



---

**Cita bibliográfica:** Amón Vicuña, A.; Flores Quezada, P. y Vinueza Maldonada, M. (2022). Análisis del perfil turístico de la población del cantón de Cuenca (Ecuador) mediante aplicación de la teoría de Plog. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 6 (2), 163-175. <https://doi.org/10.21071/riturem.v6i2.14186>

---

## **Análisis del perfil turístico de la población del cantón de Cuenca (Ecuador) mediante aplicación de la teoría de Plog**

*Analysis of the tourism profile of the population of the Cuenca canton (Ecuador) according to Plog's theory*

**Anaís Amón Vicuña<sup>1\*</sup>**  
**Paulina Flores Quezada<sup>2</sup>**  
**Mayra Vinueza Maldonada<sup>3</sup>**

### **Resumen**

El continuo crecimiento de la actividad turística ha generado que surjan nuevos gustos y preferencias, no sólo en cuanto al turismo receptor sino también al turismo emisor; es por ello que la creación de un perfil de turista emisor y su análisis, desde una perspectiva general empleando la teoría de Plog puede servir para conocer las necesidades y expectativas y a trazar una tendencia turística y una estrategia de promoción adecuadas. Este estudio se enfocó en el cantón de Cuenca (Ecuador), en donde tras una revisión bibliográfica se destacaron estudios acerca del perfil del turista visitante, más no un análisis de su propia población. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo-correlacional y con un corte transversal. Para la correlación de las variables se aplicó la prueba no paramétrica Chi cuadrado, la cual nos permite realizar una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Se encontró que el mayor número de turistas del cantón Cuenca se relaciona con la demanda psicocéntrica, es decir, viajeros que buscan destinos conocidos y desarrollados que utilizan servicios turísticos que les proporcionen seguridad y confort, inclinándose por un turismo masivo más o un turismo de sol y playa convencional.

**Palabras clave:** Cuenca-Ecuador, turismo, Teoría de Plog, perfiles del turista, turismo de sol y playa.

### **Abstract**

The continuous growth of tourism activity has generated the emergence of new tastes and preferences, not only in terms of inbound tourism but also outbound tourism; that is why the creation of an outbound tourist profile and its analysis, from a general perspective using the Plog theory, leads to know the needs and expectations, and to outline a tourism trend and promotion. This study focused on the canton of Cuenca, Ecuador, where, after a bibliographic review, studies on the profile of the outbound tourist

---

<sup>1</sup> Facultad Ciencias de la Hospitalidad. Universidad de Cuenca, Ecuador. Email: [anais.amon@ucuenca.edu.ec](mailto:anais.amon@ucuenca.edu.ec). [Id https://orcid.org/0000-0002-1734-442X](https://orcid.org/0000-0002-1734-442X). \*Autor para la correspondencia

<sup>2</sup> Facultad Ciencias de la Hospitalidad. Universidad de Cuenca, Ecuador. Email: [karol.flores@ucuenca.edu.ec](mailto:karol.flores@ucuenca.edu.ec). [Id https://orcid.org/0000-0002-4004-8397](https://orcid.org/0000-0002-4004-8397)

<sup>3</sup> Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Universidad de Cuenca, Ecuador. Email: [mayra.vinuezam@ucuenca.edu.ec](mailto:mayra.vinuezam@ucuenca.edu.ec). [Id https://orcid.org/0000-0003-1642-1013](https://orcid.org/0000-0003-1642-1013)



were highlighted, but not an analysis of its own population. study had a quantitative approach, with a descriptive-correlational scope and a cross-sectional cut. For the correlation of the variables, the non-parametric Chi-square test was applied, which allows us to perform a statistical test to evaluate hypotheses about the relationship between two categorical variables. It was found that the largest number of tourists in the canton of Cuenca are psychocentric, that is, travelers who seek known and developed destinations and use tourist services that provide safety and comfort, leaning towards mass tourism or sun and beach tourism.

