupo de turistas es predominante e importante al momento de visitar un destino.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

	Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Motivación principal	Conocer, diversión, pasear	45	43.69
	Trabajar	5	4.85
	Asistir a un congreso / seminario	15	14.56
	Estudiar	13	12.62
	Visitar familiares / amigos	24	26.21
	Realizar compras	1	0.97
	Iniciativa del viaje	Iniciativa propia	56
La empresa donde trabajo		3	2.91
Recomendación de alguna agencia de viaje		6	5.83
Sugerencia de familiares y amigos		34	33.01
Sugerencia vista en redes sociales		4	3.88
Vista en medios de comunicación tradicionales		0	0

Tabla #4: Motivaciones de viaje. Fuente: Elaboración propia.

Organización del viaje

Los resultados de las encuestas mostraron que para la Generación Z la mejor forma de organizar sus viajes es por cuenta propia (67%) y no haciendo uso de una agencia de viajes y que sólo el 15.53% de ellos si contrata ciertos servicios de las agencias de viajes. Este resultado refleja los cambios actuales en la organización de viajes y de cierta manera el perfil aventurero que presentan los jóvenes de esta generación.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

	Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Organización del viaje	Cuenta propia, sin intervención de ninguna agencia de viaje	69	67.00
	Cuenta propia, pero con ayuda de alguna agencia de viaje	16	15.53
	Agencia de viajes	7	6.80
	Tour	4	3.88
	Empresa donde trabajo	2	1.94
	Otro	5	4.85

Tabla #5: Organización del viaje. Fuente: Elaboración propia.

Fuentes de información analizadas para planificar el viaje

Se puede conocer mediante la encuesta, que el medio que más usan para conocer sobre la ciudad es a través de familiares y amigos siendo el 52,42% de los resultados; seguido por el internet con el 29,3% y tercero, a través de guías turísticas con el 9,71%. De esta forma se entiende que aun la Generación Z no conoce a la ciudad de Guayaquil por medios digitales y que las autoridades turísticas locales necesitan trabajar en la visibilidad de la información turística de Guayaquil en los medios digitales. Por otra parte, los que usaran los medios digitales conocieron de la ciudad de Guayaquil por medio del internet o web page y redes sociales (47,57%) con el 44,66%. Finalmente, se les preguntó la red social que más utilizan para obtener información de viaje y dijeron que es Facebook con un 48,54%, seguido de Instagram con un 32,04% y YouTube con un 15,24%.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

	Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Medios por el cual conoció sobre la ciudad	Familiares y amigos	54	52.42
	Guías turísticas	10	9.71
	Publicidad en medios de comunicación tradicionales	2	1.94
	Operadora de viajes	6	5.83
	Revistas turísticas	1	0.97
	Internet y redes sociales	30	29.13
	Libros	0	0
Medios digitales que utilizó para buscar información sobre la ciudad	Páginas web en general	49	47.57
	Redes sociales	46	44.66
	Páginas web de medios de comunicación tradicionales	3	2.92
	Operadora de viajes	5	4.85
Redes sociales utilizadas para conocer la ciudad	Facebook	50	48.54
	Twitter	1	0.97
	Instagram	33	32.04
	YouTube	16	15.54
	Otros	3	2.91

Tabla #6: Fuentes de información analizadas para planificar el viaje. Fuente: Elaboración propia.

Características del viaje

Se aprecia en la tabla 7 que un gran número de jóvenes de la Generación Z prefiere viajar con amigos (45,63%), a otro grupo le agrada viajar solo (23,30%) y una pequeña proporción de los encuestados prefiere viajar con familiares (20,39%). Con relación al transporte, el más usado es el avión (41,75%) y el bus interprovincial (32,40%) o internacional. Con respecto al alojamiento, una de las opciones que usan para hospedarse es con familiares (35.92%), luego los hoteles (24.27%) y hostales (19.42%) son una opción y finalmente, la Generación Z

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

prefiere alimentarse en la cafetería del hotel, restaurante o kiosco de la ciudad. Es correcto afirmar que gran número de viajes se da con familiares y que su medio usual de transporte hacia Guayaquil es el avión, ya que en este segmento muchos de ellos son menores de edad que viajan con la compañía de adultos responsables del grupo.

