

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA

BOLETÍN TRES
Julio-Septiembre 2017

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Octubre 2017



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda

Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

CONTENIDO

1.	Presentación	7
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	8
3.	Metodología del Estudio	8
3.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	8
3.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	9
3.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	9
4.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	11
4.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	11
4.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	11
4.1.2	Procedencia del Turista	12
4.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	14
4.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	16
4.2	Motivación del Turista.....	17
4.2.1	Motivación.....	17
4.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	17
4.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	18
4.3	Organización del Viaje.....	20
4.3.1	Con quien viaja el Turista	20
4.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	21
4.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	22
4.4.1	Elección del Alojamiento	22
4.4.2	Duración de La Estancia	22
4.4.3	El costo de la Estancia	24
4.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	26
4.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos	26
4.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	26
4.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	28
4.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita.....	28
5.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	30
5.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	30

5.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	30
5.1.2	Procedencia del Turista	31
5.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	32
5.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	34
5.2	Motivación del Turista.....	35
5.2.1	Motivación.....	35
5.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	36
5.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	37
5.3	Organización del Viaje.....	39
5.3.1	Con quien viaja el Turista	39
5.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	40
5.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	41
5.4.1	Elección del Alojamiento	41
5.4.2	Duración de La Estancia	41
5.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	43
5.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional.....	43
5.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca	45
5.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	45
5.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad.....	45
5.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino.....	47
6.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	49
6.1	Edad, Género y Procedencia	49
6.2	Estado Civil y Ocupación de Turista	52
6.3	Organización del Viaje y Motivación	53
6.4	Medios de Información Utilizados	55
6.5	Duración de la Estancia	56
6.6	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	56
6.7	Medio de transporte utilizado	57
7.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	58
8.	Metodología del Estudio	58
8.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	58

8.2	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	59
8.3	Principales indicadores de oferta turística.....	59
8.3.1	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	59
8.3.2	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	62
8.3.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas.....	65
8.3.4	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	67
8.3.5	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	70
8.3.6	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales	72
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	72
	<i>Hostales dos estrellas</i>	75
	<i>Hostales una estrella</i>	77
8.3.7	Tarifa RevPar	79
9.	Bibliografía	82
10.	Anexos	83

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1:	Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	11
Ilustración 2:	Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca.....	12
Ilustración 3:	Procedencia del turista por región del que proviene.....	12
Ilustración 4:	Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	13
Ilustración 5:	Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	14
Ilustración 6:	Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	15
Ilustración 7:	Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	15
Ilustración 8:	Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	17
Ilustración 9:	Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	18
Ilustración 10:	Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	19
Ilustración 11:	Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional.....	19
Ilustración 12:	Con quien viaja el Turista extranjero que viene a la ciudad de Cuenca	20
Ilustración 13:	Número de Personas en el Grupo	20
Ilustración 14:	Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista extranjero	27
Ilustración 15:	Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	29
Ilustración 16:	Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	29
Ilustración 17:	Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	30
Ilustración 18:	Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	31
Ilustración 19:	Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	32
Ilustración 20:	Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	33
Ilustración 21:	Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	33

Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional	34
Ilustración 23: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	36
Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	37
Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	38
Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	38
Ilustración 27: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	39
Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo	39
Ilustración 29: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista Nacional	45
Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	48
Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	48
Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel.....	49
Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones.....	50
Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	50
Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	51
Ilustración 36: Edad del turista en el hotel.....	51
Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	52
Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	52
Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	53
Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	53
Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	54
Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	54
Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista	55
Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	56
Ilustración 45: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel	56
Ilustración 46: Gasto Personal Diario durante la estadía	57
Ilustración 47: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	57
Ilustración 48: Tasa de ocupación categoría: total.....	61
Ilustración 49: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-septiembre 2016 y 2017	61
Ilustración 50: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-septiembre 2016 y 2017.....	62
Ilustración 51: Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas.....	63
Ilustración 52: Tarifa promedio habitación general, categoría: cinco estrellas, enero- septiembre 2016 y 2017	64
Ilustración 53: Tasa de ocupación, categoría: cinco estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	64
Ilustración 54: Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas.....	66
Ilustración 55: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	66
Ilustración 56: Tasa de ocupación, categoría: cuatro estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	67
Ilustración 57: Tasa de ocupación categoría: tres estrellas	68
Ilustración 58: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	69
Ilustración 59: Tasa de ocupación, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017.....	69
Ilustración 60: Tasa de ocupación categoría: dos estrellas.....	71
Ilustración 61: Tarifa promedio habitación general, categoría: dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	71
Ilustración 62: Tasa de ocupación, categoría: dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	72