**Keywords:** Cuenca-Ecuador, tourism, Plog theory, tourist profiles, sun and beach tourism.

## 1. Introducción

El turismo está integrado por todos los servicios y relaciones involucrados en los cambios de residencia temporales realizados por las personas, de forma voluntaria, y por motivos ajenos a negocios o servicios profesionales (OMT, 1994). De este modo, si el sector turístico sufre cualquier afectación implicaría que todos estos servicios, sean directa o indirectamente relacionados al sector, se vean afectados.

El sector turístico comprende una vital fuente de ingresos para algunos países de todo el mundo. En Ecuador el turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros más importante, detrás de la producción de banano y del camarón, contribuyendo solo en 2019 con el 2,2% del Producto Interno Bruto (Ministerio de Turismo, 2020). A inicios del 2020 se declaró una pandemia causada por el Covid-19 que significó un gran impacto en los sistemas económicos, políticos y socioculturales mundiales. Las estrategias y medidas de comunicación sanitaria (por ejemplo, distanciamiento social, prohibiciones de viajes y movilidad, cierres comunitarios, campañas de permanencia en el hogar, cuarentena propia u obligatoria, control del hacinamiento) han detenido precipitadamente la actividad turística a nivel mundial (Sigala, 2020).

La ciudad de Cuenca, ubicada al sur del Ecuador, como muchos otros destinos, se ha visto afectada por el Covid-19 y ha debido cumplir con todas las restricciones establecidas por el gobierno. Debido a esto, el sector turístico de Cuenca ha sido el más afectado, de manera que en el 2020 los efectos del Covid-19 provocaron que las ventas netas de las principales ramas del sector tuvieran una disminución del 62,65%, afectación neta que alcanzó aproximadamente los 584,98 millones de dólares (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2020). A pesar de la situación actual, Ecuador ha planteado estrategias de reactivación del sector turístico, planteando nuevos productos turísticos para atraer turistas nacionales y extranjeros.

Volviendo a un contexto general, el sector turístico se ha caracterizado por su complejidad y singularidad pues son varios elementos y subsectores que lo integran. Además, el turismo es una de las actividades más rentables ya que durante la estancia de una persona en un destino determinado, genera varios beneficios económicos, sociales y culturales. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la tendencia del turismo en la actualidad se concentra en la búsqueda de experiencias, actividades relacionadas con la naturaleza, la cultura y la aventura, por lo que la comercialización de dichas actividades ha crecido en forma exponencial. Adicionalmente se consideran actividades relacionadas con el turismo religioso o el turismo de compras, poniendo siempre el énfasis en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente (Organización Mundial de Turismo, 2016).

Por ello, el continuo crecimiento de la actividad turística ha generado que surjan nuevos gustos y preferencias, no sólo en cuanto al turismo receptor sino también al turismo emisor; es por ello, que la creación de un perfil de turista emisor o su análisis desde por lo menos una perspectiva general se hace necesario para conocer las necesidades y expectativas de los

turistas, además de para poder determinar las tendencias turísticas futuras y las estrategias de promoción y comercialización más adecuadas.

Tras una revisión bibliográfica, se ha realizado un análisis de la demanda turística desde una perspectiva de aplicación y comparación con una teoría establecida y contrastada como es la de Plog —teoría que se aplicará en este estudio— en el cantón Cuenca, Provincia del Azuay, donde hasta la fecha no se había aplicado. Más bien se destacan trabajos en donde se realizan estudios del perfil del turista que visita la ciudad Cuenca, con el objetivo de examinar la oferta turística de la ciudad y sugerir cambios y mejoras, en donde se puede mencionar el Boletín Anual del 2019, elaborado por el Grupo de Investigación de Economía Regional por parte de la Universidad de Cuenca. Asimismo, se pueden mencionar los memorandos en cuanto al análisis y diagnóstico general del turismo en el país ejecutados por el Ministerio de Turismo, en donde se encuentra información general del turismo receptor y emisor de los ecuatorianos.

