

Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Boletín Uno

Elaborado por

Grupo de Investigación en Economía Regional GIER

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad de Cuenca

Junio de 2016

1 Contenido

2	Presentación.....	4
3	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	5
4	Metodología del Estudio	5
4.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	6
4.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	6
4.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?.....	7
5	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	8
5.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	8
5.1.1	Edad, Género Y Estado Civil	8
5.1.2	Procedencia del Turista	9
5.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista.....	10
5.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	12
5.2	Motivación del Turista.....	12
5.2.1	Motivación.....	12
5.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	13
5.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	14
5.3	Organización del Viaje	15
5.3.1	Con quien viaja el Turista.....	15
5.3.2	Forma de Organización del Viaje	17
5.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	17
5.4.1	Elección del Alojamiento	17
5.4.2	Duración de La Estancia	18
5.4.3	El costo de la Estancia.....	19
5.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	22
5.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos	22
5.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	22
5.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	24
5.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita	24
6	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	26
6.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	26
6.1.1	Edad, Género Y Estado Civil	26
6.1.2	Procedencia del Turista	27
6.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista.....	27
6.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	29
6.2	Motivación del Turista.....	30

6.2.1	Motivación.....	30
6.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	30
6.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	31
6.3	Organización del Viaje	32
6.3.1	Con quien viaja el Turista.....	32
6.3.2	Forma de Organización del Viaje	34
6.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	34
6.4.1	Elección del Alojamiento	34
6.4.2	Duración de La Estancia	35
6.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	37
6.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional	37
6.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca	39
6.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	39
6.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	39
6.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	41
7	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	42
8	Metodología del Estudio	43
8.1	¿Quienes Participaron en el Estudio?	43
8.2	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?.....	44
9	Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca	44
9.1	Principales indicadores de oferta turística	44
9.1.1	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	44
9.2	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Lujo o Cinco Estrellas	45
9.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrella/primera	46
9.4	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres estrellas/Segunda	46
9.5	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera.....	47
9.6	Tarífa RevPar	47
10	Bibliografía	48

2 Presentación

En la actualidad, aquellas actividades relacionadas con el turismo se han convertido en una de las principales fuentes de desarrollo económico para muchos destinos. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, 1.200 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo el 2015. Esto implica una impresionante movilidad de recursos en concordancia con el crecimiento del sector. Según las previsiones a largo plazo de la OMT las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones. (World Tourism Organization, 2015)

Mucho de este crecimiento se debe al ingreso de turistas al continente americano. La OMT estima que la recepción de turistas en América ha crecido a un ritmo de un 8% anual, lo que implica un incremento anual de 14 millones de turistas cada año.

La actividad turística en Ecuador, en concordancia con estas cifras ha mostrado un crecimiento sostenido en la llegada de Turistas Internacionales en años recientes. Con un crecimiento de 48,7% en el número de turistas extranjeros desde el 2010 y con los niveles más altos de ocupación en América Latina hasta julio del 2015 (65%), Ecuador se presentó como el país con mejor tasa de crecimiento turístico.

Según la 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 ahora actividades del ramo al turismo religioso, al turismo urbano y al turismo de compras, poniéndose siempre el énfasis en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Por ello se impulsan las actividades turísticas no invasivas y el turismo alternativo.

Debido a estos antecedentes y de acuerdo a las previsiones sobre el impacto de la actividad turística en el Ecuador, la Fundación Turismo para Cuenca ha considerado pertinente el contar con un sistema de indicadores que brinden un panorama claro sobre la actividad turística en el cantón, poniendo especial énfasis en la rigurosidad y fiabilidad de la información.

En este contexto y motivación, el presente estudio pretende dar una visión de la actividad turística en la ciudad tomando especial atención a los agentes económicos involucrados, los turistas. La primera parte constará de una diagnóstico situacional de la demanda turística en el

cantón. Esta sección proporciona información relevante acerca de la tipología del turista que visita el Cantón Cuenca, para luego concentrarse en los aspectos relacionados con el comportamiento del turista en el destino. Finalmente esta sección proporciona datos perceptivos sobre la experiencia del turista. Por su parte, el estudio de Oferta está organizado para proporcionar información sobre la tasa de ocupación hotelera en el primer cuatrimestre del año 2016 entre otros indicadores de relevancia.

3 La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

En el marco del diagnóstico del turismo en la Ciudad de Cuenca, el estudio de demanda turística constituye un referente y pilar fundamental para cualquier propuesta de acción, ya que responde quienes son los visitantes que llegan a la Ciudad, que esperan de su visita, como se comportan antes y durante la misma, como evalúan y si recomendarían el destino luego de retornar a sus lugares habituales de residencia.

En el diseño metodológico correspondiente al estudio de la demanda turística de Cuenca, o turismo receptivo, se establecieron seis objetivos:

- a. Cuantificar la demanda efectiva, es decir, demanda referida al número de personas, nacionales y extranjeras que representan en la actualidad el turismo receptivo del Cantón Cuenca.
- b. Caracterizar al turista nacional y extranjero, enfatizando factores económicos, demográficos y sociales.
- c. Determinar las características de la estancia, entre las que están: motivo de la visita, duración de la misma, tipo de alojamiento, medio de transporte utilizado, actividades realizadas y destinos visitados.
- d. Evaluar la percepción del turista referente a la superestructura e infraestructura turística del Cantón Cuenca.
- e. Estimar el gasto turístico por componente de gasto, y a partir de esto tener una aproximación al impacto económico que los ingresos por la actividad turística generan en el Cantón.
- f. La creación de un sistema de indicadores que permitan estimar la evolución de la actividad turística en el Cantón.

Este documento está estructurado en función de los objetivos planteados, para de esta manera lograr evidenciar de la mejor manera posible los resultados obtenidos en el presente estudio.

4 Metodología del Estudio

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se hizo necesario el levantamiento de información primaria vía aplicación de encuestas personales a los visitantes a la ciudad de Cuenca. El cuestionario utilizado se pueden apreciar en el Anexo 2 . Dicho cuestionario fueron sometido a un riguroso proceso de depuración previamente a su aplicación definitiva.

4.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

A la población de estudio se le llamará “Turista” a lo largo de este documento. Los Turistas se clasificaron como nacionales y extranjeros. Se consideraron como turistas a aquellas personas que cumplieron con los siguientes requisitos:

- a. Las personas que viajaron por placer o por razones de familia, salud, etc. (Incluso los nacionales que tienen su residencia permanente en el extranjero).
- b. Las personas que acudieron a una reunión o a una asignación, cualquiera que fuere la naturaleza de ésta. (Científica, administrativa, diplomática, religiosa, etc.) Se incluyeron los funcionarios de los organismos internacionales que acudieron a una asignación al a Ciudad de Cuenca por un tiempo limitado.
- c. Las personas en viaje de negocios (incluidos empleados de las empresas comerciales e industriales que acudieron a la ciudad a instalar maquinaria, brindar capacitación y otros)
- d. Los estudiantes o jóvenes que residen fuera de la ciudad, así como también los que acudieron a realizar trabajos temporales o estudios cortos
- e. Los viajeros que visitaron a la ciudad en tránsito al menos durante 24 horas.
- f. Los tripulantes de medios de transporte interprovinciales e inter cantonales.
- g. Los músicos o los artistas que hicieron escala de gira en la ciudad durante el periodo de relevamiento.

Para efectos prácticos y para evitar sesgos no deseados, se excluyeron de este estudio a las personas con las siguientes características:

- a. Las personas que arribaron a la ciudad, provistas o no de contrato laboral, para ocupar un empleo o ejercer una actividad profesional.
- b. Las personas que acudieron a la ciudad de Cuenca para fijar en ella su residencia permanente.
- c. Los diplomáticos, representantes consulares y los miembros de las fuerzas armadas estacionadas en cualquiera de los fuertes militares en la Ciudad.
- d. Los refugiados.
- e. Los nómadas. (viajeros que visitaron la ciudad menos de 24 horas)
- f. Los viajeros en tránsito que no salieron de los terminales correspondientes.

4.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?

Las encuestas se realizaron en dos momentos simultáneos de la estancia del Turista:

- a. En el instante en el que los Turistas alojados en los establecimientos hoteleros de la ciudad realizaron su Checkout, (para aquellos Turistas que llegan en auto privado).

- b. Cuando los Turistas dejaron la ciudad en transporte aéreo o público terrestre. En este momento se excluyeron a todos aquellos a quienes ya se les aplicó la encuesta, con la finalidad de evitar una doble contabilidad.

4.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

En el aeropuerto Mariscal Lamar y Terminal Terrestre se utilizó el método de muestreo por conglomerados unietápico, asumiendo conglomerados del mismo tamaño¹. En este método, o un agrupado (conglomerado) de elementos constituyó la unidad de muestreo, y básicamente consistió en seleccionar una muestra de unidades (conglomerados) de manera aleatoria. Por lo tanto, antes de poder seleccionar una muestra por agrupados, se dividió la población en grupos muestrales excluyentes y colectivamente exhaustivos. Luego de seleccionar los conglomerados que conforman la muestra se relevaron todos los elementos de dicho conglomerado. La razón principal para la elección de este método de muestreo, radicó en el hecho de que resulta imposible conseguir un marco que liste todos los elementos de la población, requisito básico para aplicar un muestreo aleatorio simple o un muestreo estratificado (Malhotra, 2008).

Para este estudio se consideró a cada bus de transporte interprovincial y cada avión de pasajeros que abandona de la ciudad como unidades de muestreo, es decir un conglomerado. Resultó relativamente sencillo conseguir un marco que liste todos los conglomerados, considerando a la semana de relevamiento como período de referencia. Otra ventaja evidente, resultado de la aplicación este método de muestreo, radicó en el hecho de que la muestra estuvo conformada por muchos conglomerados pequeños, en lugar de pocos conglomerados grandes. Esto redujo significativamente el error de estimación.

Finalmente las encuestas en hoteles se realizaron a los turistas al momento de realizar el Checkout, en base a una muestra de establecimientos seleccionados a conveniencia.

¹ Para un mayor detalle de la mecánica del método de muestreo por conglomerados revisar la Nota Técnica presente en el Anexo 1.

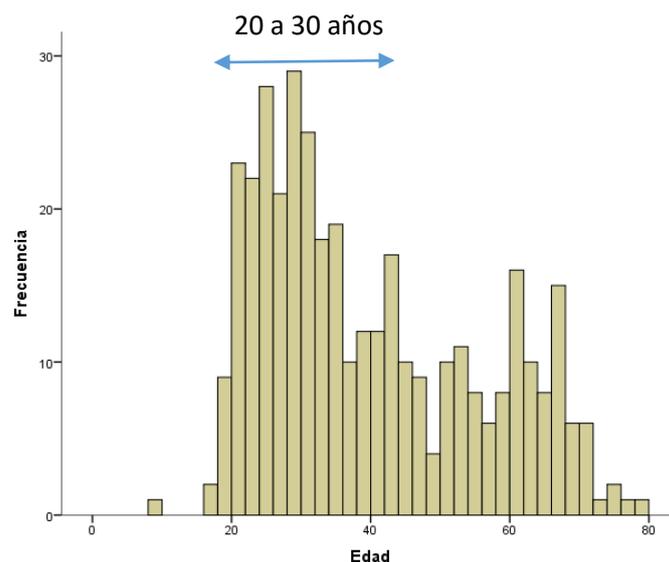
5 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

5.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

5.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 1 Los resultados revelan que el visitante se encuentra entre los 20 y los 80 años con una concentración mayor entre los 20 y 30 años. Esto lo caracteriza como un adulto contemporáneo. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 39,2 años, una mediana de 35 años y una moda de 25 años.

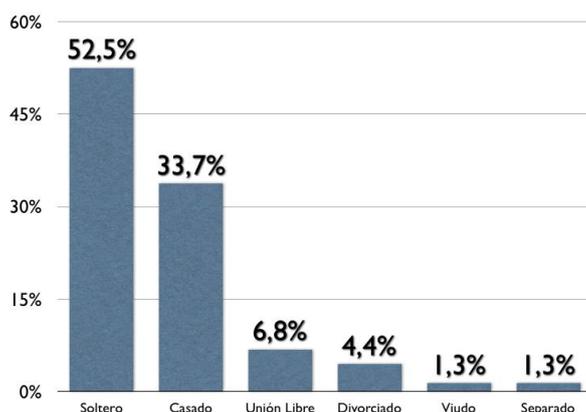
Gráfico 1
Distribución de la Edad del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 2, los resultados revelan que el turista extranjero es mayoritariamente soltero (53%), los turistas casados representan el 33,7% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

Gráfico 2
Estado Civil del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



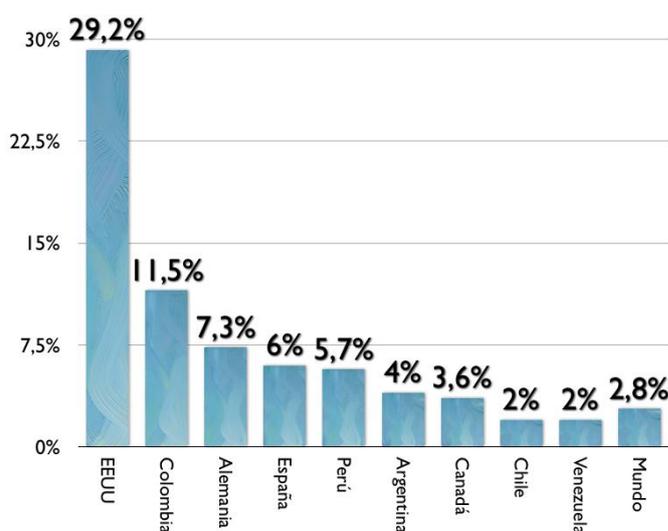
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, la encuesta arrojó aleatoriamente una proporción de 50/50. Por lo que se indica que no hay preponderancia de un tipo específico de turista ya que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca.