Atributo		Frecuencia	Porcentaje
Acompañantes	Solo	24	23.30
	Amigos	47	45.63
	Padres o familiares	21	20.39
	Con la pareja	10	9.71
	Compañeros de trabajo	1	0.97
Tiempo de visita	De 1 a 3 días	36	34.95
	De 4 a 6 días	19	18.45
	De 7 a 10 días	26	25.24
	De 10 a más días	22	21.36
Medio de transporte de arribo	Avión	43	41.75
	Bus interprovincial o intercantonal	33	32.04
	Bus internacional	14	13.59
	Crucero	0	0
	Auto propio	10	9.71
	Auto rentado	3	2.91

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Medio de transporte	Buses urbanos	24	23.30
interno	Taxis	26	25.24
	Vehículo rentado	8	7.77
	Auto propio	29	28.15
	Transporte turístico	6	5.83
	Bicicleta o moto	0	0
	Metrovía	4	3.88
	A pie	6	5.83
Alojamiento	Hotel	25	24.27
	Hostal	20	19.42
	Casa de huéspedes	8	7.77
	Casa de algún familiar	37	35.92
	Casa de algún amigo	13	12.62
Alimentación	Restaurantes	54	52.43
	Cafeterías	13	12.62
	Bares	2	1.94
	Kioscos de comida	27	26.21
	Máquina de venta de alimentos	2	1.94
	Otro	5	4.86

Tabla #7: Características del viaje. Fuente: Elaboración propia.

Actividades realizadas en la ciudad

Se puede encontrar que la actividad favorita de la Generación Z es la de realizar excursiones dentro de la ciudad representada por el 69.90%, reflejando

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

que son muy activos a la hora de visitar un destino y hacer actividades turísticas. Los principales lugares de visita en Guayaquil para estos turistas son: el Barrio las Peñas (42.72%), el Parque Samanes (25.24%) y el Malecón Simón Bolívar (20.39%), atractivos turísticos de Guayaquil que son de fácil acceso. Por otro lado, por la noche una de sus actividades favoritas es el poder descansar en el hotel (53.40%) y el poder salir a caminar (23.30%).

Atributos	Frecuencia	Porcentaje	
Actividades realizadas durante el día	Descansar en el hotel	10	9.71%
	Excursiones dentro de la ciudad	72	69.90%
	Excursiones fuera de la ciudad	8	7.77%
	Realizar compras	7	6.80%
	Trabajar	6	5.83%
	Otro		
Actividades realizadas durante la noche	Descansar en el hotel	55	53.40%
	Salir a caminar	24	23.30%
	Salir a comer	14	13.59%
	Salir a bailar	7	6.80%
	Conocer nuevas personas	3	2.91%
	Otro		

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Lugares visitados de la ciudad			
Parque Samanes	25		25.24%
Barrio Las Peñas	44		42.72%
Malecón Simón Bolívar	21		20.39%
Malecón del Estero			
Salado			
Bosque protector			
Cerro Blanco			
Parque Histórico	6		5.83%
Cementerio			
General Guayaquil			
Parque Seminario			
La Perla			
Isla Santay			
Jardín Botánico			
Otro	6		5.83%

Tabla #8: Actividades realizadas en la ciudad y atractivos visitados. Fuente:

Elaboración propia.

Gasto turístico diario

Se determinó mediante la encuesta que el gasto diario de la Generación Z en Guayaquil es de \$11 a \$20 con un 38,84%, seguido por de \$21 a \$30 (26.21%) y de \$1 a \$10 (22.33%); y con referencia al método de pago el uso de dinero en efectivo es primordial (90.29%).