Sin tomar en cuenta la teoría de Plog, se ha topado con una investigación sobre el perfil de turista emisor, es decir, un análisis de los habitantes de la ciudad de Cuenca y su perfil turístico manejado a través las agencias internacionales IATA en el 2017 por Chillogalli y Taguisi. En este estudio se concluye que el perfil de turista emisor cuencano que se obtuvo demuestra que busca nuevos destinos por explorar, tal es el caso del continente asiático, que va tomando más fuerza dentro del mercado. En la investigación también se determinó que los cuencanos no siempre viajan por turismo a un destino y un claro ejemplo de ello es New York y Madrid, que debido al tema de la migración hace que viajen a estos lugares por motivos de visita de familiares, dejando en segundo plano la recreación. Otro aspecto es que los cuencanos son una sociedad en donde más viajan a nuevos destinos, se sienten mejor, pues si se le ofrece un paquete a un nuevo destino lo aceptarán, esto demuestra que hay que potenciar y promocionar nuevos destinos puesto que existe un mercado dispuesto a comprarlos.

### **Tipologías de turistas según la Teoría de Stanley Plog**

Según Stanley Plog (1974) los turistas son clasificados de acuerdo a su manera de realizar el viaje, por lo tanto, los aloécnicos los denomina como individuos que creen que lo que se les ocurre está bajo su propio control, por este motivo suelen tomar decisiones que involucra riesgo o aventura y viajan a lugares novedosos, desconocidos para la mayoría y que son destinos no turísticos, son quienes viajan con mayor frecuencia porque tienen un alto nivel de vida. En cambio, para los psicocéntricos los describe como quienes intentan realizar elecciones que son seguras y les proporcione confort, realizan turismo con menor frecuencia, por lo tanto, eligen los destinos que son conocidos y posicionados en el mercado.

Además, Plog (1974) considera que gran parte de la población son céntricos, quienes son aquellos viajeros que tienen una mezcla de ambos rasgos psicográficos, pero para algunas personas que se inclinan a cualquier de los dos lados sin llegar a los extremos los denomina como casi psicocéntricos, que son turistas que eligen por destinos conocidos en donde realizan actividades estructuradas, aunque sí realizan actividades se salgan de la organización planeada, y los casi aloécnicos son viajeros que prefieren realizar actividades función del impulso de ese momento.

Por otra parte, en el modelo de Plog (1974) los destinos turísticos se desarrollan a través de la curva psicográfica que suele atraer los distintos tipos de viajeros. De esta manera, los aloécnicos son los turistas que descubren lugar y ellos empiezan difundir sobre el nuevo sitio que visitaron, lo que atrae paulatinamente a un número más alto de casi aloécnicos, donde la infraestructura turística está limitada y es un área todavía subdesarrollada. A medida que el nuevo destino se convierte en más conocido, el constante incremento de más turistas impulsa

el desarrollo de restaurantes, hoteles, tiendas y más establecimientos turísticos que atraen a los céntricos. Desde este punto, el nuevo destino se transformó en un lugar muy comercializado que es para el turismo de masas, por lo tanto, los alocéntricos ya no vuelven a visitar este nuevo lugar porque ya no es un lugar novedoso. De igual manera los casi alocéntricos disminuyen, mientras que los casi psicocéntricos aumentan y con el paso del tiempo los psicocéntricos son el principal segmento de turistas en el lugar, ya que ellos eligen los destinos conocidos que disponen de una gran cantidad de servicios e instalaciones turísticas (Camilleri, 2018).

No obstante, en un estudio realizado por Smith (1990) se analiza el modelo de Plog en siete países para estudiar su aplicabilidad. Fundamentándose en 1500 encuestados que hacen un viaje de placer de larga distancia, los alocéntricos y psicocéntricos no demuestran una asociación con los tipos de preferencia y personalidad del destino. Parte de los resultados muestra que no hay diferencias significativas en los ingresos promedios entre los alocéntricos y psicocéntricos. Así mismo, en el estudio observó que existen destinos atraen turistas de todos los grupos sin ninguna prioridad distintiva, como es el caso de Estados Unidos que es un destino predilecto por todos los tipos de turistas de Hong Kong, Francia o Singapur. Por lo tanto, para Smith el destino turístico puede definirse por la impresión única en cada país y no siempre cumplir con las características de la tipología del turista.