Ilustración 63: Tasa de Ocupación categoría: Hostal tres estrellas.....	73
Ilustración 64: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017.....	74
Ilustración 65: Tasa de ocupación, categoría: hostel tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	74
Ilustración 66: Tasa de ocupación categoría: Hostales dos estrellas	76
Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017.....	76
Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: hostel dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017	77
Ilustración 69: Tasa de ocupación categoría: Hostal una estrella	78
Ilustración 70: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel una estrella, enero-septiembre 2016 y 2017.....	78
Ilustración 71: Tasa de ocupación, categoría: hostel una estrella, enero-septiembre 2016 y 2017	79
Ilustración 72: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	83
Ilustración 73: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	83

Índice de tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	16
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	21
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	22
Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento	23
Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento	23
Tabla 6: Motivo Principal vs Gasto Turístico por trimestre.....	24
Tabla 7: Gasto Diario por Persona.....	26
Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	34
Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	40
Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	41
Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	42
Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento	43
Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico	44
Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	45
Tabla 15: Datos generales de relevamiento	58
Tabla 16: Indicadores de oferta enero septiembre Categoría Total	60
Tabla 17: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría cinco estrellas	62
Tabla 18: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Cuatro Estrellas.....	65
Tabla 19: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría: tres estrellas	67
Tabla 20: Indicadores de oferta enero- septiembre: Categoría: dos estrellas.....	70
Tabla 21: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Tres Estrellas	72
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Dos Estrellas.....	75
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Una Estrella	77
Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	79
Tabla 25: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	81

1. Presentación

Continuando con el diagnóstico del quehacer turístico en la ciudad de Cuenca, el Grupo de Investigación en Economía Regional presenta el tercer boletín de estadísticas de Oferta y demanda Turísticas del Cantón Cuenca. Este se caracteriza por el reporte de hallazgos relevantes con respecto a los trimestres previos ya reportados en los Boletines Uno y Dos respectivamente en conjunto con los resultados obtenidos en el tercer trimestre julio-septiembre del año 2017.

Entre los hallazgos más notorios se encuentran, por el lado de la demanda, el hecho de que, entre turistas extranjeros existe un ligero deterioro en los indicadores perceptivos en esta etapa del año, a excepción de la percepción sobre servicios de transporte que en el tercer trimestre hay una mejoría en la percepción. En el caso de turistas nacionales, se aprecia una mejora en la percepción de los servicios que otorga la ciudad de Cuenca, especialmente los servicios de información, señalización y seguridad ciudadana. Además, hay un leve incremento del flujo de turistas extranjeros que viene por motivos recreativos, mientras que en el caso de turistas nacionales en este periodo vienen a la ciudad motivados por visitar a familiares o amigos a diferencia del trimestre anterior que arribaron por motivos de negocios, a la par se destaca el incremento de turistas nacionales que vienen por motivos recreativos. Esto es congruente con el periodo vacacional en esta época del año.

Asimismo, se puede notar un aumento en el gasto turístico por parte del turista extranjero y nacional llegando a niveles similares a los encontrados en el primer trimestre, lo cual puede explicarse tanto por factores coyunturales como estacionales.

Por otra parte, en el tercer trimestre hay un cambio en los medios de viaje utilizados por los turistas en hoteles, dando una mayor importancia al turista que viene en autobús, a diferencia del periodo anterior en donde una gran proporción de turistas arriban a la ciudad por avión.