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Atributos		Frecuencia	Porcentaje
Gasto promedio al día en la ciudad	De \$1 a \$10	23	22.33
	De \$11 a \$20	40	38.84
	De \$21 a \$30	27	26.21
	Más de \$31	13	12.62
Método de pago	Efectivo	93	90.29
	Tarjeta de crédito	10	9.71
	Dinero electrónico	0	0
	Cheque viajero	0	0
	Otro	0	0

Tabla #9: Gasto turístico diario. Fuente: Elaboración propia.

Deseo de recomendación del destino Guayaquil

Al final de la encuesta se solicitó al turista si recomendaría al destino y sus respuestas fueron: con el Si (77.67%), No (0.00%) y un Tal vez (22.33%), esto brinda una perspectiva positiva sobre el nivel de satisfacción de los turistas que recorren Guayaquil. Además, se preguntó sobre el medio que utilizarían para recomendar la ciudad y el 75.73% de las respuestas indicaron que las redes sociales sería su primera opción, seguido de boca a boca con un 24.27%; confirmado el uso principal de las redes sociales en el día a día de la Generación Z.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Atributo			Frecuencia	Porcentaje
Recomendaría la ciudad	Si		80	77.67
	No		0	0
	Tal vez		23	22.33
Medio para recomendar la ciudad	Boca a boca		25	24.27
	Redes sociales		78	75.73
	Otro		0	0

Tabla #10: Deseo de recomendación del destino Guayaquil. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Recomendaciones

Primeramente, se puede concluir que el perfil del turista de la Generación Z que visita la ciudad de Guayaquil, es un turista que en coincidencia con el estudio de Wong (2016) llega a la urbe porteña considerando principalmente los comentarios de familiares y amigos, en contraste con la información que recopila de la internet y las redes sociales; aunque la decisión de viaje final la realiza por su cuenta y la organización es realizada de la misma manera; dejando en confirmación la reducción de contratación de servicios por medio de las agencias de viajes tradicionales.

Segundo, este tipo de turista prefiere viajar en grupo, ya sea familiar o con amigos por un tiempo de estadía no superior a los 3 días; utilizan el avión como medio de transporte para acceder a Guayaquil y el taxi o autobuses para trasladarse dentro de la ciudad.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Además, los atractivos turísticos que prefiere visitar en Guayaquil son parques, plazas y paseos de fácil acceso y que presentan facilidades como wi-fi y alimentación; servicios que maximizan el disfrute de los mismos.

Como conclusión, si bien cierto los diferentes organismos encargados de promover el turismo en Guayaquil desarrollan estrategias motivadas a convertir a la ciudad en un destino digitalmente innovador, aún se necesita trabajar en la promoción de la ciudad ya que pocos jóvenes del segmento de mercado estudiado conocieron de Guayaquil a través de redes sociales. Por otro lado, se identifica la necesidad de integrar las estrategias de desarrollo y promoción turística de estos organismos a fin de fortalecer la imagen del destino Guayaquil y mejorar la variedad de sus atractivos turísticos.

Finalmente, se recomienda replicar este estudio en una muestra de mayor proporción, realizar el levantamiento de la información en lugares de mayor concentración de turistas como el aeropuerto de la ciudad, el terminal terrestre Parque Seminario, Parque Histórico y el Malecón 2000 y llevar a cabo un estudio detallado de los principales atractivos de Guayaquil que visitan los turistas de la generación Z para conocer sus actividades y nivel de satisfacción.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Bibliografía

- Alén, E., Dominguez, T., & Fraiz, A. (2010). *El turismo senior como segmentación del mercado emergente*. Murcia: Universidad de Viago.
- Booking. (25 de Octubre de 2016). *Así le gusta viajar a la Generación Z*.
Obtenido de <https://news.booking.com/asi-le-gusta-viajar-a-la-generacion-z>
- Cabeza, M. (16 de Abril de 2000). *La industria turística busca nuevos horizontes*.
Obtenido de http://iies.faces.ula.ve/revista/Articulos/Revista_16/Pdf/Rev16Cabeza.pdf
- Chen, H. J., & Sasias, M. (2014). *Tourist segmentation in Taiwan's wineries: A cultural perspective*. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 223-236.
- Dill, K. (10 de Noviembre de 2015). *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/7-cosas-que-debes-saber-sobre-la-generacion-z/>
- Dorsey, J. (2016). *Generación Z*. Texas: Gen HQ.
- El Heraldo. (14 de Junio de 2017). *La generación Z, los revolucionarios del mundo digital*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/entretenimiento/la-generacion-z-los-revolucionarios-del-mundo-digital-372297>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones de Guayaquil; Universidad Espíritu Santo. (1 de Enero de 2014). *Por primera vez Guayaquil cuenta con información sobre el perfil del turista que la visita*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/sala-de->