Lo anterior nos permite realizar un estudio sobre la tipología de la demanda turística en el cantón Cuenca. La importancia de este estudio radica en que es una fuente útil para empresas que desarrollan actividades turísticas (Agencias de viajes), ya que esto les permitirá establecer una oferta turística acorde a la tipología de turistas que existen en el Cantón de Cuenca para que sus ventas aumenten. Por lo tanto, establecemos que la demanda turística del cantón Cuenca es psicocéntrica ya que la mayoría de turistas de este tipo se inclinan por el turismo de sol y playa.

El objetivo principal de este artículo es determinar el tipo de demanda turística que radica en el cantón Cuenca, Provincia del Azuay según la teoría de Plog, con la finalidad de identificar las preferencias y motivaciones principales de la demanda turística del cantón Cuenca, y de esta manera comparar las preferencias y motivaciones turísticas con las variables sociodemográficas.

## **2. Metodología**

Metodológicamente se partió desde una indagación bibliográfica. Para la obtención de datos se realizó una encuesta y las variables utilizadas en la encuesta para la determinación del tipo de turistas que radican en el Cantón Cuenca, Provincia del Azuay. Primero se establecieron variables sociodemográficas: Edad, ingresos económicos y nivel de educación, seguido se establecieron variables específicas: uso de agencias de viajes, motivaciones para realizar un viaje, tipo de turismo, destino nacional que prefiere, frecuencia con que realiza un viaje y en qué época del año prefiere viajar. Las presentes variables se establecieron mediante la teoría de plog donde se determinó que además de las motivaciones particulares del consumidor, la preferencia sobre el tipo de actividades que realiza y los lugares que visita está influido por los rasgos y comportamientos del turista que lo visita como tales (gustos, personalidad, preferencias) (Socatelli, 2013).

El objeto concreto del estudio está en la demanda turística de Cuenca, por lo que los criterios de selección de la muestra se basaron en un proceso de muestreo aleatorio simple donde su propiedad esencial es que todos los casos del universo tienen al inicio la misma probabilidad de ser seleccionados (Hernández y Baptista, 2015). Para aplicar la fórmula finita del muestreo se determinó la población total del cantón Cuenca que fue definida por el INEC

con un total de 603.269 personas (INEC, 2017), estableciéndose un error muestral para un nivel de confianza del 95 %, que sugiere un error muestral no mayor al 5%. Asimismo, se determinó que el tamaño de la muestra es de 384 personas a las cuales se realizó la encuesta.

Luego de una revisión bibliográfica se determinó que el estudio debería tener un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo-correlacional y con un corte transversal. Para la correlación de las variables se aplicó la prueba no paramétrica *Chi cuadrado*, la cual nos permite realizar una Prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas (Hernández y Baptista, 2015).

### 3. Resultados

Entre las variables principales para definir la tipología del turista de acuerdo con la teoría aplicada para este estudio, se encuentran las motivaciones para realizar un viaje. De esta manera, entre las opciones presentadas y que se aprecian en la Tabla 1, destaca el motivo de “vacaciones”, que representa el 68% o una frecuencia de 261. Sin embargo, los encuestados afirman que otro de los motivos es visita a familiares y amigos, que representa el 17,2% o que es lo mismo a la respuesta de 66 encuestados. Seguido a esto, la población cuencana principalmente viaja por motivos profesionales y de negocios, educación y formación y también por motivos de religión o peregrinación, representando el 4,9% (19), 4,4% (17) y 3,1% (12), respectivamente. Las opciones con menor porcentaje son compras y salud y atención médica con 1,3 y 1 respecto a las demás motivaciones.

Tabla 1. Motivaciones para viajar

Motivaciones	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	261	68
Visita a familiares y amigos	66	17,2
Educación y formación	17	4,4
Salud y atención médica	4	1
Religión/ peregrinaciones	12	3,1
Compras	5	1,3
Negocios y motivos profesionales	19	4,9
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia

Los tipos y formas de turismo que generalmente la población de Cuenca opta por realizar, determina directamente en la tipología de la demanda turística y los divide en grupos. Antes de definir cada grupo según la teoría de Plog, se presenta una visión general del tipo de turismo que mayormente prefieren y practican (Tabla 2). Así, el turismo de mayor frecuencia (157) es el de sol y playa, que representa el 40,9%. Además, la población de Cuenca opta por un turismo de naturaleza y cultural que representan el 28,6% y 18% con respecto a otras formas de turismo. Se debe mencionar que el turismo de negocios y el religioso son los tipos de turismo menos optados con 1% y 0,3% respectivamente.