5.1.2 Procedencia del Turista

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 3, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por estadounidenses (29,2%), lo cual es congruente con la cercanía geográfica y con la utilización del dólar. Luego se encuentran, aunque en proporciones mucho menores, los turistas colombianos (11,5%) alemanes (7,3%), españoles (6%) y peruanos (5,7%). Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (25,8%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

Gráfico 3
Procedencia del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

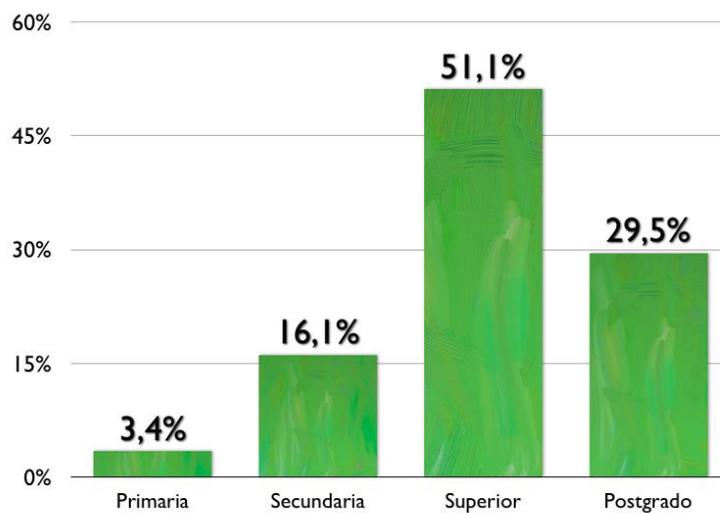
Aunque de igual manera, los visitantes estadounidenses provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional como Nueva York, Los Ángeles, San Francisco y Washington DC. Los turistas provenientes de Colombia, el 27,3% son de Bogotá, un 13,7% de Cali y un no menos

significativo 27% reside en la ciudad de Quito. La mayor proporción de turistas alemanes proviene de Múnich y los de argentina de la ciudad de Buenos Aires. Finalmente la porción mayor de turistas españoles provienen de la ciudad de Barcelona.

5.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

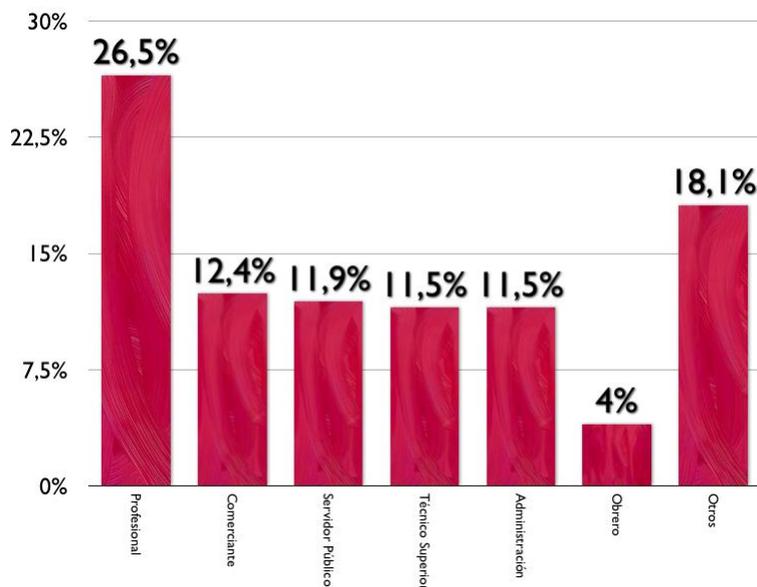
Dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón. En ese sentido, los resultados, como se aprecia en el Gráfico 4 revelan que el turista extranjero que visita la Ciudad tiene un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (80,6%) y labora mayoritariamente como profesional independiente (26,5%) como se aprecia en el Gráfico 5.

Gráfico 4
Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

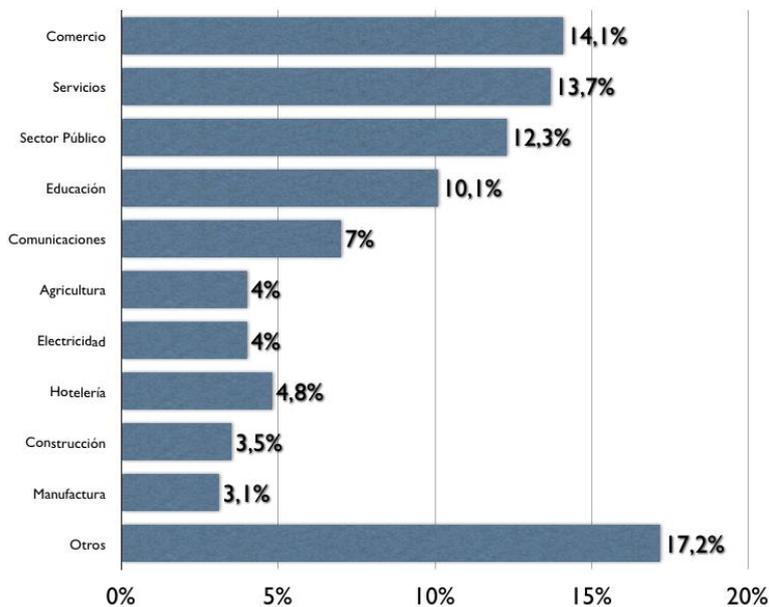
Gráfico 5
Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas extranjeros se dedica a actividades comerciales (14.1%). Sin embargo hay una proporción de turistas que labora en el sector público en sus respectivos países (12,3%). No menos importante resulta, en concordancia con el resultado anterior la fracción de visitantes que se dedican a servicios profesionales y educativos (13,7% y 10,1% respectivamente). El restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativo a nivel individual.

Gráfico 6
Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

El Cuadro 1 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista.

Cuadro 1
Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
VIVE SOLO	25.5%	1.3%	2.4%	1.1%	2.4%	1.1%	33.7%
SOLO PADRES E HIJOS	21.5%	4.2%	24.4%		1.9%	.3%	52.3%
PADRES E HIJOS Y OTROS FAMILIARES	5.8%	1.1%	5.8%	.3%	.3%		13.3%
OTROS			.8%				.8%
Total	52.8%	6.6%	33.4%	1.3%	4.5%	1.3%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, una cuarta parte de los visitantes viven solos y son solteros, pero un no menos significativo 21,5% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres. Asimismo, un 24,4% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos..

Con esta información se pueden inferir dos perfiles definidos de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- a. Un perfil A conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven solos, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- b. Un perfil B conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el campo profesional que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados.

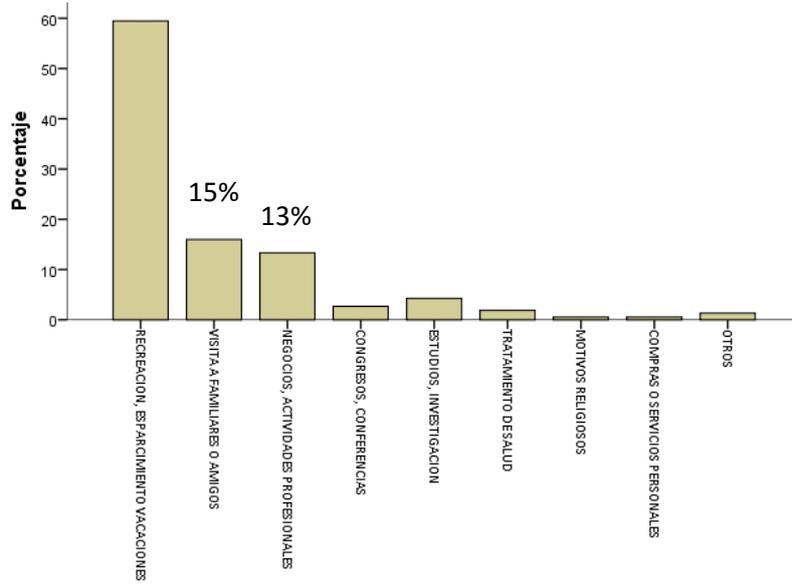
5.2 Motivación del Turista

5.2.1 Motivación

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 7, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (58,2%) , seguida muy de lejos por otras actividades tales como negocios (13%) o visitas a familiares(15%).

Gráfico 7
Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la Ciudad de Cuenca

58,2%

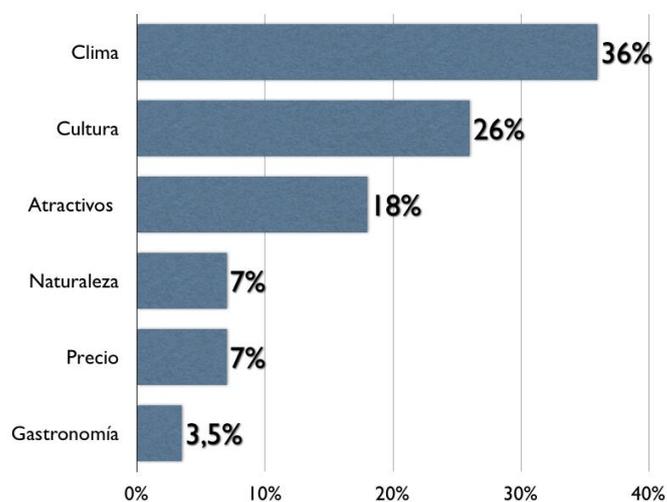


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, el turista elige el destino Cuenca principalmente por su clima (36%). Sus atractivos turísticos se ubicaron en segundo lugar, (18%) y los atractivos culturales se ubican en un 14% y 12% respectivamente. A diferencia de otros destinos en el país, los paisajes naturales no representan un atractivo superior para el turista.

Gráfico 8
Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 60,6% de los entrevistados son visitantes de primera vez, mientras que existe una tasa de retorno del 34,4%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

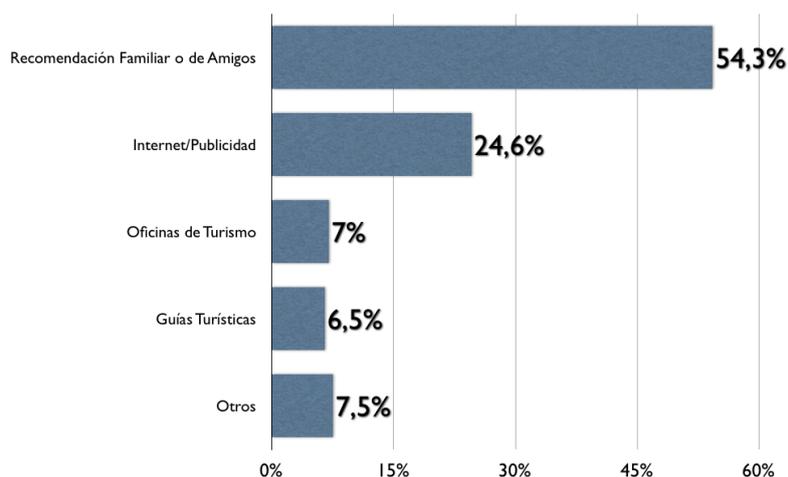
5.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista extranjero recibe, en concordancia con el resultado del apartado anterior mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente. Es importante notar la incidencia del internet y los medios electrónicos en la elección del destino Cuenca ya un alto porcentaje representativo utilizó medios como Google (38,16%), Tripadvisor (14,5%), Lonely Planet (13,16%). Sorprendentemente la Revista International Living solo fue citada como fuente de información relevante de la ciudad por un 4% de los entrevistados.

Esta tendencia es congruente con resultados de otros estudios similares lo cuales concluyen que la búsqueda se concentra alrededor de portales no necesariamente especializados pero que concatan una mayor cantidad de información como son el caso de Google. Sin embargo, otros portales tradicionales y consolidados con Tripadvisor y la Guía Lonely Planet mantienen nichos de mercado informativos importantes.

