



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Marketing

**PERCEPCIÓN DEL TURISTA EN LOS
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO,
ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL CANTÓN
CUENCA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Licenciado en Marketing**

Autor:

Christian Xavier Campoverde Veloz

Director:

Juan Francisco Álvarez Valencia

Cuenca – Ecuador

Año 2025

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con profundo cariño y gratitud a mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme, con su ejemplo, el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mi familia, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

A mis docentes y mentores, quienes con su guía y conocimiento sembraron en mí la pasión por el aprendizaje y la investigación.

Y a todas aquellas personas que, de una u otra forma, formaron parte de este camino: gracias por acompañarme en este proceso académico y personal. continuación, se indica a quién va dedicado este trabajo de graduación.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a Francisco Álvarez por su orientación, paciencia y valiosos aportes durante todo el proceso de investigación y Andrea Freire por su acompañamiento que fue fundamental para el desarrollo de este trabajo.

Índice de Contenidos

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
Índice de Contenidos.....	iii
Índice de Figuras.....	v
Índice de Tablas.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	vii
1. Introducción.....	1
2. Marco Teórico y Estado del Arte.....	2
2.1. Marco teórico.....	2
2.1.1. Comportamiento del Consumidor.....	2
2.1.2. Definición de percepción.....	4
2.1.3. Marketing de servicios.....	10
2.1.4. Sistema turístico.....	11
2.2. Estado del arte.....	12
3. Métodos.....	15
3.1. Tipo de estudio.....	15
3.2. Universo y muestra.....	15
3.3. Variables.....	16
3.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	16
4. Resultados.....	16
4.1. Resultados parte cualitativa.....	16
4.1.1. Perspectiva con respecto a los precios.....	17
4.1.1.1. Percepción del alojamiento.....	18
4.1.1.2. Percepción de alimentación y bebida.....	18
4.1.2. Percepción de la seguridad.....	19
4.1.3. Percepción respecto a la movilidad y tránsito.....	20
4.1.4. Percepción acerca de la limpieza de calles.....	21
4.1.5. Percepción de cultura y amabilidad.....	22
4.1.6. Percepción acerca de la saturación de espacios.....	23
4.2. Resultados parte cuantitativa.....	24
4.2.1. Características sociodemográficas de los turistas nacionales y extranjeros..	24
4.2.2. Procedencia turística.....	24
4.2.3. Relación entre duración de estadía y nivel de gasto turístico.....	25
4.2.4. Percepción del alojamiento.....	27
4.2.4.1. Algunos criterios de elección de alojamientos por parte de los turistas.	28

4.2.4.2. Elección de alojamiento y gastos	29
4.2.4.3. Nivel de satisfacción de los turistas.....	30
4.2.5. Percepción del alimentación y bebida	31
4.2.5.1. Preferencia gastronómica de los turistas	31
4.2.5.2. Presupuesto estimado destinado a alimentación y bebida.....	32
4.2.5.3. Nivel de satisfacción del turista con respecto a la alimentación y bebida	33
5. Discusión	34
6. Conclusiones.....	36
7. Referencias	37

Índice de Figuras

Figura 1. Posicionamiento en el mercado.....	11
Figura 2. Procedencia turística	25
Figura 3. Días de estadía.....	25
Figura 4. Principales de gasto según procedencia del turista	27
Figura 5. Nivel de satisfacción de los turistas	30
Figura 6. Presupuesto estimado destinado a alimentación y bebida	32
Figura 7. Nivel de satisfacción del turista con respecto a la alimentación y bebida	33

Índice de Tablas

Tabla 1. Características sociodemográficas.....	24
Tabla 2. Comparación entre días de estadía y gasto realizados por los turistas.....	26
Tabla 3. Criterios considerados por los turistas al elegir su alojamiento.....	28
Tabla 4. Tipo de alojamiento y gasto según procedencia del turista.....	29
Tabla 5. Preferencia gastronómica de los turistas y frecuencias de consumo.....	31

RESUMEN

En el contexto económico y social actual del Ecuador, el turismo se ha consolidado como un eje estratégico para el desarrollo local. La ciudad de Cuenca, reconocida por su valor patrimonial a nivel nacional e internacional, ha registrado un incremento sostenido en el flujo de visitantes, lo que ha dinamizado los sectores de alojamiento, alimentación y bebida. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la percepción de turistas nacionales y extranjeros respecto a dichos servicios, considerando su evolución entre los años 2018 y 2023. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, aplicando entrevistas a profundidad para el componente cualitativo y encuestas estructuradas para el componente cuantitativo, complementadas con una revisión teórica del estado del arte. Los resultados muestran que más del 90% de los encuestados manifestó estar satisfecho con los servicios recibidos; el 73,5% consideró adecuada la señalización, y la percepción general de seguridad fue positiva. Aunque la saturación de espacios turísticos no fue un problema recurrente, algunos visitantes reportaron incomodidad durante eventos de alta afluencia. Se concluye que Cuenca mantiene una imagen favorable como destino turístico, aunque se identifican oportunidades de mejora en la gestión de flujos de visitantes y la diversificación de la oferta cultural. La percepción global del sector de alojamiento, alimentación y bebida resultó mayoritariamente positiva, consolidando su relevancia dentro de la experiencia turística integral que ofrece la ciudad.

Palabras clave: Turismo, Percepción del turista, Servicios de alojamiento, Alimentación y bebida, Cuenca

ABSTRACT

In Ecuador's current economic and social context, tourism has become a strategic driver for local development. The city of Cuenca, recognized for its national and international cultural heritage, has experienced steady growth in visitor numbers, boosting the lodging, food, and beverage sectors. This study aimed to analyze the perception of both domestic and international tourists regarding these services, considering their evolution between 2018 and 2023. A mixed-methods approach was adopted, combining in-depth interviews for the qualitative component and structured surveys for the quantitative one, along with a literature review. Findings show that over 90% of respondents expressed satisfaction with the services received; 73.5% found the

signage helpful, and the overall perception of safety was favorable. Although overcrowding in tourist areas was not widely reported, some visitors did experience discomfort during peak times. The study concludes that Cuenca maintains a positive image as a tourist destination, though improvements are needed in managing visitor flow and diversifying cultural offerings. Overall, the perception of the lodging, food, and beverage sectors was largely positive, reinforcing their significance in shaping the city's tourism experience.

Keywords: Tourism, Tourist perception, Lodging services, Food and beverage, Cuenca