Tabla 2. Tipo de turismo que mayormente practican

<b>Tipo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turismo Religioso	1	0,3
Turismo Cultural	69	18
Turismo de Aventura	43	11,2
Turismo de Naturaleza	110	28,6
Turismo de Sol y Playa	157	40,9
Turismo de Negocios	4	1
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia

Además, se analizó el destino nacional preferido por la población cuencana cuando emprende sus viajes por vacaciones. Se considera que los resultados de esta variable están relacionados con el análisis anterior (Tabla 3). Entre los destinos presentados, como se aprecia en Tabla 3, la Costa es el preferido por los encuestados con un 41,3%, lo que hace alusión a un turismo de sol y playa. Continuando, entre otros de los destinos preferidos es la misma región Sierra en la que habitan, cuyos datos representan el 28,4%. Seguido se encuentra el destino Amazonía en un 15,6% y finalmente, la región Insular con el 14,3%. Estos datos otorgan una visión general de las preferencias turísticas de los encuestados que habitan en el cantón Cuenca.

Tabla 3. Destino nacional preferido

Destino	Frecuencia	Porcentaje
Amazonía	60	15,6
Sierra	109	28,4
Costa	160	41,7
Insular	55	14,3
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia

La correlación entre las variables nivel de educación y tipo de turismo (Tabla 4) permitió determinar la tipología del turista cuencano. Dentro del turismo de sol y playa en los niveles “Nivel de bachillerato” y “Nivel superior” de grado o tercer nivel se encuentra el turista psicocéntrico. Este tipo de turista se inclina por el turismo masivo (turismo de sol y playa) y tiene un nivel económico medio-bajo. Dentro de turismo de naturaleza y el turismo de aventura en los niveles Nivel de bachillerato y Nivel superior de grado o tercer nivel está el turista allocéntrico, que prefiere el turismo de naturaleza activo, de aventura, de ecoturismo y de deportes especializados, pero a pesar de que estos necesitan un cierto nivel económico los encuestados están en un nivel medio. Así mismo, dentro del Turismo Religioso, Cultural y de Negocios, con un menor número de encuestados, se encuentran los mediocéntricos, que tienen una inclinación media por este tipo de turismo. Finalmente, el mayor número de turistas encuestados se inclinan por el turismo de Sol y Playa con un total de 157 personas y en el Nivel Superior de grado o tercer nivel con 172 personas encuestadas.

Tabla 4. Correlación entre nivel de educación y tipo de turismo

Nivel de educación	Turismo Religioso	Turismo Cultural	Turismo de Aventura	Turismo de Naturaleza	Turismo de Sol y Playa	Turismo de Negocios	Total
Educación general básica	0	10	11	11	8	1	41
Nivel de bachillerato	1	22	13	54	63	0	153

Superior de grado o tercer nivel	0	34	17	38	80	3	172
Superior de posgrado o cuarto nivel	0	3	2	7	6	0	18
Total	1	69	43	110	157	4	384

Fuente: Elaboración propia

La correlación entre las variables edad y el tipo de turismo (Tabla 5) permite determinar la tipología del turista, de acuerdo con el rango de edad donde se encuentra. En el Turismo de Naturaleza en el rango de edad entre 24-33 años se encuentran los turistas aloecéntricos, debido a que estos se inclinan más por este tipo de turismo son más jóvenes y necesitan más energía para desarrollarlo. Sin embargo, dentro del Turismo de Sol y Playa se encuentra el mayor número de turistas encuestados con un total de 157 personas, por lo que dentro de este tipo de turismo no se encontró otro tipo de turistas.