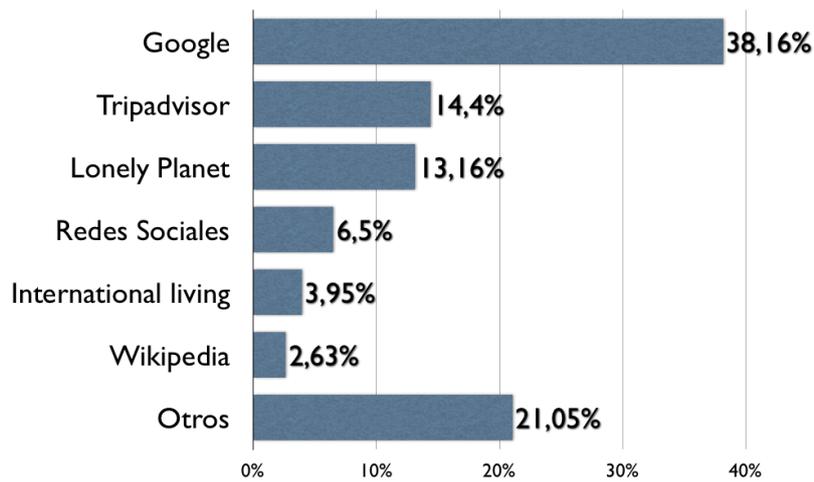
Estos resultados se presentan en los Gráficos 9 y Gráficos 10.

Gráfico 9
Medios de Información utilizados por el turista internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 10
Medios de Internet utilizados por el turista internacional



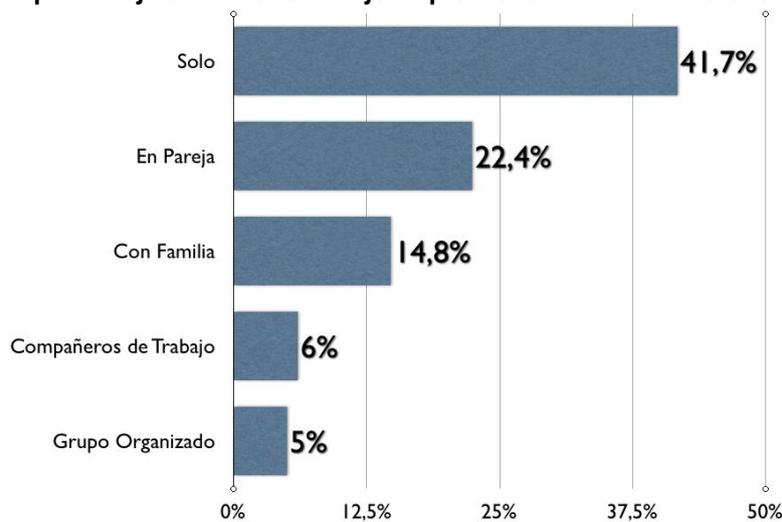
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3 Organización del Viaje

5.3.1 Con quien viaja el Turista

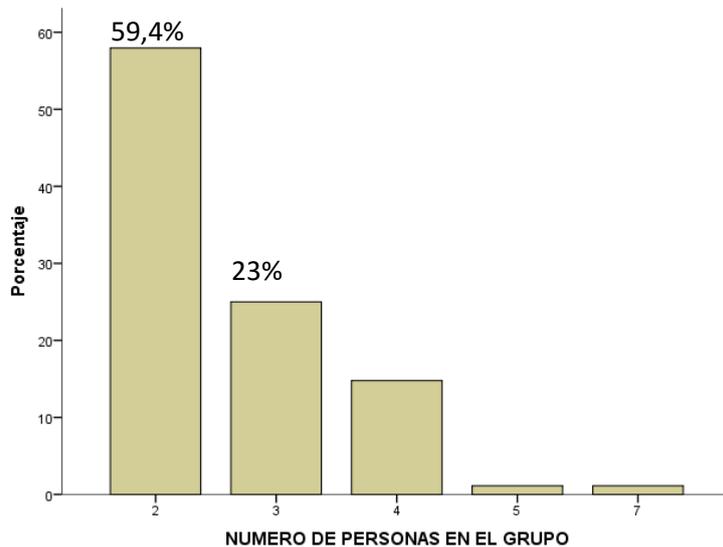
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad vienen solos (41,3%) o en parejas (22,1%). Solamente un 14,8% de los turistas vinieron en un grupo familiar. En este sentido la ciudad no es un destino prioritario de turismo familiar sino como uno de turismo de aventura o de turismo cultural. Ver Gráfico 11.

Gráfico 11
Con quien viaja el Turista extranjero que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 12
Número de Personas en el Grupo
(Para aquellos turistas que no viajan solos)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además en el gráfico 12 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección es hacerlo o en pareja o en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos o inexistentes. Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca lo hace por motivos recreativos en viaje personal o con su pareja. Esto a su vez sugiere que los turistas no consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento familiar como lo podrían ser otros destinos en el Ecuador lo que va en concordancia con la variada oferta cultural y de diversión joven que ofrece el destino.

Cuadro 2
Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		¿CON QUIEN REALIZO EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	21,2%	1,3%	8,0%	18,2%	8,3%	2,7%	59,8%
	Visita a familiares o amigos	8,3%	0,5%	3,2%	2,1%	1,1%	0,5%	15,8%
	Negocios, actividades profesionales	7,8%	1,1%	1,1%	0,5%		2,7%	13,1%
	Congresos, conferencias	1,3%	0,8%		0,3%	0,3%		2,7%
	Estudios, investigación	1,9%	1,6%	0,3%	0,3%		0,3%	4,3%
	Tratamiento de salud	0,5%		0,8%	0,5%			1,9%
	Motivos religiosos	0,3%		0,3%				0,5%
	Compras o servicios personales			0,3%	0,3%			0,5%

	Otros	0,3%		0,5%	0,5%			1,3%
Total		41,6%	5,4%	14,5%	22,8%	9,7%	6,2%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros organizan su viaje en forma independiente y por cuenta propia (92%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística es menor al 8%.

5.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

5.4.1 Elección del Alojamiento

En los últimos años y debido al alto flujo migratorio proveniente de Estados Unidos han aparecido formas alternativas al tradicional hospedaje hotelero. Es importante por lo tanto en un estudio de esta naturaleza que se evalué la incidencia de estas nuevas formas de alojamiento entre los turistas extranjeros. El cuadro 3 revela que de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría prefiere el establecimiento hotelero tradicional. Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como compras, congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que se alojen en la casa familiar o que los amigos ofrezcan hospedaje gratuito y en el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación, éstos prefieren el alquiler mensual o semanal de un departamento amoblado. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de salud se aprecia una probabilidad de un 50/50 de que elija un hotel o un departamento lo que se sugiere que se encuentra ligado a la duración del tratamiento. Y un caso especial corresponde a los turistas que arriba por motivos religiosos los cuales tienen a no pernoctar en la ciudad ya que recibe alojamiento en establecimientos fuera de la Ciudad, condición que no los excluye de visitar los atractivos turísticos de la ciudad.

Cuadro 3
Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					Total
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	76,4%	10,0%	11,4%	0,9%	1,4%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	23,3%	23,3%	53,3%			100,0%
	Negocios, actividades profesionales	66,0%	10,0%	20,0%	2,0%	2,0%	100,0%
	Congresos, conferencias	90,0%	10,0%				100,0%
	Estudios, investigación	31,3%	50,0%	18,8%			100,0%
	Tratamiento de salud	42,9%	42,9%	14,3%			100,0%

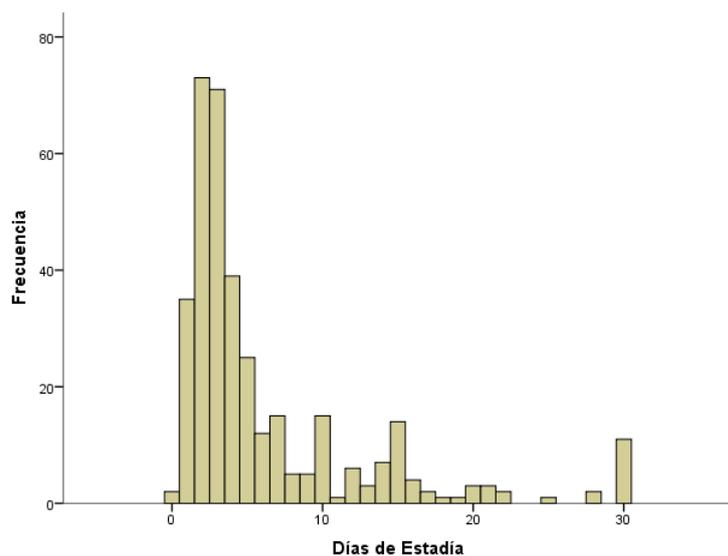
	Motivos religiosos				50,0%	50,0%	100,0%
	Compras o servicios personales	100,0%					100,0%
	Otros	80,0%		20,0%			100,0%
Total		64,0%	14,2%	19,4%	1,1%	1,3%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. No es posible en ese sentido comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En ese sentido, los resultados revelan un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la moda de días, no tanto de la media².

Gráfico 13
Duración de la Estancia del Total de Turistas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cuadro 4
Motivo Principal vs Días de Alojamiento

² Es importante acotar que debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda.

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA PARA LOS QUE ESTAN HASTA UN MES		
		Media	Mediana	Moda
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	5,52 días	3,00 días	3,00 días
	Visita a familiares o amigos	9,33	7,50	3,00
	Negocios, actividades profesionales	4,51	3,00	2,00
	Congresos, conferencias	4,20	3,00	3,00
	Estudios, investigación	11,15	7,00	7,00
	Tratamiento de salud	4,50	2,00	1,00
	Motivos religiosos	2,50	2,50	1,00
	Compras o servicios personales	5,00	5,00	4,00
	Otros	13,00	15,00	4,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Bajo estas condiciones es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad. El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 8 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de hasta 3 días al igual que el que viene por congresos o conferencias. Un caso especial lo constituyen los visitantes que llegan por motivos educativos, los cuales tienden a permanecer alrededor de 7 días. Los que vienen por tratamiento de salud suelen realizar una estancia corta de 2 días. Los que arriban por motivos de compras suelen permanecer alrededor de una semana laboral en la ciudad.

Cuadro 5
Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA PARA LOS QUE ESTAN HASTA UN MES		
		Media	Mediana	Moda
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	4,73 días	3,00 días	2,00 días
	APARTAMENTO	11,07	10,00	2,00
	FAMILIA, AMIGOS	8,75	7,00	2,00
	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	1,50	1,00	1,00
	OTROS	7,75	7,00	1,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4.3 El costo de la Estancia

El costo de la Estancia viene determinada por diversos factores entre lo que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje. En ese

sentido se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud gaste menos que aquel que viene por actividades lúdicas.

Ahora con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 6 que el gasto promedio está en relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia se encuentran aquellas personas que vienen por estudios o por actividades de investigación y aquellos que vienen con fines de prospección para establecerse en la ciudad. Las personas con estancias cortas pero con gastos medios son aquellas que vienen a visitar familia y amigos. En este grupo se puede apreciar que, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Las personas que vienen con el fin de dictar congresos o conferencias, y aquellos que vienen por negocios, a pesar de que presentan estancias relativamente cortas, prefieren establecimientos hoteleros de mayor jerarquía lo que impulsa su gasto en hospedaje y otros medios de transporte con mayor costo.

Cuadro 6
Motivo Principal vs Gasto Turístico
(Para aquellos turistas que organizaron su viaje por Cuenta Propia)

		GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (En base al valor modal del cuadro 4)						TOTAL
		Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$50,59	\$33,99	\$67,29	\$10,98	\$6,91	\$10,15	\$179,91
	Visita a familiares o amigos	\$17,29	\$39,17	\$90,79	\$16,77	\$7,27	\$17,08	\$188,37
	Negocios, actividades profesionales	\$74,66	\$39,86	\$94,27	\$8,14	\$3,41	\$5,10	\$225,44
	Congresos, conferencias	\$120,92	\$29,59	\$82,48	\$42,84	\$7,41	\$2,89	\$286,14

	Estudios, investigación	\$101,67	\$55,13	\$146,10	\$4,52	\$6,30	\$7,93	\$321,65
	Tratamiento de salud	\$2,79	\$4,58	N/D ³	\$3,22	\$0,00	\$0,10	\$12,17
	Motivos religiosos	\$0,00	\$6,11	N/D	\$2,04	\$2,04	\$0,00	\$21,88
	Compras o servicios personales	\$48,26	\$48,26	N/D	\$3,22	\$1,07	\$0,00	\$107,52
	Otros⁴	\$44,78	\$35,18	\$97,18	\$5,84	\$5,40	\$1,61	\$190,00
PROMEDIO GLOBAL		\$51,22	\$32,43	\$96,35	\$10,84	\$4,42	\$4,98	\$170,34

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que viene por motivos religiosos o de salud, presentan un gasto inferior al promedio ya que se hospedan y se alimentan en establecimientos religiosos como conventos o misiones. Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud no gastan en actividades culturales o lúdicas.