Por el lado de la oferta turística se observa una recuperación en las tarifas promedio de una habitación general, a la par de la disminución en las tasas de ocupación de hoteles categoría cinco estrellas, con respecto a hoteles categoría cuatro y tres estrellas, y hostales tres y una estrella se visualiza un mejoramiento tanto en las tarifas de habitación general como en las tasas de ocupación. En cuanto a los establecimientos con categoría hoteles dos estrellas, en esta parte del año presentan menores tarifas de una habitación general así como de las tasas de ocupación. Mientras que los hostales categoría dos estrellas presentan una fuerte caída en las tarifas promedio de una habitación general lo que a su vez está ligado a aumentos en las tasas de ocupación. Finalmente, también ha variaciones en la tarifa RevPar, que presenta aumentos para hoteles de lujo cinco estrellas y hostales dos estrellas, no así el resto de establecimientos que en algunos casos se mantiene, en otros casos disminuye con respecto a los resultados obtenidos en el trimestre anterior.

2. 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.

3. 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. Dicha encuesta fue sometida a un riguroso proceso de depuración previamente a su aplicación definitiva.

3.1 ¿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 a la 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.

3.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?

Las encuestas, al igual que en la primera parte del estudio, 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.

3.3 ¿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 en forma personal a los turistas al momento de realizar el Checkout, en base a un muestreo combinado en dos etapas, en la primera etapa se utilizó una muestra estratificada con afijación proporcional, y después en la segunda etapa se utilizó un muestreo por conglomerados unietápico, donde cada unidad muestral corresponde a un hotel dentro de cada estrato.

¹ Para un mayor detalle del tamaño de la muestra revisar el cuadro de origen de los datos en el Anexo 1.

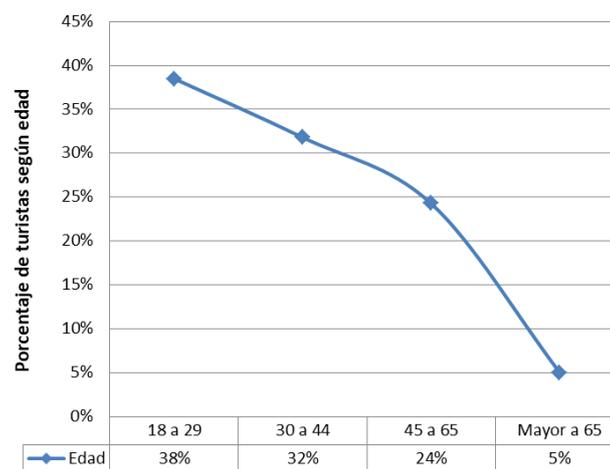
4. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

4.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

4.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Al igual que en los boletines anteriores, una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 1, a diferencia de los resultados encontrados en boletines anteriores, en este tercer trimestre hay una mayor concentración de visitantes con edad entre 18 a 29 años (38%), luego se encuentran quienes tienen edad entre 30 y 44 años (32%). Así como una menor presencia de visitantes entre 45 y 65 años (24%) y una presencia menor de turistas considerados adultos mayores (5%). Esto lo sigue caracterizando como un adulto contemporáneo. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 37 años, una mediana de 33 años y una moda de 27 años.