Tabla 5. Correlación entre la edad y el tipo de turismo

Edad (Agrupada)	Turismo Religioso	Turismo Cultural	Turismo de Aventura	Turismo de Naturaleza	Turismo de Sol y Playa	Turismo de Negocios	Total
24-33	0	4	9	33	33	0	79
34-36	0	16	6	26	39	0	87
37-39	0	21	7	18	29	2	77
40-45	1	20	12	16	38	1	88
46-65	0	8	9	17	18	1	53
Total	1	69	43	110	157	4	384

Fuente: Elaboración propia

En relación con el tipo de turista, según las variables de la frecuencia de viaje y el tipo de turismo (Tabla 6), podemos identificar que los turistas psicocéntricos se encuentran en el turismo de sol y playa con una frecuencia de viaje de una vez al año. Por otro lado, tenemos a los turistas aloecéntricos que viajan con una frecuencia de cada 6 meses, pero de igual manera también hay un número grande de encuestados que se les identifica como casi aloecéntricos con



una frecuencia de una vez al año en el turismo de naturaleza. Por último, los turistas céntricos realizan turismo cultural que de igual manera lo realizan una vez al año.

Tabla 6. Correlación entre Frecuencia de viaje y Tipo de Turismo

Frecuencia de viaje	Turismo Religioso	Turismo Cultural	Turismo de Aventura	Turismo de Naturaleza	Turismo de Sol y Playa	Turismo de Negocios	Total
Cada mes	1	0	4	3	0	0	8
Cada tres meses	0	5	0	5	4	0	14
Cada seis meses	0	14	4	12	15	4	49
Una vez al año	0	50	35	90	138	0	313
Total	1	69	43	110	157	4	384

Fuente: Elaboración propia

La correlación entre las variables ingresos mensuales de los encuestados y el tipo de turismo (Tabla 7) nos ayuda a identificar la clase de turista según sus ingresos. Los turistas casi alocéntricos se encuentran en el turismo de naturaleza con un total de encuestados de 95 y con unos ingresos de \$601 a \$1000, mientras que los turistas psicocéntricos se encuentran en el turismo de sol y playa con un rango de ingresos de \$601 a \$800. Los turistas céntricos prefieren el turismo cultural y son quienes tienen un ingreso de \$801 a \$1000. También se debe agregar que en esta segmentación no todos cumplen con las características de la tipología expuesta por Stantley Plog.

Tabla 7. Correlación entre Ingresos mensuales y Tipo de Turismo

Ingresos mensuales	Turismo Religioso	Turismo Cultural	Turismo de Aventura	Turismo de Naturaleza	Turismo de Sol y Playa	Turismo de Negocios	Total
Menos de \$400	0	7	3	9	12	1	32
\$401 - \$600	4	19	13	22	38	0	96

\$601 - \$800	7	15	12	34	58	2	128
\$801 - \$1000	5	23	13	23	37	1	102
Más de \$1001	0	5	2	7	12	0	26
Total	16	69	43	95	157	4	384

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Discusión

Las tipologías de turistas que menciona Plog (1974) se encuentran vinculadas, en parte, a la evolución del destino turístico. Según los tipos de destino elegidos por los turistas, Plog estableció una tipología de “alocéntricos”, quienes buscan lugares desconocidos sin desarrollo turístico y la de los “psicocéntricos”, quienes por su parte huyen de lugares desconocidos y visitan destinos consolidados y convencionales. Entre ambos se sitúan los “céntricos” como grupo mayoritario.

Los turistas con motivaciones culturales y aventureras y que optan por ambientes naturales (alocéntricos), según la teoría suelen mostrar mayor respeto por la población residente y también realizan un mayor índice de actividades durante su estancia. En el otro extremo se encuentran los turistas sin ningún interés cultural por la región, que no buscan la tranquilidad, más bien huyen de ella y consideran que el destino turístico, residentes incluidos, es quien debe adaptarse a los turistas (psicocéntricos).

Tras el análisis de los resultados, la población del cantón Cuenca en su mayoría se determina que son turistas psicocéntricos, puesto que sus gustos al momento de realizar turismo se inclinan por un turismo masivo y convencional, es decir, un turismo de sol y playa. Además, contrastando con el estudio de Chillogalli y Tigasi (2017), las motivaciones por las cuales se realiza un viaje son básicamente las mismas, destacando el motivo de vacaciones, visita a familiares o amigos y por motivos de trabajo.