Es interesante notar que los grupos que vienen por recreación o a visitar familiares son lo que más hacen uso de los servicios de diversión y los espacios culturales que ofrece la ciudad.

Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a no utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión. En vez de ello, prefieren establecimientos hoteleros y de alimentación de gama media. Finalmente los grupos que más erogan en servicios de transporte son aquellos que vienen por diversión, visita a familiares negocios y estudios. (Muy probablemente porque sus investigaciones involucren desplazamientos permanentes a otras partes del país o la región).

Cuadro 7
Gasto Promedio Diario por Persona

		GASTO PROMEDIO
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$59.97
	Visita a familiares o amigos	\$62.79
	Negocios, actividades profesionales	\$112.72
	Congresos, conferencias	\$95.38
	Estudios, investigación	\$45.95

³ La observación No Disponible (N/D) se debe a que el informante no proporcionó suficiente información para el cálculo de este valor.

⁴ En este grupo resaltan aquellos visitantes que vienen con fines de prospección con miras a establecerse en la ciudad. Es normal por lo tanto que presenten una estadía más prologada y por ende un gasto mayor que el resto de tipologías turísticas.

	Tratamiento de salud	\$12.17 ⁵
	Motivos religiosos	\$21.88
	Compras o servicios personales	\$26.88
	Otros	\$47.50

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

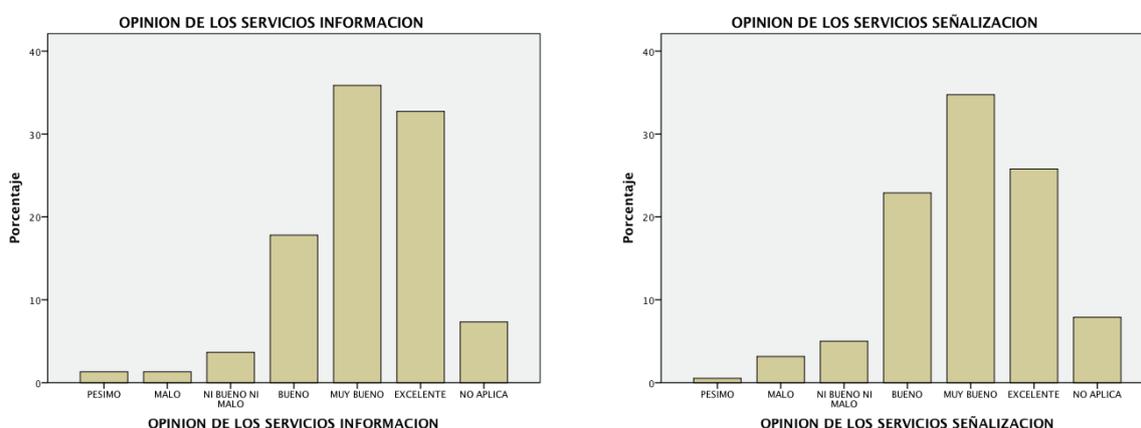
5.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

En general los resultados revelan que los turistas no muestran mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto ubica al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

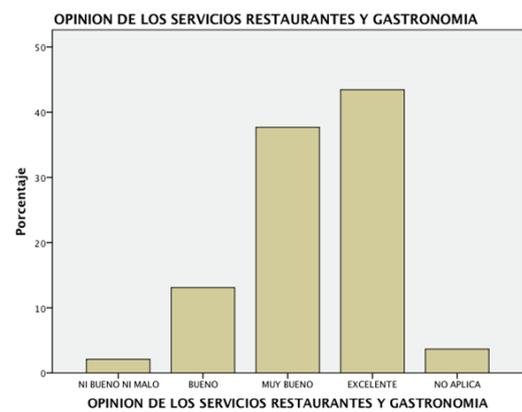
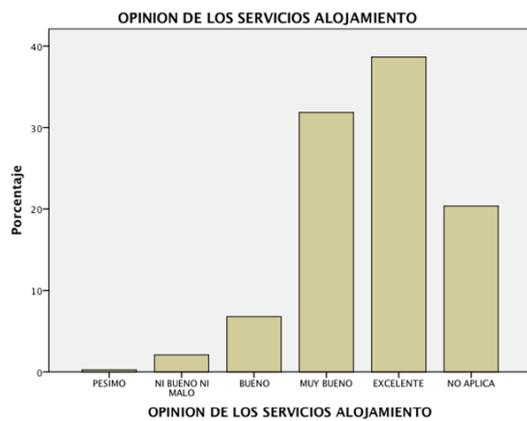
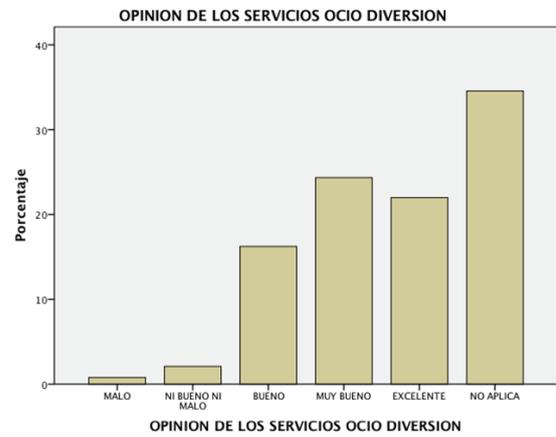
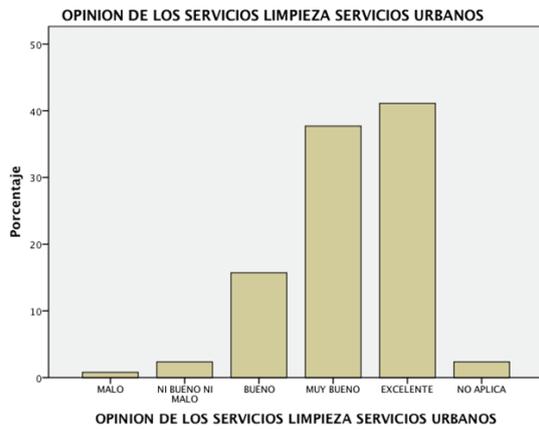
5.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados revelan que el turista extranjero que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes. Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 14.

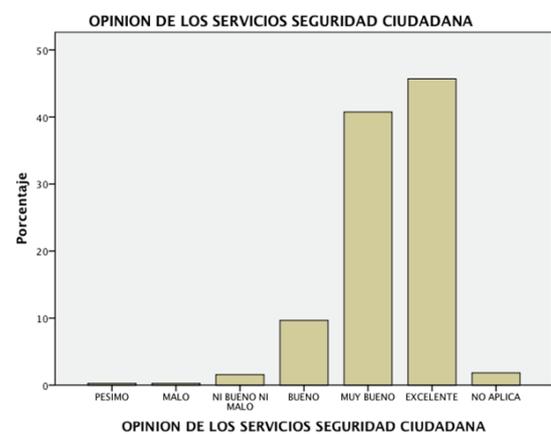
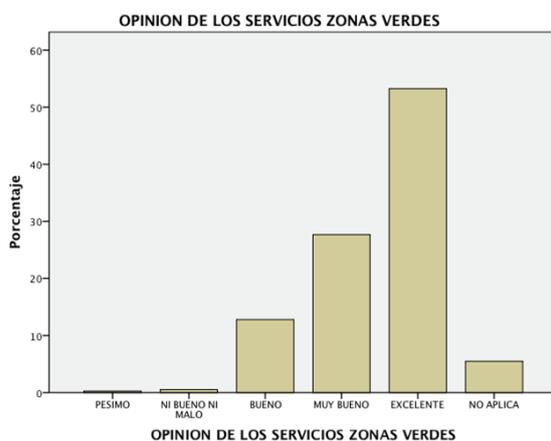
Gráfico 14
Percepción sobre los servicios generales de la Ciudad de Cuenca por parte del turista extranjero

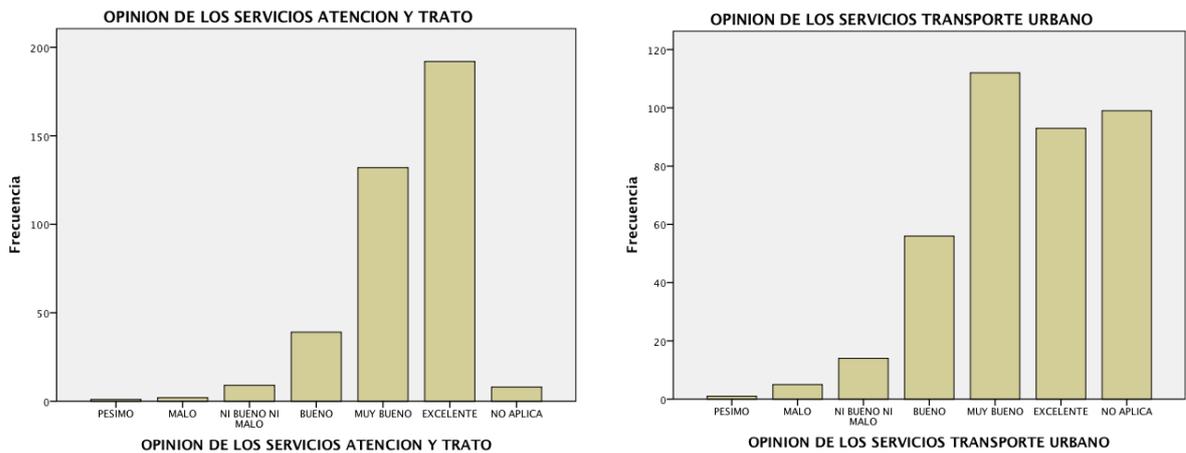


⁵ El valor inferior se puede explicar porque servicios como el alojamiento, alimentación y otros rubros ya se encuentran cubiertos por el hospital o casa de salud y regularmente están incluidos en el costo del tratamiento.



Talvez dónde hay una mayor divergencia de opiniones se encuentra en los servicios de ocio y diversión dónde la calificación que prima es muy bueno con una alta incidencia de turistas que califican solamente como buena a la oferta en diversiones que ofrece la ciudad.





Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos.

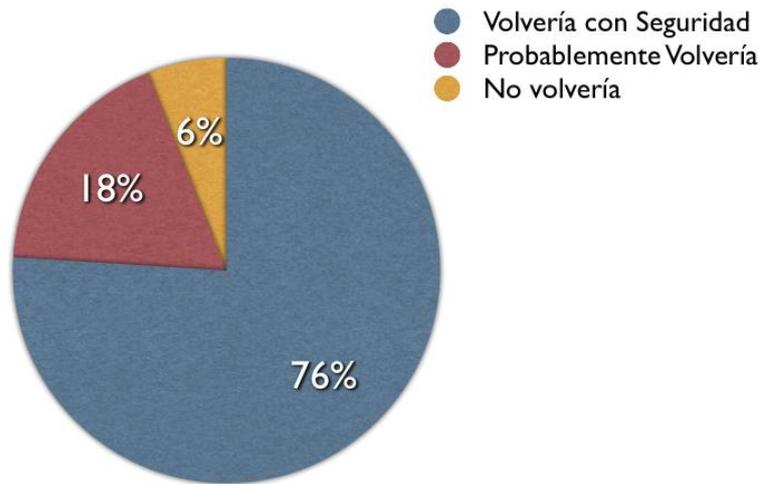
5.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

Como constan en los gráficos 15 y 16, cerca del 76% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 18% probablemente regresaría y solo un 6% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 74% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, solo un 23% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es menor al 3%. Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

5.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita

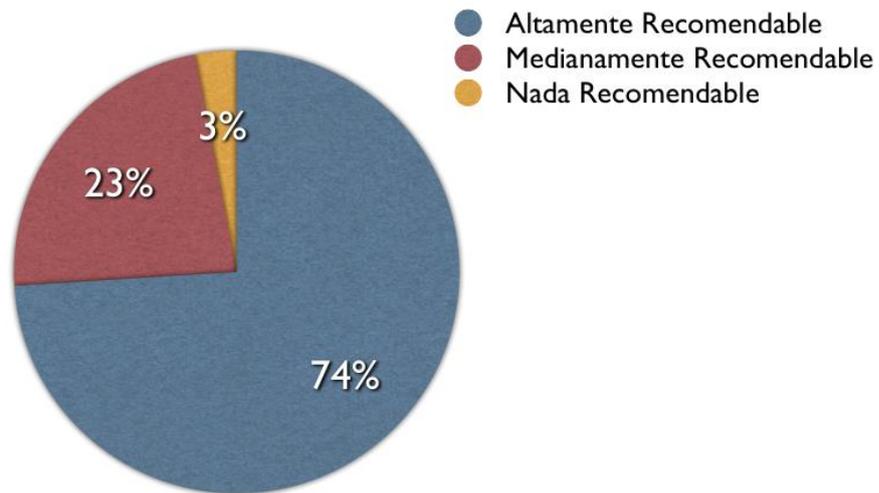
Alrededor del 82,6% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo.