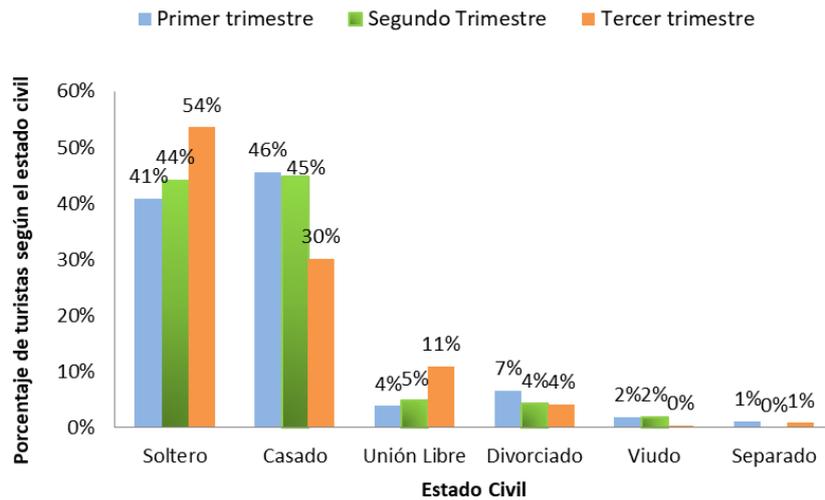
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 2, existe un aumento de visitantes extranjeros solteros (54%) y una disminución de turistas con estado civil casados (30%) con respecto a trimestres anteriores. Así también, en el tercer trimestre hay una mayor incidencia de visitantes en unión libre (11%).

Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca



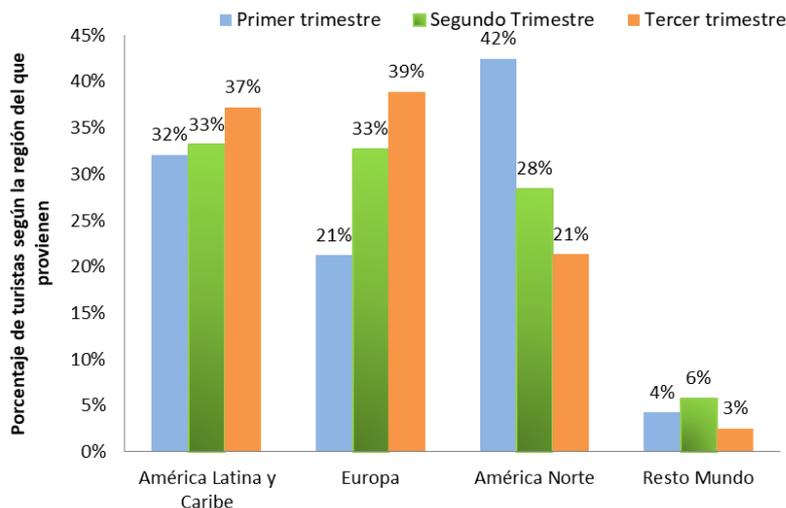
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, aunque hubo equidad en el segundo trimestre, la tercera encuesta arrojó aleatoriamente una proporción de 54% de varones versus un 46% de mujeres, lo cual no está lejos de la división encontrada en el primer trimestre.

4.1.2 Procedencia del Turista

En esta parte del año, la ciudad de Cuenca continúa recibiendo turistas de todo el mundo. En el tercer trimestre del año 2017, hay una mayor presencia de europeos (39%), en comparación con los trimestres anteriores, y una disminución de Norteamericanos (21%). Los turistas provenientes de América Latina y el Caribe muestran también una mayor incidencia en este parte del año (37%). (Ver ilustración 3)