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

prensa/por-primera-vez-guayaquil-cuenta-con-informacion-sobre-el-perfil-del-turista-que-la-visita

Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones de Guayaquil (22 de Junio de 2017). *Guayaquil Tour Virtual 360*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/multimedia/guayaquil-tour-virtual-360>

Eyerman, & Turner. (1998). *Outline of a theory of generations*. New York: European Journal of Social Theory.

Gon, M., Pechlaner, H., & Marangon, F. (2016). Destination management organizations (DMOs) and Digital Natives: the neglected “informal expertise” in web 2.0 implementation and social media presence. Insights from the Italian Friuli Venezia Giulia DMO. *Information Technology & Tourism*, 16(4), 435-455.

Hosteltur. (18 de Abril de 2017). *Crece la influencia de la Generación Z en los viajes de lujo*. Obtenido de https://www.hosteltur.lat/192300_crece-influencia-generacion-z-viajes-lujo.html

Hostling. (18 de Diciembre de 2014). *Ya está llegando a los hoteles la generación Z, pero ¿satisfacemos al menos a la Generación Y?* Obtenido de <http://www.hostlinglatam.com/opinion/ya-esta-llegando-los-hoteles-la-generacion-z-pero-satisfacemos-al-menos-la-generacion-y/>

Howe & Strauss. (1997). *The fourth turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (1 de Enero de 2010). *Así es Guayaquil cifra a cifra*. Obtenido de

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Instituto Nacional de Estadístico y Censos (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Jalón, V., Crespo, L., & Villafuerte, G. (1999). *Un enfoque estadístico de la demanda en el sector Turístico de Guayaquil*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral

Leccardi, C., & Feixa, C. (1 de Junio de 2011). *El concepto de generación en las teorías sobre la juventud*. Obtenido de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2017/02/Leccardi-C.-Feixa-C.-El-concepto-de-generacion-en-las-teorias-sobre-juventud.-2011.-22-pags.pdf>

Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., & McMurray, A. (2008). *Seasonality in the tourism industry. Impacts and strategies*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

Littrell, M. (2005). *Journal of Vacation Marketing*. Colorado State: Aylesworth Hall.

López, M. A. (2 de Enero de 2017). *Estudios: ¿El sector turístico está preparado para la Generación Z?* Obtenido de <http://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-el-sector-turistico-esta-preparado-para-la-generacion-z/>

Ministerio de Turismo del Ecuador (Enero 2017). *Ecuador Travel*. Obtenido de <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Miralbell, O. (2010). *Destinos turísticos 2.0. Un nuevo paradigma de gestión y planificación.*

Moss, S. (2010). Generational cohort theory. Psychlopedia, Key theories, Developmental Theories, Erisim Tarihi, 27, 2014.

Plummer, J. (1974). *The concept and application of lifestyle segmentation.* New York: American Marketing Association.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., & Pérez, M. D. L. L. C.

(1998). *Metodología de la investigación* (Vol. 1). México: Mcgraw-hill.

Telconet. (16 de Junio de 2017). *Cobertura Wifi Alcaldía de Guayaquil.* Obtenido de <http://www.telconet.net/telconet/cobertura-wifi-alcaldia>

Urbonavičius, S., & Kasnauskienė, G. (2005). *New Applications of a Traditional Psychographic Segmentation Concept.* Engineering Economics, 80-86.