Gráfico 15
Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 16
Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

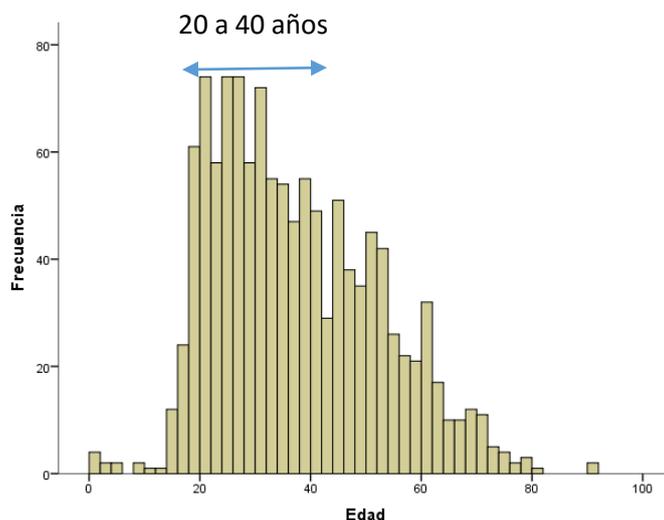
6 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

6.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

6.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista nacional es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 17 Los resultados revelan que el visitante se encuentra entre los 18 y los 80 años con una concentración mayor alrededor de la media de 36 años. Esto lo caracteriza como un adulto contemporáneo.

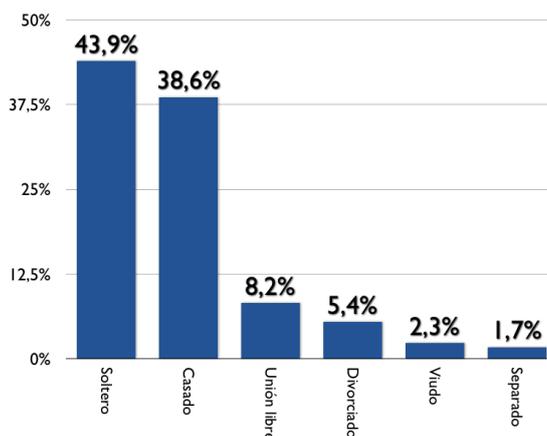
Gráfico 17
Distribución de la Edad del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 18, los resultados revelan que el turista nacional, al igual que su contraparte extranjera es mayoritariamente soltero (43,9%) los turistas nacionales casados representan el 38,6% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

Gráfico 18
Estado Civil del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca



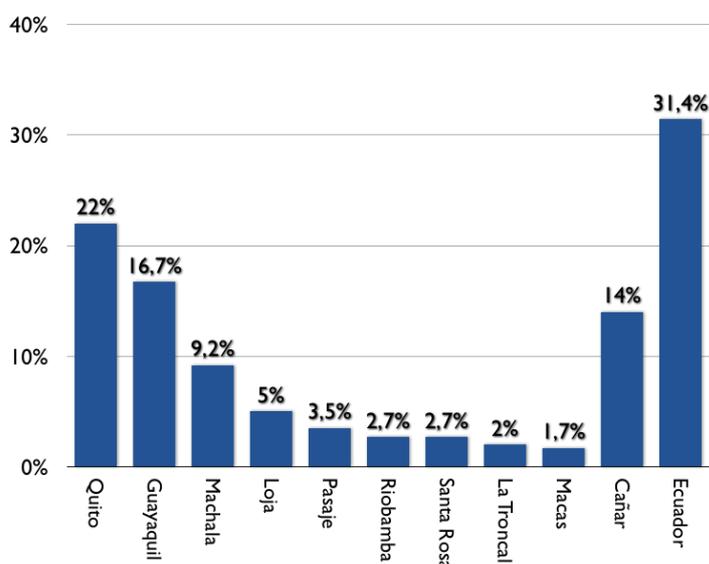
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, la encuesta arrojó aleatoriamente una proporción un 52,3% de varones frente a un 47,7% de mujeres. Por lo que se indica, al igual que con sus contrapartes extranjeras, que no hay preponderancia de un tipo específico de turista y se concluye que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca.

6.1.2 Procedencia del Turista

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el Ecuador, es posible identificar algunas ciudades predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 19, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por quiteños (22%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (16,7%) machaleños (9,2%), y lojanos (5%). Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del Ecuador es grande (31,4%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

Gráfico 19
Procedencia del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca

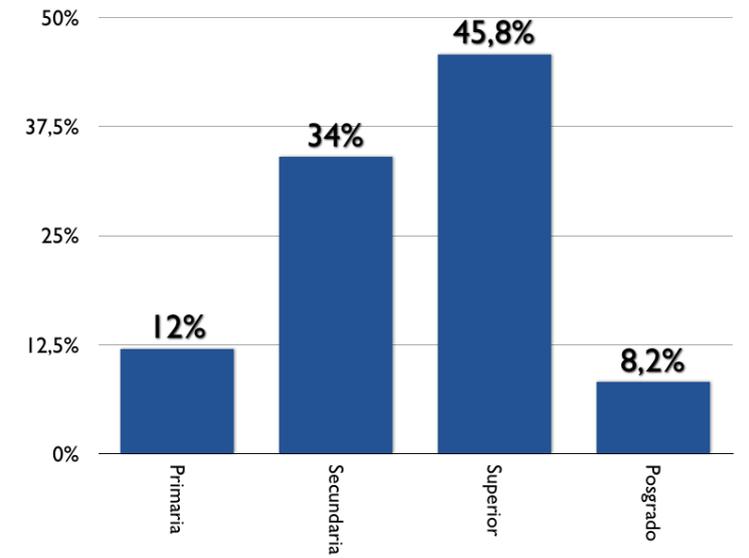


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

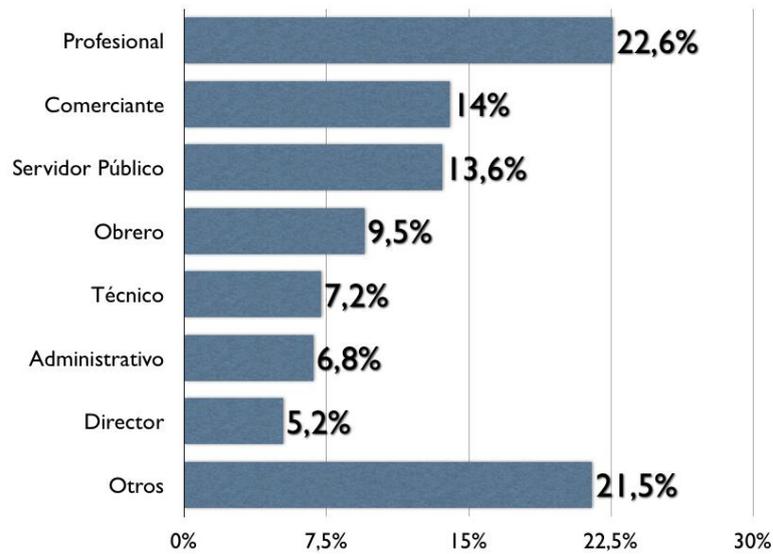
Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón. En ese sentido, los resultados, como se aprecia en el Gráfico 20 revelan que el turista nacional que visita la Ciudad tiene un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (54%), aunque con una incidencia mayor de visitantes con título de bachiller (34%) y labora como profesional independiente (22,6%) como se aprecia en el Gráfico 21.

Gráfico 20
Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

Gráfico 21
Profesión del Turista Nacional que visita la Ciudad de Cuenca

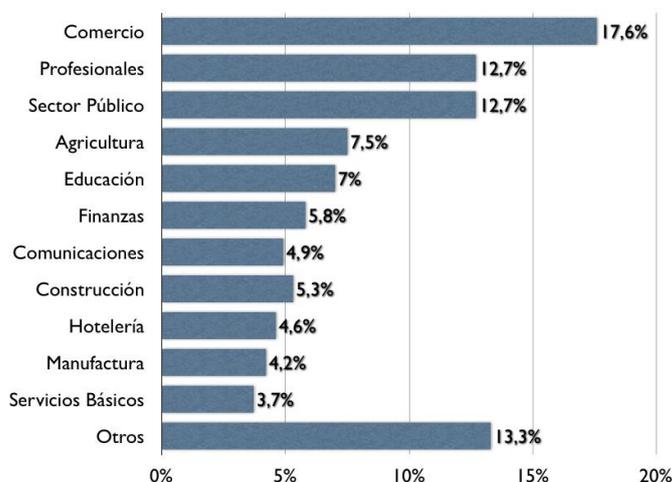


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas nacional se dedica a actividades comerciales (17.6%). Sin embargo hay una proporción de turistas que labora en el sector público (12,7%). No menos

importante resulta, en concordancia con el resultado anterior la fracción de visitantes que se dedican a servicios profesionales y educativos (12,7% y 7,7% respectivamente). El restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativo a nivel individual.

Gráfico 22
Sector Económico en que labora el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

El Cuadro 8 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista.

Cuadro 8
Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
VIVE SOLO	7,0%	0,2%	1,1%	0,4%	0,7%	0,4%	9,9%
SOLO PADRES E HIJOS	27,4%	6,6%	30,8%	0,9%	3,7%	1,2%	70,6%
PADRES E HIJOS Y OTROS FAMILIARES	9,5%	1,3%	6,5%	0,3%	0,9%	0,7%	19,2%
OTROS	0,2%		0,1%				0,3%
Total	44,1%	8,1%	38,4%	1,7%	5,4%	2,3%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, una cuarta parte de los visitantes viven con su familia y son solteros, pero un no menos significativo 9,5% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres y otros familiares. Asimismo, un 30,8% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Con esta información se pueden inferir dos perfiles definidos de turistas nacionales que visitan la ciudad:

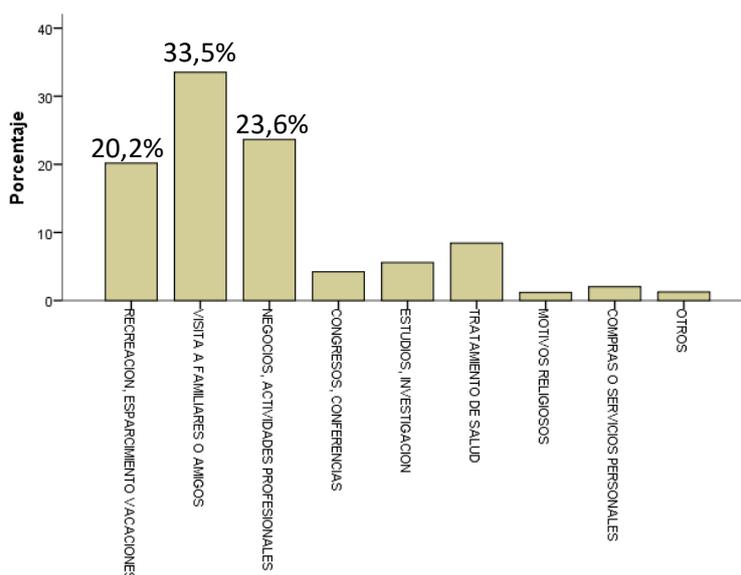
- c. Un perfil A conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven con su familia, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- d. Un perfil B conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el campo profesional que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados.

6.2 Motivación del Turista

6.2.1 Motivación

Como se ha indicado previamente, el turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 23, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la visita de amigos y familiares (33,5%), seguida no muy de lejos por otras actividades tales como negocios (23,6%) o actividades recreativas (20,2%).

Gráfico 23
Razón Principal del Turista Nacional para venir a la Ciudad de Cuenca



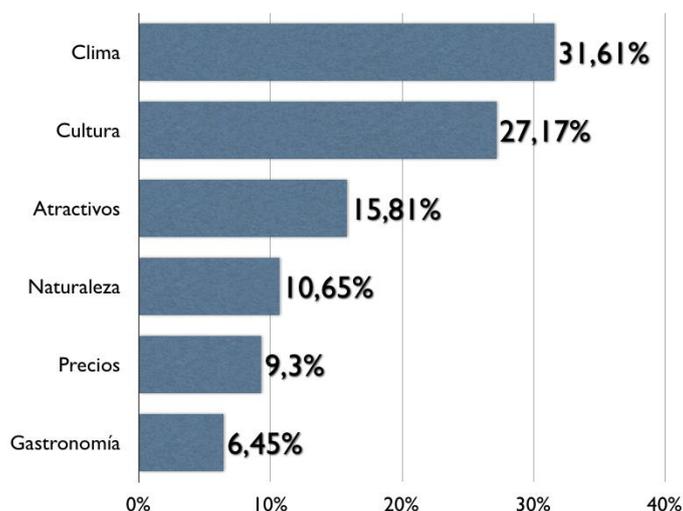
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, el turista elige el destino Cuenca principalmente por su clima (32%). Sus atractivos turísticos se ubicaron en tercer

lugar, (16%) y los atractivos culturales se ubican en un 27,17%. A diferencia de otros destinos en el país, los paisajes naturales no representan un atractivo superior para el turista nacional.