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene

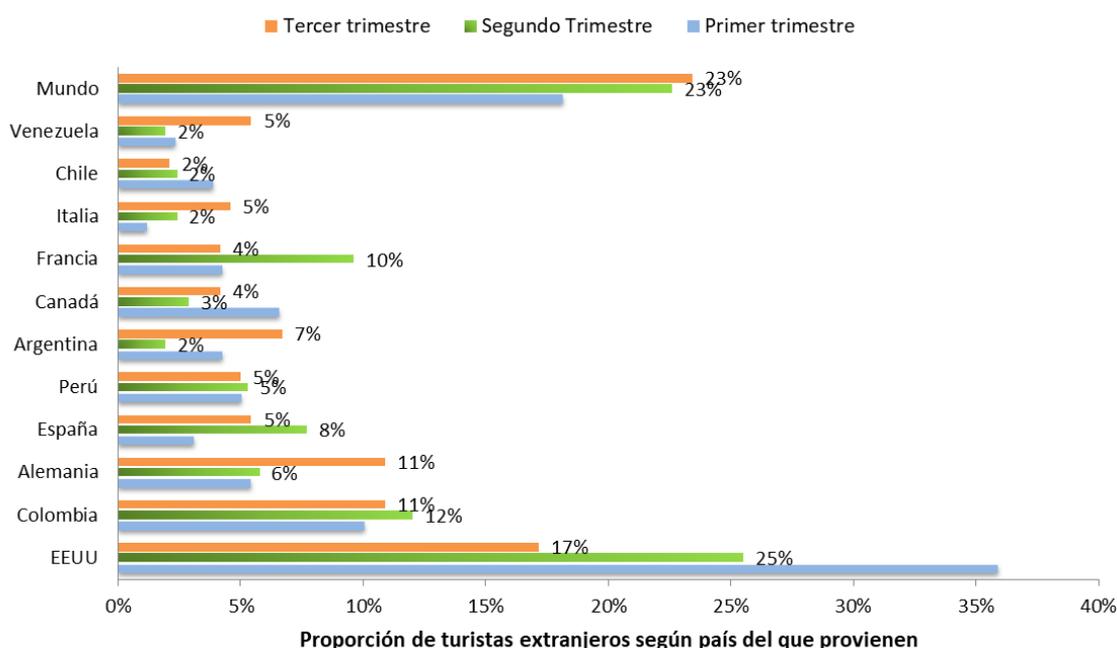


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Aún la ciudad de Cuenca continúa recibiendo turistas de todo el mundo. Sin embargo, todavía es posible identificar algunas nacionalidades predominantes. Once nacionalidades extranjeras representan alrededor del 77% de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca, entre ellas se encuentra: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia e Italia de la región Europea; y Estados Unidos y Canadá de la región de Norte América.

Como se puede apreciar en el gráfico 4, la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses pero con menor incidencia que los trimestres anteriores (17%), luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas colombianos (11%). Asimismo, en el tercer trimestre, hay un aumento de visitantes alemanes (11%), argentinos (7%), venezolanos (5%) e italianos (5%) y una disminución de franceses (4%). La prevalencia de españoles y peruanos es 5%. Aunque en el gráfico, la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (23%), las procedencias siguen tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

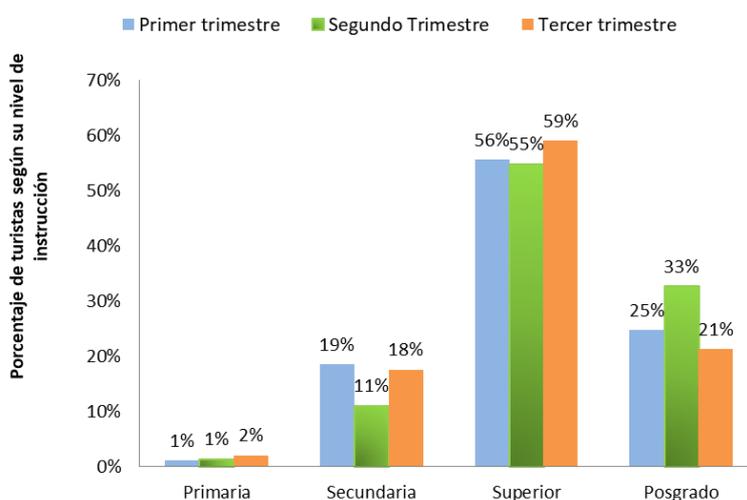
Ahora bien, una vez hechos los comparativos, algunos comportamientos salen a la luz. En primer lugar existe una disminución de 8% de visitantes de los Estados Unidos, así como disminuciones menores en el flujo de franceses y españoles. A su vez, se nota un incremento de los flujos procedentes de países Europeos entre los cuales se encuentran Italia y Alemania con incrementos de 3% y 5% respectivamente, y de países latinoamericanos como Argentina y Venezuela con aumento de 5% y 3% respectivamente. Holanda México y Suiza Asimismo, El flujo procedente del resto del mundo presenta un pequeño incremento de 22.6% a 23.4% impulsado por un ingreso de turistas especialmente de Holanda, México y Suiza.