Villacrés, S., 2010. *Ubicación de la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas.* Obtenido de

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Sageo_de_Guayas_-_Guayaquil_C4.svg

Willmore, S. (24 de Marzo de 2017). *Generation Y and Z's effect on the tourism industry.* Obtenido de

<http://www.traveldailymedia.com/248528/generation-y-z-tourism-industry/>

Wong, K. (13 de Diciembre de 2016). *How Millennials And Gen Z Transformed Tourism Marketing Through Sharing.* Obtenido de

<https://www.forbes.com/sites/kylewong/2016/12/13/how-millennials-and-gen-z-transformed-tourism-marketing-through-sharing/#47a40b428680>

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

World Travel Awards. (1 de Marzo de 2017). *Guayaquil es tú destino turístico en este 2017*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/guayaquil-mi-destino/246101-guayaquil-tu-destino-turistico-este-2017>

World Travel & Tourism Council. (1 de Diciembre de 2016). *Economic Impact World*. Obtenido de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Anexos

Anexo A: Formato de preguntas para la entrevista con el presidente de la Cámara de Turismo del Guayas y de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo.

1. ¿Cuál ha sido el mercado turístico más consumido en la ciudad de Guayaquil?
2. Existe la participación por parte de entidades gubernamentales como son el municipio o el gobierno para promover la ciudad de Guayaquil como sitio turístico.
3. ¿Cuál es el enfoque turístico que más se ha desarrollado en la ciudad, una ciudad de turismo nacional o de turismo internacional?
4. ¿Se ha visto cambios generacionales en el consumo turístico en la ciudad de Guayaquil?
5. Ha encontrado cambios en el nicho de mercado del sector turístico de la ciudad de Guayaquil.
6. ¿Considera usted que los establecimientos turísticos y los atractivos turísticos están preparados para atraer a esta Generación Z, a manera de evaluación?
7. ¿Considera recomendable que se tomen en cuenta las nuevas formas de comunicaciones como son las redes sociales, para promover el turismo en Guayaquil a los más jóvenes?
8. ¿Cuál considera que son los sitios que más se puede explotar para el mercado turístico de Guayaquil?

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

9. ¿Qué lugares son más recomendables para actividades turísticas de la Generación Z?
10. ¿Qué recomendaría a los pequeños y medianos empresarios que trabajan en el sector del turismo en la ciudad de Guayaquil?

Anexo A: Modelo de la encuesta para los turistas de la Generación Z que visitaron la ciudad de Guayaquil.

El perfil del turista de la Generación Z de Guayaquil (The profile of the tourist of Generation Z of Guayaquil)

La siguiente encuesta tiene la finalidad de definir el perfil del turista de la Generación Z que visita la ciudad de Guayaquil (The following survey has the purpose of defining the profile of the tourist of the Generation Z that visits the city of Guayaquil)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

Características demográficas (Demographic characteristics)

¿Cuál es su género? (What is your gender?)

- a. Masculino (Male)
- b. Femenino (Female)
- c. Otro (other)_____

2. ¿Cuáles su edad? (How old are you?)

- a. 12-15 años (12-15 years old)
- b. 16-19 años (16-19 years old)
- c. 20-22 años (20-22 years old)

3. Nacionalidad o lugar de residencia (Place of residence)

- a. Ciudad/city:
- b. País/country:

4. ¿Cuál es su estado civil? (What is your marital status?)

- a. Soltero (Single)
- b. Casado (Married)
- c. Union Libre (Free union)
- d. Viudo (Widower)

3. ¿Cuál es su nivel educacional? (What is your educational level?)

- a. Educación primaria (Primaryschool)
- b. Educación secundaria (Secondaryschool)
- c. Educación Universitaria (UniversityEducation)
- d. Masterado (Master)
- e. Doctorado (PHD)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

4. ¿Cuál es su empleo actual? (What is your current job?)