Gráfico 24
Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 91,2% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 8,8% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

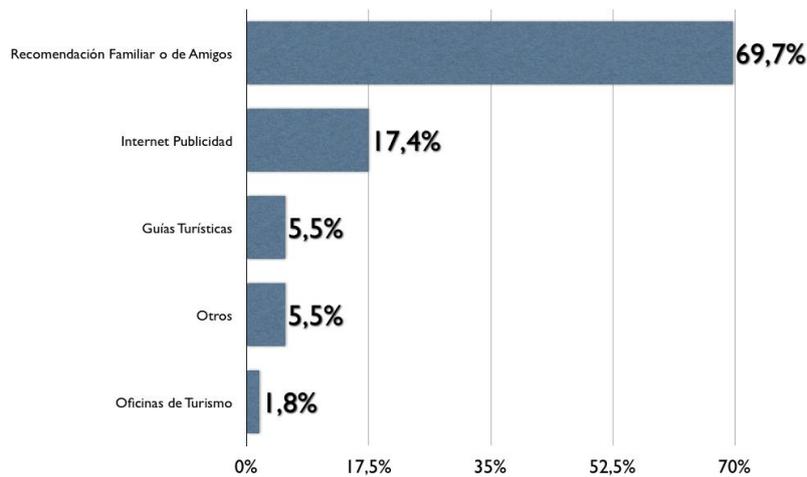
6.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista nacional recibe, en concordancia con el resultado del apartado anterior mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente. Es importante notar la incidencia del internet y los medios electrónicos en la elección del destino Cuenca ya un alto porcentaje representativo utilizó medios como Google (27,4%), redes sociales diferentes de Facebook (19,4%) y Facebook. (8,4%).

Como se indicó previamente, esta tendencia es congruente con resultados de otros estudios son que la investigación independiente se concentra alrededor de portales no necesariamente especializados pero que concatenan una mayor cantidad de información como son el caso de Google. Otras nuevas formas de promoción vía twitter o Facebook están volviéndose la norma al momento de desarrollar publicidad turística.

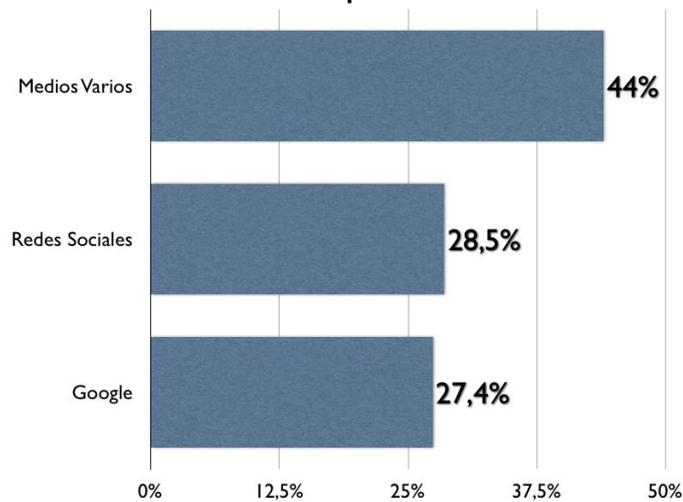
Estos resultados se presentan en los Gráficos 25 y Gráficos 26.

Gráfico 25
Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 26
Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

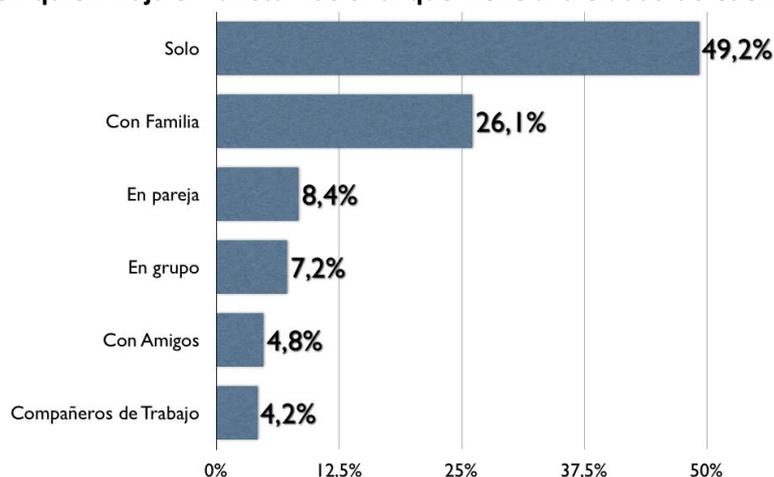
6.3 Organización del Viaje

6.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas nacionales que arriban a la ciudad vienen solos (41,3%) (Al igual que sus contrapartes extranjeros) o en con sus familias (26,1%). Solamente un 8,5% de los turistas vinieron con su pareja. Esto ubica a Cuenca como un destino de turismo familiar para una buena porción del turismo nacional. Ver Gráfico 27.

Gráfico 27

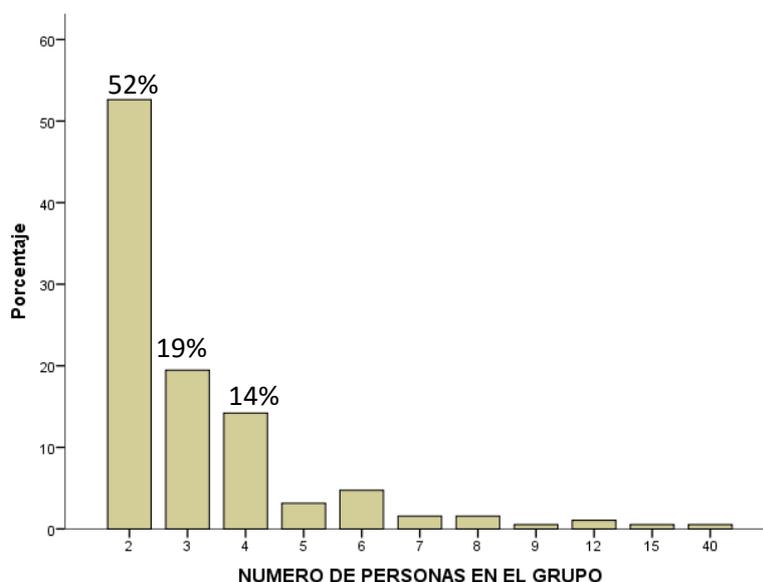
Con quien viaja el Turista Nacional que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 28

Número de Personas en el Grupo (Para aquellos turistas que no viajan solos)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además en el gráfico 28 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección es hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos. Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca lo hace por motivos recreativos en viaje personal o con su familia. Esto a su vez sugiere que los turistas consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento familiar como lo podrían ser otros destinos en el Ecuador.

Cuadro 9

Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		¿CON QUIEN REALIZO EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	6,4%	1,4%	6,5%	3,5%	2,0%	0,3%	20,1%
	Visita a familiares o amigos	17,8%	0,3%	11,7%	2,5%	1,3%	0,1%	33,6%
	Negocios, actividades profesionales	15,0%	2,2%	2,0%	0,5%	0,7%	3,1%	23,6%
	Congresos, conferencias	2,2%	0,9%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	4,2%
	Estudios, investigación	3,6%	0,7%	0,7%	0,3%	0,3%	0,1%	5,6%
	Tratamiento de salud	3,1%	0,3%	3,7%	1,1%		0,1%	8,3%
	Motivos religiosos	0,1%	0,1%	0,8%	0,3%			1,2%
	Compras o servicios personales	1,3%	0,1%	0,3%	0,1%	0,3%		2,0%
	Otros	0,3%	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%	0,2%	1,3%
Total		41,6%	49,8%	6,3%	26,3%	8,5%	4,8%	4,2%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales organizan su viaje en forma independiente y por cuenta propia (96,3%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística es menor al 4%.

6.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

6.4.1 Elección del Alojamiento

El cuadro 10 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere el establecimiento hotelero tradicional. Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que se alojen en la casa familiar o que los amigos ofrezcan hospedaje gratuito y en el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación, éstos prefieren el alquiler mensual o semanal de un departamento amoblado o sean bien recibidos por un familiar. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de salud se aprecia una probabilidad de un 45% de que escoja quedarse con un familiar al igual que los turistas que arriba por motivos religiosos.

Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					Total
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	51,9%	11,0%	35,9%	0,8%	0,4%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	13,1%	6,1%	80,1%	0,8%		100,0%
	Negocios, actividades profesionales	63,5%	10,5%	21,3%	2,2%	2,5%	100,0%
	Congresos, conferencias	82,0%	4,0%	12,0%		2,0%	100,0%
	Estudios, investigación	22,7%	34,8%	36,4%	3,0%	3,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	30,3%	7,1%	45,5%	7,1%	10,1%	100,0%
	Motivos religiosos	21,4%		78,6%			100,0%
	Compras o servicios personales	20,8%		66,7%	4,2%	8,3%	100,0%
	Otros	66,7%	6,7%	26,7%			100,0%
Total		38,6%	9,5%	48,1%	1,8%	2,0%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

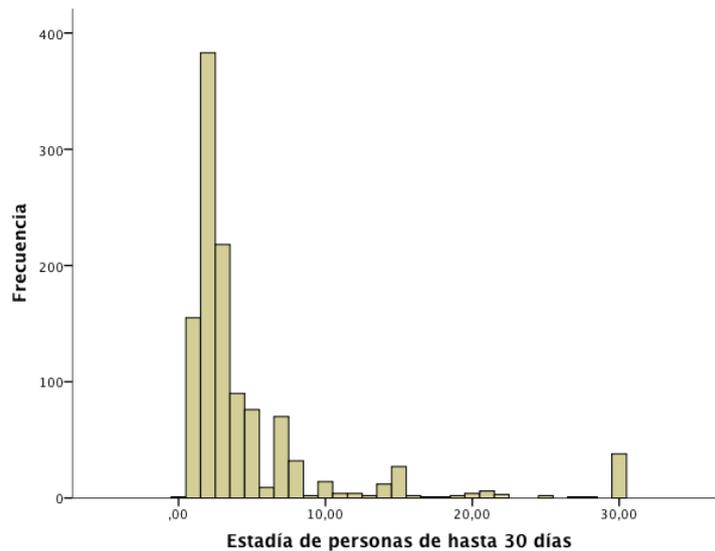
6.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. No es posible en ese sentido comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En ese sentido, los resultados revelan, al igual que con los turistas extranjeros un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la moda de días, no tanto de la media⁶.

Gráfico 29

⁶ Es importante acotar que debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda.

Duración de la Estancia del Total de Turistas Nacionales



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cuadro 11
Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA		
		Media	Mediana	Moda
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	5,30	3,00	2,00
	Visita a familiares o amigos	4,93	3,00	2,00
	Negocios, actividades profesionales	4,77	2,00	2,00
	Congresos, conferencias	2,72	2,00	2,00
	Estudios, investigación	6,75	4,00	2,00
	Tratamiento de salud	3,67	2,00	2,00
	Motivos religiosos	2,08	2,00	2,00
	Compras o servicios personales	4,83	2,00	1,00
	Otros	5,47	2,00	2,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Bajo estas condiciones es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 11 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 2 a 3 días en la ciudad. El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 3 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de hasta 2 días al igual que el que viene por congresos o conferencias. Un caso especial lo constituyen los visitantes que llegan por motivos educativos, los cuales tienden a permanecer alrededor de 4 días. Los que vienen por tratamiento de salud suelen realizar una estancia corta de 2 días. Los que arriban por motivos de compras suelen permanecer alrededor de dos días en la ciudad.

Cuadro 12
Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA		
		Media	Mediana	Moda
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3,50 días	2,00 días	2,00 días
	APARTAMENTO	8,67	4,00	2,00
	FAMILIA, AMIGOS	5,27	3,00	2,00
	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	3,38	1,00	1,00
	OTROS	5,04	2,00	2,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

6.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos.

Como se indico anteriormente, el costo de la Estancia viene determinada por diversos factores entre lo que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje. En ese sentido se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud gaste menos que aquel que viene por actividades lúdicas.

6.4.4 Gasto Realizado por el Turista Nacional

Ahora con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 13 que el gasto promedio está en relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia se encuentran aquellas personas que vienen por motivos religiosos y recreativos. Las personas con estancias cortas pero con gastos medios son aquellas que vienen a visitar familia y amigos. En este grupo se puede apreciar que, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Las personas que vienen con el fin de dictar congresos o conferencias, y aquellos que vienen por negocios, a pesar de que presentan estancias relativamente cortas, prefieren establecimientos hoteleros de mayor jerarquía lo que impulsa su gasto en hospedaje y otros medios de transporte con mayor costo.