En este tercer periodo, hay tendencias que se mantienen con respecto a la ciudad de procedencia, por ejemplo, Bogotá sigue construyéndose en el principal foco de turistas colombianos, Buenos Aires de los turistas Argentinos, y Lima de visitantes peruanos. Mientras que los estadounidenses provienen especialmente de New York, que es una ciudad con altos niveles de concentración poblacional. Además, una importante proporción de españoles provienen de Madrid. Resulta importante señalar que en este trimestre, una gran proporción de turistas venezolanos residen en Ecuador en la ciudad de Quito.

4.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

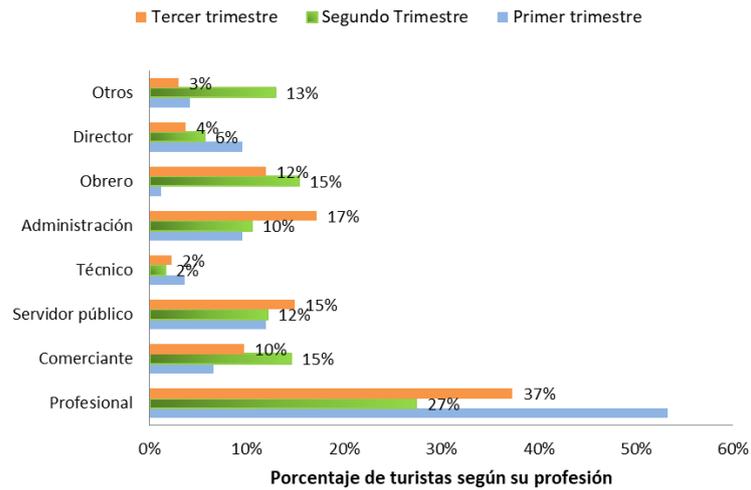
Es importante indicar que el cambio de temporada, en general no implicó un cambio en la tipología del turista. Así con respecto a la educación y situación laboral, como se aprecia en el gráfico 5 revelan que el turista extranjero que visita la Ciudad tiene un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (80%), y labora mayoritariamente como profesional independiente (37%) como se aprecia en el gráfico 6. Sin embargo, existe un incremento de 10% puntos porcentuales en el grupo profesional independiente (de 27% a 37%), un aumento de 7 puntos porcentuales del grupo que trabaja como administradores (de 10% a 17%) y una disminución del 5% de turistas que laboran como comerciantes (ver gráfico 6).

Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

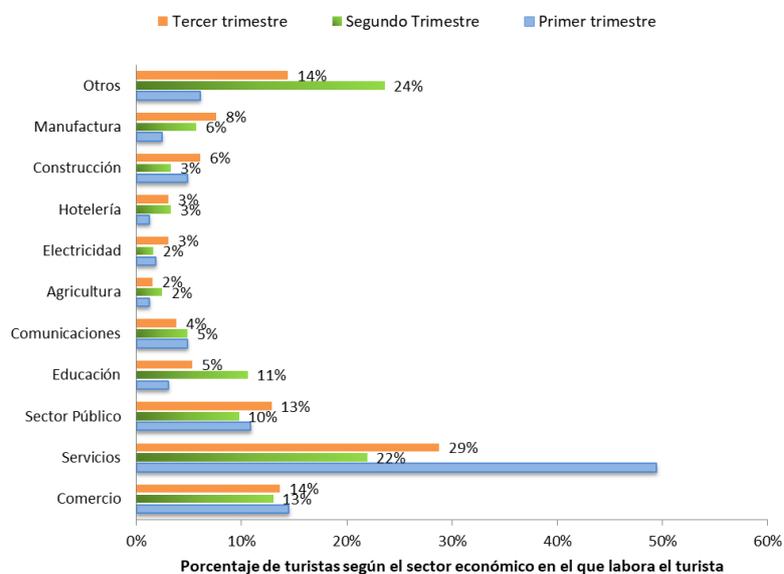
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción de turistas extranjeros que se dedica a actividades del sector servicios profesionales, tiene un aumento claro de 7 puntos porcentuales (22% a 29%). Situación contraria a la de turistas que laboran en el sector educativo en sus respectivos países (de 11% a 5%). De aquellos turistas que laboran otros sectores económicos, en este tercer parcial tiene una disminución clara del 24% al 14%, de los cuales un 32% laboran en el sector salud y el restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual. (Ver gráfico 7)