- a. Freelance
- b. Negocio propio (Ownbusiness)
- c. Funcionario público (Federal employee)
- d. Empleado a tiempo completo (Full-time employee)
- e. Empleado a tiempo parcial (Part-time employee)
- f. Estudiante (Student)
- g. Desempleado (Unemployed)

5. ¿Cuál es su ingreso mensual? (What is your monthly income?)

- a. 375 o menos (375 or less)
- b. 376 a 500
- c. 551 a 700
- d. 701 a 1000
- e. 1001 o más (1001 or more)

Razones por las cuales viajó (Reasons why you traveled)

6. ¿Cuál fue la razón principal de su viaje? (What is the main reason for your trip?)

- a. Conocer, divertirse, pasear (To enjoy and travel around the city)
- b. Trabajar (To work)
- c. Asistir a un congreso / seminario (To assist a congress meeting or seminar)
- d. Estudiar (To study)
- e. Visitar familiares o amigos (To visit parents or friends)
- f. Realizar compras (To go shopping)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

7. ¿Quién tomó la iniciativa de realizar su viaje a Guayaquil? (Who took the initiative to make your trip to Guayaquil?)

- a. Iniciativa propia (Own decision)
- b. La empresa donde trabajo (The company where I work)
- c. Recomendación de alguna agencia de viaje (Recommendation of travel agency)
- d. Sugerencia de familiares y amigos (Family and friends suggestion)
- e. Sugerencia vista en redes sociales (Social network suggestions)
- f. Vista en medios de comunicación tradicionales (View in traditional media)

Organización del viaje (Trip organization)

8. Su viaje fue organizado por? (Who was your trip organized by?)

- a. Cuenta propia, sin intervención de ninguna agencia de viaje (On my own, without any help from a travel agency)
- b. Cuenta propia, pero con ayuda de alguna agencia de viaje (On my own, but the agency helped me)
- c. Agencia de viajes (Travel agency)
- d. Tour
- e. Empresa donde trabajo (Company where I work)
- f. Otro(Other):_____

Métodos utilizados para conocer la ciudad de Guayaquil (Methods used to know Guayaquil city)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

9. ¿Cómo conoció sobre la ciudad de Guayaquil? (How did you know about the city of Guayaquil?)

- a. Familiares y amigos (Family and friends)
- b. Guía turístico (Tour guide)
- c. Publicidad en medios de comunicación tradicionales (Advertising in traditional media)
- d. Operadora de viajes (Travel Operator)
- e. Revistas turísticas (Tourism magazines)
- f. Internet y redes sociales (Internet and social networks)
- g. Libros (books)

10. ¿Qué medios digitales utilizó para buscar información sobre Guayaquil? (What digital media did you use to find information about Guayaquil?)

- a. Internet
- b. Redes sociales (Social media)
- c. Medios de comunicación tradicionales (Traditional media)
- d. Operadora de viajes (Tourism operator)

11. ¿Qué tipo de redes sociales ha utilizado para conocer más sobre Guayaquil? (What kind of social networks have you used to know more about Guayaquil?)

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Instagram
- d. YouTube

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

e. Otro: _____

Realización del viaje (Carrying out the journey)

12. ¿Con quién realizó su viaje? (With whom did you travel?)

- a. Solo (Alone)
- b. Amigos (With friends)
- c. Padres o familiares (With my parents or family members)
- d. Con la pareja (With my partner)
- e. Compañeros de trabajo (With my co-workers)

13. ¿Cuántos días permaneció en Guayaquil? (How many days did you stay in Guayaquil?)

- a. 1 a 3 días (1 to 3 days)
- b. 4 a 6 días (4 to 6 days)
- c. 7 a 10 días (7 to 10 days)
- d. 10 o más (10 or more days)

14. ¿Qué tipo de transporte utilizó para arribar a Guayaquil? (What type of transportation did you use to arrive in Guayaquil?)

- a. Avión (Plane)
- b. Bus interprovincial o intercantonales (Interprovincial or intercantonals bus)
- c. Bus Internacional (International bus)
- d. Barco de pasajeros (Ship)
- e. Auto propio (Own car)
- f. Auto rentado (Rental car)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

15. ¿Qué tipo de transporte utilizó para moverse dentro de Guayaquil?