Cuadro 13
Motivo Principal vs Gasto Turístico
(Para aquellos turistas nacionales que organizaron su viaje por Cuenta Propia)

		GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado modal del cuadro 11)						TOTAL
		Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$17,12	\$25,30	\$20,78	\$7,67	\$1,91	\$8,19	\$80,96
	Visita a familiares o amigos	\$5,48	\$28,59	\$10,19	\$11,09	\$1,55	\$6,20	\$63,10
	Negocios, actividades profesionales	\$44,13	\$35,72	\$36,49	\$13,52	\$2,02	\$7,88	\$139,76
	Congresos, conferencias	\$60,33	\$35,47	\$38,59	\$13,15	\$2,49	\$5,83	\$155,86
	Estudios, investigación	\$14,94	\$13,98	\$0,38	\$6,40	\$0,50	\$1,08	\$37,28
	Tratamiento de salud	\$12,83	\$20,87	N/D	\$15,07	\$0,80	\$1,62	\$54,94
	Motivos religiosos	\$1,47	\$17,06	N/D	\$2,24	\$0,00	\$0,00	\$53,86
	Compras o servicios personales	\$1,27	\$16,05	\$0,00	\$9,37	\$0,00	\$3,28	\$29,97
	Otros ⁷	\$35,81	\$23,34	\$42,74	\$10,82	\$0,57	\$1,98	\$115,26
PROMEDIO GLOBAL		\$21,49	\$24,04	\$21,31	\$9,93	\$1,09	\$4,01	\$81,22

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud no gastan en actividades culturales o lúdicas.

Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a no utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión. En vez de ello, prefieren establecimientos hoteleros y de alimentación de gama baja. Finalmente los grupos que más erogaron en servicios de transporte son aquellos que vienen por negocios o congresos.

Cuadro 14

⁷ En este grupo resaltan aquellos visitantes que vienen con fines de prospección con miras a establecerse en la ciudad y otras actividades.

Gasto Promedio Diario por Persona del Turista Nacional

		GASTO PROMEDIO
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$40,48
	Visita a familiares o amigos	\$31,55
	Negocios, actividades profesionales	\$69,88
	Congresos, conferencias	\$77,93
	Estudios, investigación	\$18,64
	Tratamiento de salud	\$27,47
	Motivos religiosos	\$26,93
	Compras o servicios personales	\$29,97
	Otros	\$57,63

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca

6.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

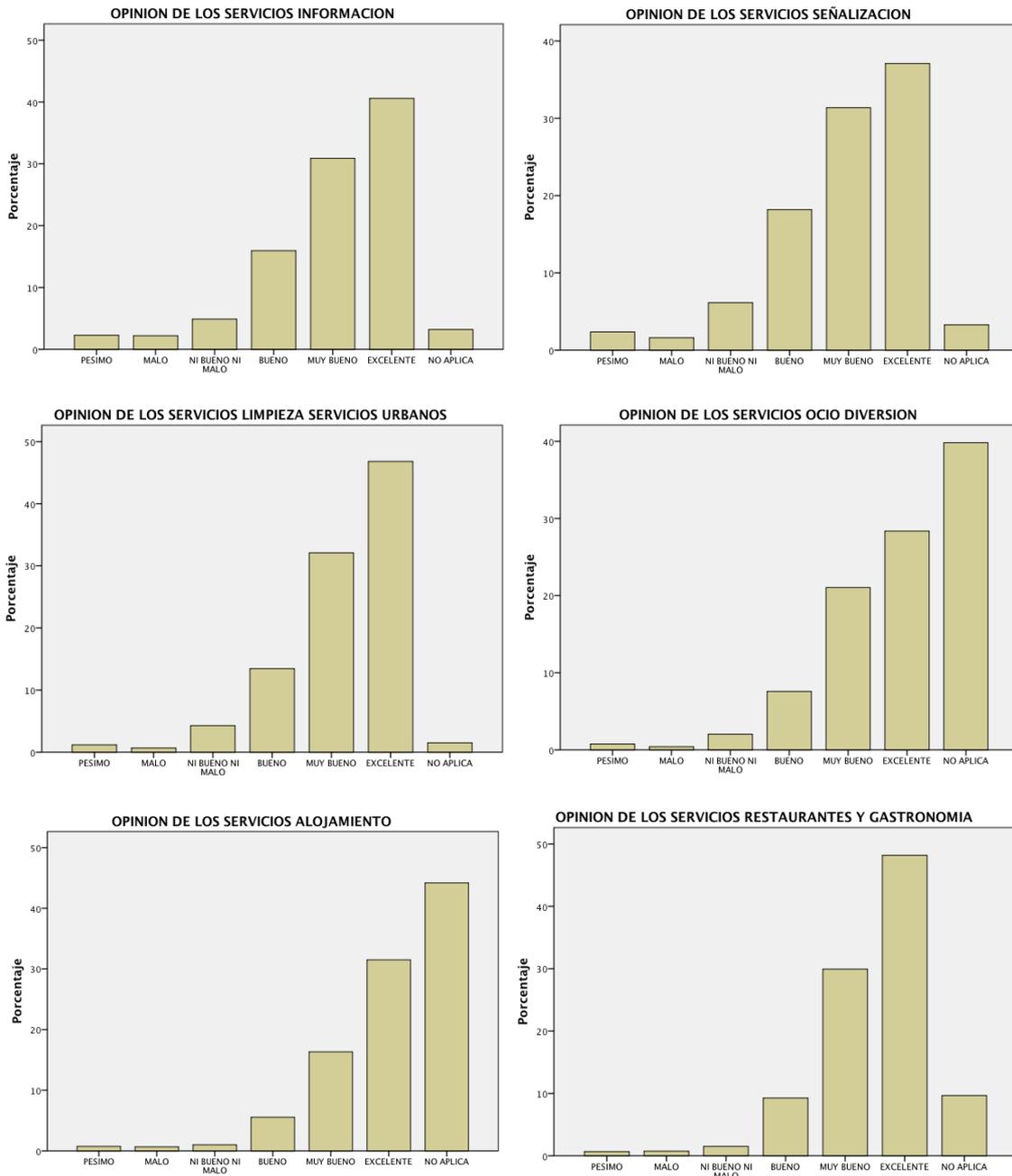
Al igual que sus contrapartes extranjeras, en general los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar pagado.

6.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

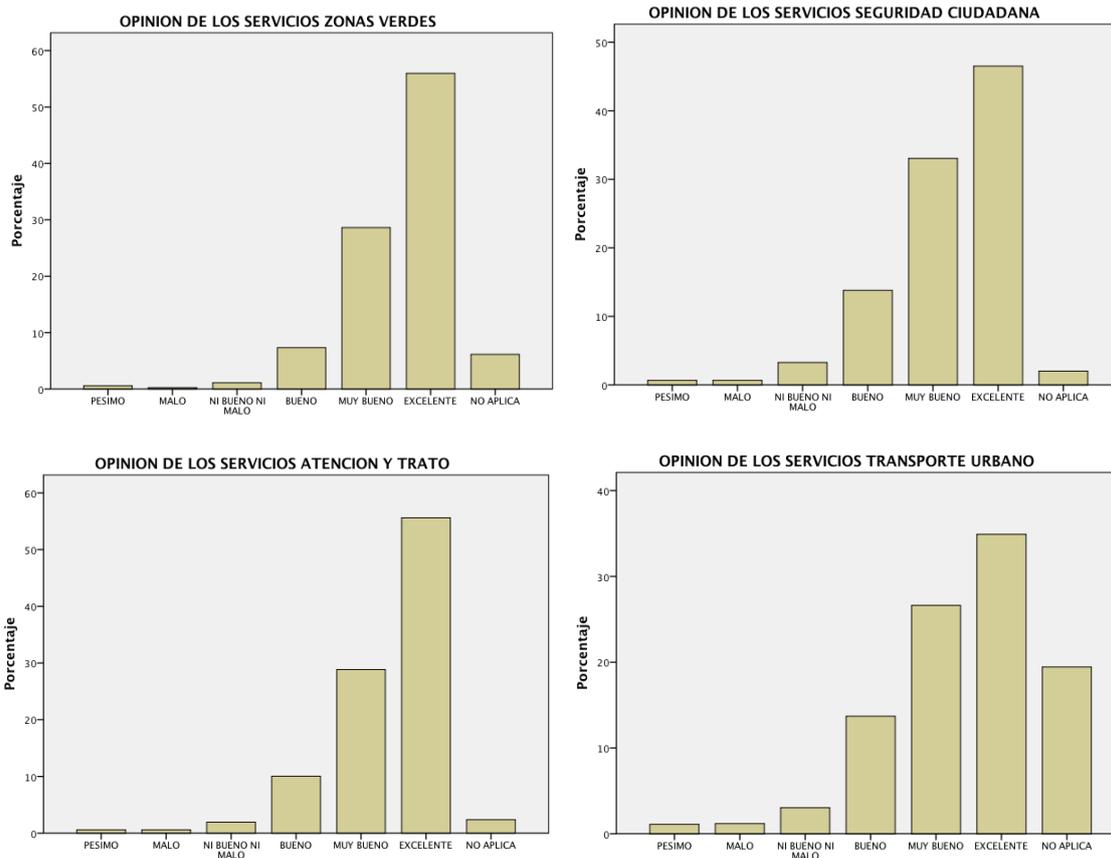
Los resultados revelan que el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes. Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 30.

Gráfico 30

Percepción sobre los servicios generales de la Ciudad de Cuenca por parte del turista nacional



Quizás donde hay una mayor divergencia de opiniones se encuentra en los servicios de ocio y diversión donde la calificación que prima es muy bueno con una alta incidencia de turistas que califican solamente como buena a la oferta en diversiones que ofrece la ciudad.



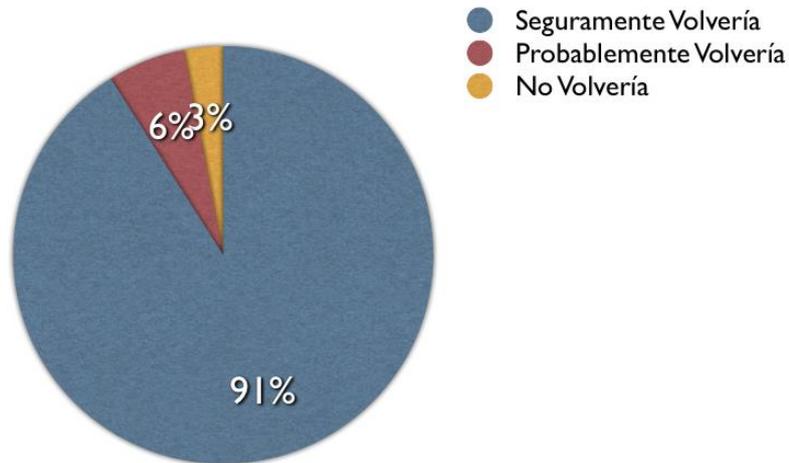
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos.

6.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

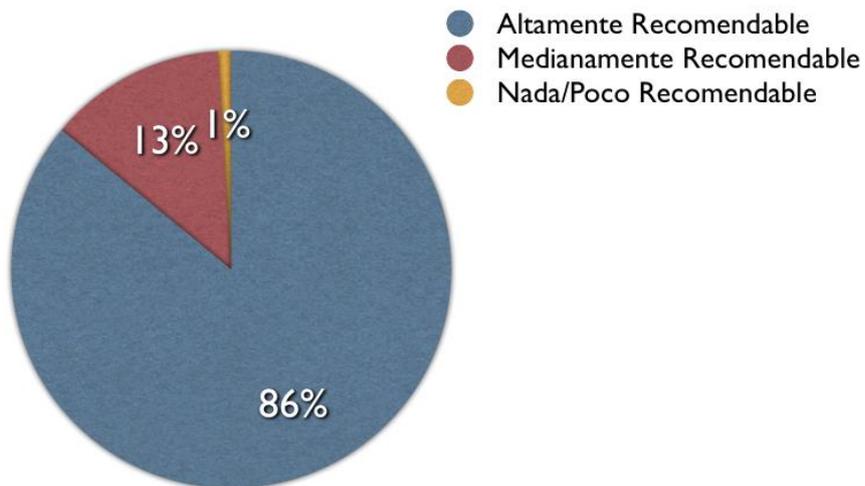
Como se aprecia en los gráficos 31 y 32, cerca del 91% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 6% probablemente regresaría y menos del 3% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 86% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, solo un 13% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es menor al 0.3%. Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

Gráfico 31
Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 32
Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7 La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Otro componente del diagnóstico del turismo en la Ciudad de Cuenca, corresponde al estudio de oferta turística. Cabe indicar que en este estudio se presenta información relevante sobre la tasa de ocupación, tarifas promedio por tipo de establecimiento para los meses de enero, febrero y marzo.