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

La tabla 1 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista extranjero

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	3	32.8%	3.8%	5.9%	0.4%	2.1%	0.4%	45.4%
Solo padre e hijos	3	15.5%	5.0%	22.3%	0.0%	1.7%	0.0%	44.5%
Padres e hijos y otros familiares	3	5.0%	2.1%	2.1%	0.4%	0.4%	0.0%	10.1%
Total	3	53.4%	10.9%	30.3%	0.8%	4.2%	0.4%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, a diferencia del primer y segundo trimestre, ahora la mayoría de visitantes está conformado por turistas solteros que viven solos (32.8%) o con sus padres (15.5%). Pero un no menos significativo 22.3% forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Los resultados del presente estudio revelan la existencia de dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca

En Resumen

Las nacionalidades que representan la mayoría de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca en este trimestre son: Estados Unidos, Colombia, Alemania y Argentina.

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el tercer trimestre del año 2017, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

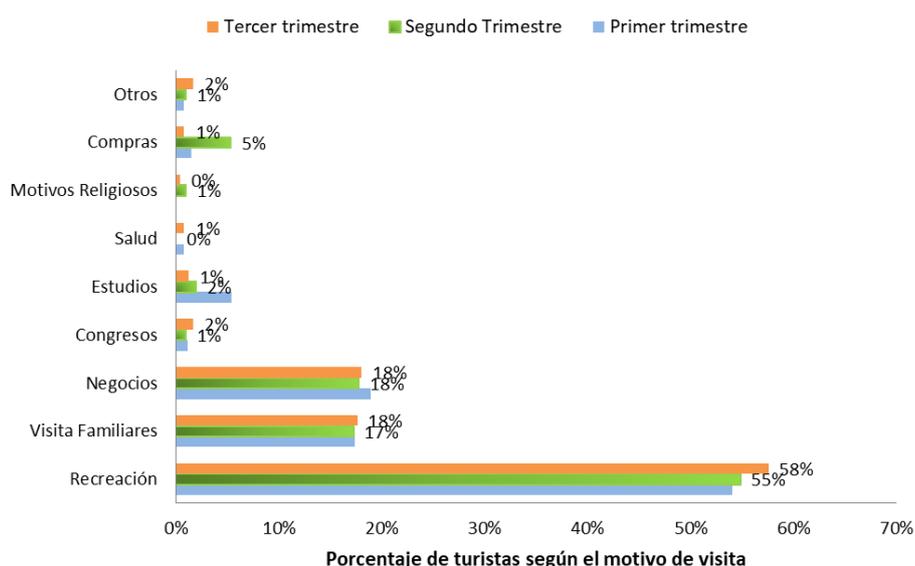
- a) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el campo profesional que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados.
- b) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros,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

4.2 Motivación del Turista

4.2.1 Motivación

En este tercer periodo los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 8, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca sigue siendo la recreación (58%), aunque con un relativo incremento de 3 puntos porcentuales; seguida muy de lejos por otras actividades tales como negocios (18%) o visitas a familiares (18%), resultados que son muy similares a trimestres anteriores dando mayor robustez al estudio. Es importante acotar que hubo un decremento de quienes vienen por compras (de 5% a 1%).