(What type of transportation did you use to mobilize in Guayaquil?)

- a. Buses urbanos (Urban bus)
- b. Taxis (Taxi)
- c. Vehículo rentado (Rental car)
- d. Auto propio (Own car)
- e. Transporte turístico (Tourist transport)
- f. Bicicleta o moto (Bicycle or motorcycle)
- g. Metrovía
- h. A pie (By foot)

16. ¿Dónde se hospedó? (Where did you stay?)

- a. Hotel
- b. Hostal
- c. Casa de huéspedes (Guest house)
- d. Casa de algún familiar (Family house)
- e. Casa de algún amigo (Friend house)

17. ¿En qué tipo de establecimientos comerciales consumió alimentos y/o bebidas durante su viaje? (In what type of commercial establishments did you consume food and / or beverages during your trip?)

- a. Restaurantes (Restaurants)
- b. Cafeterías (Coffee Shops)
- c. Bares (Bars)
- d. Kioscos de comida (Food kiosks)
- e. Máquina de venta de alimentos (Vending machine)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

f. Otro: _____

Actividades realizadas dentro de Guayaquil (Activities carried out in Guayaquil)

18. ¿Qué tipo de actividades realizó durante el día? (What kind of activities did you do during the day?)

- a. Descansar en el hotel (Rest at the hotel)
- b. Excursiones dentro de la ciudad (Excursions inside the city)
- c. Excursiones fuera de la ciudad (Excursions outside the city)
- d. Realizar compras (Go shopping)
- e. Trabajar (Work)
- f. Otro(other): _____

19. ¿Qué tipo de actividades realizó durante la noche? (What kind of activities did you do during the night?)

- a. Descansar en el hotel (Rest at the hotel)
- b. Salir a caminar (Walk)
- c. Salir a comer (Go out to eat)
- d. Salir a bailar (Go out to dance)
- e. Conoce r nueva personas (To meet new people)
- f. Otro (Other): _____

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

20. ¿Qué lugares visitó de la ciudad? (What places did you visit in the city?)

- a. Parque Samanes
- b. Barrio Las Peñas
- c. Malecón Simón Bolívar
- d. Malecón del Estero Salado
- e. Bosque protector Cerro Blanco
- f. Parque Histórico
- g. Cementerio General Guayaquil
- h. Parque Seminario
- i. La Perla
- j. Isla Santay
- k. Jardín Botánico
- l. Otro (Other): _____

Inversión promedio para realizar el viaje (Average investment to make the trip)

21. ¿Cuál fue su gasto promedio al día en Guayaquil? (What was your average spending per day in Guayaquil?)

- a. 1 - 10 dólares (1-10 dollars)
- b. 11 - 20 dólares (11 – 20 dollars)
- c. 21 - 30 dólares (21 – 30 dollars)
- d. 31 dólares o más (31 dollars or more)

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA GENERACIÓN Z QUE VISITA GUAYAQUIL

22. ¿Cuál fue su método de pago? (What was your payment method?)

- a. Efectivo (Cash)
- b. Tarjeta de crédito (Creditcard)
- c. Dinero electrónico (Electronic money)
- d. Cheque de viajero (Traveler's check)
- e. Otro (Other)._____

Recomendaciones (Recommendations)

**23. ¿Recomendaría a la ciudad de Guayaquil como destino turístico?
(Would you recommend Guayaquil as a touristic destination?)**

- a. Sí (Yes)
- b. No (No)
- c. Tal vez (Maybe)

**24. ¿Qué métodos utilizaría para recomendar la ciudad de Guayaquil?
(What methods would you use to recommend Guayaquil city?)**

- a. Boca a boca (Word of mouth)
- b. Redes sociales (Social networks)
- c. Otro (Other):_____

**25. ¿Que considera que le falta a Guayaquil para mejorar su tránsito
turístico? (How do you think Guayaquil can improve their tourism?)**