En el diseño metodológico correspondiente al estudio de la oferta turística de Cuenca, se establecieron objetivos que permiten plantear el actual boletín:

- a) Determinar las características fundamentales en cuanto a tamaño, ubicación, número de habitaciones
- b) Estimar la tarifa promedio por habitación estimados de los locales de alojamiento.
- c) Obtener un conjunto de indicadores de oferta turística.

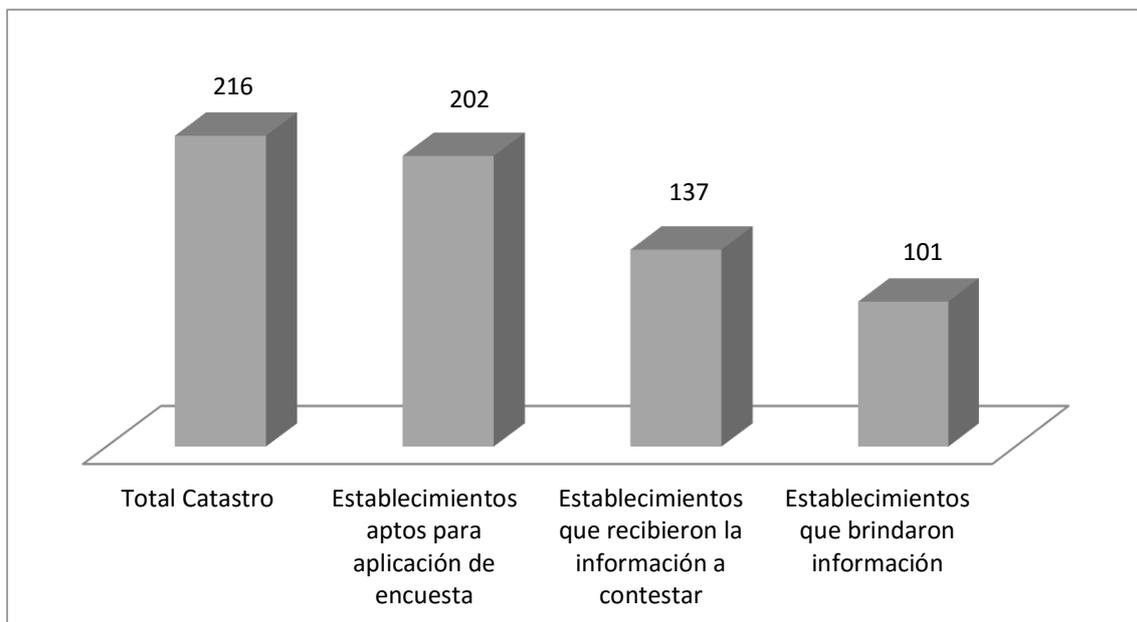
8 Metodología del Estudio

8.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

En esta parte del Estudio se levantó información en los establecimientos de alojamiento de la zona urbana. Se recibió un catastro de parte de la Fundación Turismo para Cuenca que contenía la información de establecimientos turísticos.

En el caso de establecimientos hoteleros se contó con el catastro de locales a visitar, mismo que fue facilitado por la Fundación Turismo para Cuenca. Se tuvo un total de 216 establecimientos dentro de la categoría de hospedaje y alojamiento, de estos 202 cumplían con los requisitos para ser considerados dentro de la muestra poblacional y que fueron visitados por los encuestadores para la aplicación de las encuestas, en 137 locales recibieron las encuestas de oferta y demanda, de estos 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

Total Catastro	216
Establecimientos aptos para aplicación de encuesta	202
Establecimientos que recibieron la información a contestar	137
Establecimientos que brindaron información	101



Fuente encuesta de enero, febrero y marzo

8.2 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

El relevamiento se realizó a establecimientos turísticos de alojamiento. Dentro de los locales, se consideraron aquellos presentados en el catastro proporcionado por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. De todos los locales visitados 101 respondieron la encuesta que corresponden al 50% de locales aptos para contestar la encuesta.

La ficha de levantamiento de la encuesta se realizó en concordancia con la encuesta que periódicamente levanta por parte del Ministerio de Turismo. En efecto la construcción de la tasa de ocupación se realizó con la metodología del Ministerio. La información referente a la encuesta de oferta se llenó con la revisión en campo del encargado de registrar la encuesta por parte de la Universidad de Cuenca y el encargado del hotel de los registros de ingresos y salidas de los turistas.

9 Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca

El siguiente texto analiza las características de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Cuenca. Se considera pertinente presentar este informe en los términos definidos por el Ministerio de Turismo; esto es por categorías. Otra especificidad del análisis es que se realiza para tres meses por lo que la información también está separada de esa forma.

9.1 Principales indicadores de oferta turística

En lo que se refiere al análisis de las características de los establecimientos hoteleros se plantean los principales indicadores de ocupación por mes. Se presenta una tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel, dentro de cada tabla se analiza la información para los tres meses investigados en el relevamiento.

9.1.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En el cuadro 17 se registra los indicadores para el total de los establecimientos hoteleros.

Cuadro 17
Categoría del establecimiento: Total

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	Promedio Trimestre
INDICADORES	Media	Media	Media	
Porcentaje de nacionales hospedados	65,3%	69,3%	70,1%	68,2%
Porcentaje de extranjeros Hospedados	34,7%	30,7%	29,9%	31,8%
Tasa de ocupación	43,2%	44,6%	43,0%	43,6%
Tarifa promedio habitación general	35,0	35,4	34,2	34,89

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 65% y 70% siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje. En marzo se incrementa en algo la proporción de extranjeros debido a que en ese mes es usual que aumente el número de nacionales.

El porcentaje de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 43.2 en enero, teniendo un pequeño repunte en febrero con un 44.6% y volviendo a bajar en marzo a un 43%. Esto puede explicar la variación de las tarifas entre los meses de enero y febrero que podría ser la disminución **de demanda lo que baja el precio**. La ocupación hotelera de todos los establecimientos estudiados está alrededor del 43 y 44 por ciento.

La tarifa promedio de una habitación general se encuentra entre los \$3 y \$35 en total.

Estos datos varían cuando vamos analizando por categoría a los establecimientos.

9.2 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Lujo o Cinco Estrellas

Cuadro 18
Categoría del establecimiento: Cinco estrellas/Lujo

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	Promedio Trimestre
INDICADORES	Media	Media	Media	
Porcentaje de nacionales hospedados	26,9%	50,7%	59,3%	45,6%
Porcentaje de extranjeros Hospedados	73,1%	49,3%	40,7%	54,4%
Tasa de ocupación	59,2%	69,7%	67,6%	65,5%
Tarifa promedio habitación general	\$ 85,07	\$ 88,98	\$ 87,15	\$ 87,06

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cinco Estrellas o de Lujo el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 73.1% en enero y 40% en marzo. De todas formas como se puede observar en este tipo de establecimientos el porcentaje de extranjeros es mayor cosa que se entiende por ser establecimientos de lujo o cinco estrellas.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 59.2 en enero, teniendo un repunte en febrero con un 69.7% y bajando ligeramente en marzo a un 67.6%. Como se puede observar los hoteleros de lujo tienen tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos.

Por último La tarifa promedio de una habitación en general se encuentra entre los \$85 y \$89 en total.

9.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrella/primer

Cuadro 19

Categoría del establecimiento: Cuatro estrellas/Primera

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	Promedio Trimestre
INDICADORES	Media	Media	Media	
Porcentaje de nacionales hospedados	64,86%	65,33%	62,55%	64,2%
Porcentaje de extranjeros Hospedados	35,14%	34,67%	37,45%	35,8%
Tasa de ocupación	42,98%	42,63%	43,18%	42,9%
Tarifa promedio habitación general	\$ 50,77	\$ 52,81	\$ 51,11	\$ 51,56

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En los establecimientos de cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 65% en febrero y 62% en marzo.

El porcentaje de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 43% en enero, teniendo un repunte en febrero a un 42.63% y bajando ligeramente en marzo a 43.18%. Como se puede observar los establecimientos de primera tienen una tasa de ocupación hotelera alrededor del promedio del total de establecimientos.

Por último La tarifa promedio de una habitación en general es un poco más baja que los establecimientos de lujo ubicándose entre los \$50.77 y \$51.11 en promedio.

9.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres estrellas/Segunda

Cuadro 20

Categoría del establecimiento: Tres estrellas/Segunda

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	Promedio Trimestre
INDICADORES	Media	Media	Media	
Porcentaje de nacionales hospedados	83,19%	79,02%	80,21%	80,81%
Porcentaje de extranjeros Hospedados	16,81%	20,98%	19,79%	19,19%
Tasa de ocupación	42,42%	42,20%	37,88%	40,84%
Tarifa promedio habitación general	\$30,75	\$30,10	\$29,07	\$ 29,98

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En los establecimientos de tres estrellas o de segunda categoría el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 83% y 79% siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje.

La tasa de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 42.42% en enero, teniendo una disminución en febrero a un 42.2% y bajando en marzo a 37.88%.

La tarifa promedio de una habitación en general de los tres meses es de 30 dólares.

9.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

Cuadro 21

Categoría del establecimiento: Dos estrella/Tercera

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	Promedio Trimestre
INDICADORES	Media	Media	Media	
Porcentaje de nacionales hospedados	87,42%	84,68%	87,71%	86,60%
Porcentaje de extranjeros Hospedados	12,58%	15,32%	12,29%	13,40%
Tasa de ocupación	42,52%	49,54%	45,04%	45,70%
Tarifa promedio habitación general	\$12,21	\$12,89	\$11,95	\$ 12,35

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en estos establecimientos es mucho mayor que los anteriores el promedio de los tres meses es de 86.6%.

La tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue en el promedio de los tres meses de 45.7% con el pico de ocupación en 49.54% en febrero.

Por último La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que el resto de tipos de establecimientos y se encuentra en 12.35 dólares en el promedio de los tres meses.

9.6 Tarifa RevPar

La tarifa RevPar se refiere la renta que se obtiene por habitación disponible y significa Revenue Per Available Room (Renta Por Habitación Disponible). Como se observa en la tabla siguiente la Rev Par promedio del total de establecimientos varía entre 15.83 dólares. Sin embargo como se indica en el gráfico existe una marcada diferencia entre la renta por habitación disponible de un establecimiento de lujo que una de tercera.

Cuadro 22

Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

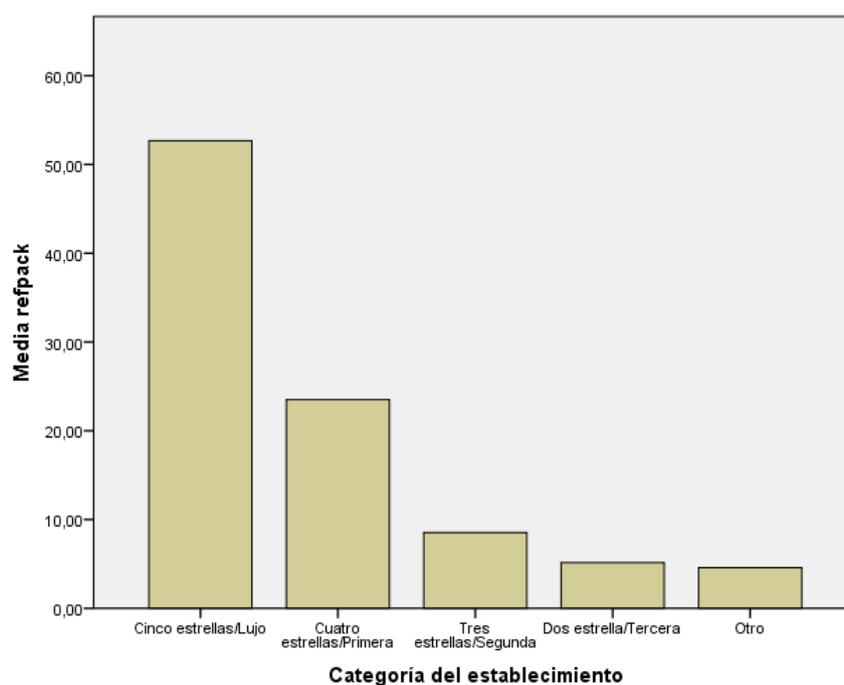
Promedio por tipo de establecimientos

Enero-Marzo

	Enero	Febrero	Marzo	Promedio
Total de establecimientos	13,63	21,75	12,12	15,83
5 estrellas/Lujo	48,57	55,40	54,05	52,67
4 estrellas/Primera	25,76	24,06	20,70	23,51
3 estrellas/Segunda	6,19	12,23	7,07	8,50
2 estrellas/Tercera	5,09	5,72	4,65	5,15

En el siguiente gráfico se muestra la fluctuación que existe entre las RevPar de los establecimientos de lujo y como baja escalonadamente, según el establecimiento es de una menor categoría.

Gráfico 31
RevPar en el Mes
(Promedio de los establecimientos de alojamiento)
Enero-Marzo 2016



10 Bibliografía

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.

World Tourism Organization. (2015). *UNWTO Annual Report 2015*. Madrid: UNWTO.