El factor diferenciador que se puede mencionar es en cuanto al tipo de turismo por el cual optan, en donde en el estudio citado anteriormente, además del turismo del sol y playa, también se destacan el turismo cultural y un alto índice de personas que viajan para realizar compras. Con los resultados de este estudio se contrasta que luego del turismo de sol y playa, el otro tipo de turismo mayormente consumido o preferido es el de naturaleza, el cual se estima que últimamente ha tomado mayor auge debido a que las personas buscan lugares abiertos y en donde no haya mucha afluencia de público debido a las medidas que se han tomado tras la pandemia.

#### 5. Conclusiones

De manera general se ha podido determinar el perfil de la demanda turística de población cuencana, es decir el de sus habitantes y el análisis en cuanto a sus motivaciones,

gustos y preferencias del tipo de turismo y destino mayor optado en Ecuador. De esta manera, se determinó que la población de Cuenca emprende sus viajes principalmente por vacaciones, pero entre de sus motivos para viajar también se encuentra el de visita a familia o amigos, o por negocios u otros motivos profesionales. En cuanto al tipo de turismo que mayormente optan es el de sol y playa o también considerado como turismo de masas. También destaca el turismo de naturaleza y el turismo cultural, enfatizando el destino nacional preferido que es la región Costa.

En conclusión, luego de los análisis realizados de las diferentes correlaciones entre las diferentes variables del estudio, se comprobó que la tipología turística en los ciudadanos del cantón Cuenca es mayoritariamente el de turistas psicocéntricos ya que estos viajan con más frecuencia hacia el turismo de masas y de sol y playa con un destino nacional dirigido a la región Costa. Tienen un nivel económico medio y a pesar de que no tienen definido el rango de edad exactamente la mayoría de estos están en un rango de 34-36 años. Sin embargo, los otros tipos de turistas como alocéntricos solo presentaron su inclinación por el turismo de naturaleza y turismo de aventura pero no presentaron características concretas de acuerdo a la teoría de Plog. Asimismo, los turistas mediocéntricos presentaron las características de acuerdo a la teoría de Plog, pero estos se encuentran en menor cantidad dentro de la ciudad.

Finalmente, se recomienda a las empresas turísticas que mayormente deben enfocar su oferta turística al tipo de turista psicocéntrico orientado a la región Costa, ya que este se encuentra en mayor cantidad dentro del cantón Cuenca. Sin embargo, también deben tener en cuenta a los turistas mediocéntricos, pues aunque estos estén en menor cantidad es importante presentar una oferta turística destinada para este tipo de turistas.

## Referencias

- Camilleri, M. A. (2018). *Travel marketing, tourism economics and the airline product: An introduction to theory and product* (pp. 69 - 84). Springer.
- Chillogalli Chacha, F. G., y Tigasi Sinchi, R. R. (2018). *Definir el perfil del turista emisor que maneja las agencias de viajes internacionales IATA en la ciudad de Cuenca durante el año 2017* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/30702>
- Grupo de Investigación en Economía Regional, GIER. (2019). *Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca. Boletín anual año 2019*. Recuperado de <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Informe%20estadisticas%20a%C3%B1o%202019.pdf>
- Hernández, R., y Baptista, C. (2015). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <file:///C:/Users/anais/Downloads/metodología-de-la-investigación-sexta-edición.compressed.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-cuenca-a-traves-de-sus-cifras/#:~:text=Cuenca%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida%20como%20la,este%20cant%C3%B3n%20tenga%20636.996%20habitantes>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Turismo en cifras*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- OMT. (1994). *Glosario de términos de turismo*. UNWTO.

- Organización Mundial del Turismo UNWTO. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Plog, S. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 55-58.
- Scatelli, M. (2018). *Mercadeo aplicado al Turismo: La comercialización de servicios-productos y destinos turísticos sostenibles*. Madrid: UNED.
- Smith, S. L. (1990). A test of Plog's allocentric/psychocentric model: Evidence from seven nations. *Journal of Travel Research*, 28(4), 40-43.