Ilustración 8: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca

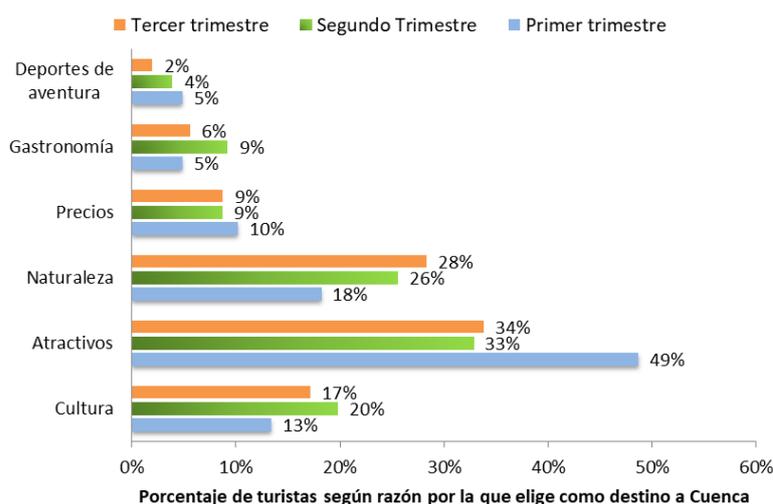


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En este tercer periodo los turistas extranjeros siguen eligiendo a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos (34%) como los monumentos característicos de la ciudad. El turismo que vino a la ciudad por paisajes naturales es del 28%, por cultura 17%, turistas que vinieron por precios se mantiene en 9%. Por último, la incidencia de turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es de 6% y 2% respectivamente. Se observa que no hay variaciones fuertes entre el segundo y tercer periodo.

Ilustración 9: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que la mayor fracción de turistas que son visitantes por primera vez es de 60% en el tercer trimestre (disminución de 5% respecto al trimestre anterior), mientras que existe una tasa de retorno del 40%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

4.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

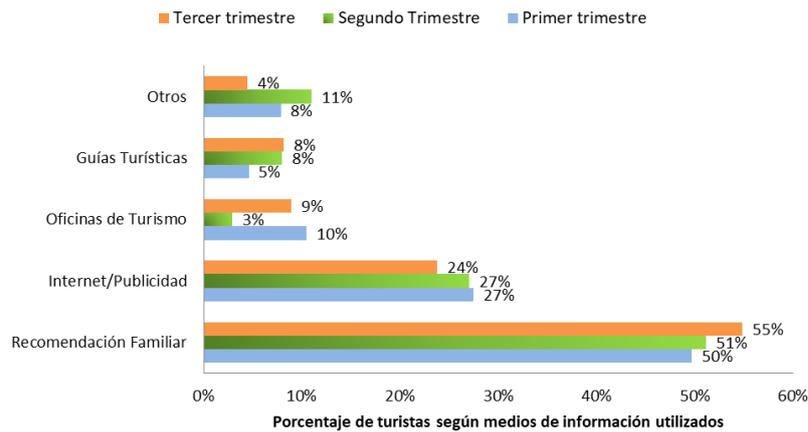
Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, según el gráfico 10 los resultados revelan que el turista extranjero recibe, en concordancia con el resultado del primer y segundo trimestre, mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (55%) y por medio de internet o publicidad (24%). Es importante notar el incremento en la incidencia de oficinas de turismo (9%) para informarse sobre la ciudad, mientras que aquellos turistas que utilizan guías turísticas es del 8%.

Por otra parte, de aquellos turistas que indican la utilización de otros medios de información (4%), la mayoría se sigue informando sobre la ciudad en su lugar de trabajo (67%), y el resto utiliza medios como recomendación de otros turistas (33%) (Ver anexo 2 gráfico 56).

Así mismo, en el gráfico 11 es importante notar el repunte de uso de Lonely planet como medio de internet para informarse de la ciudad (del 13% en el segundo al 25% en el tercer trimestre). El buscador Google sigue siendo utilizado como medio por el 23% de visitantes extranjeros. Hay una fuerte disminución de turistas que utilizan medios como Tripadvisor (del 16% al 9%) y páginas turísticas (del 15% al 8%). Aún la Revista International Living no fue citada como fuente de información relevante de la ciudad (apenas el 2%), mientras que en este periodo hay un 9% de turistas que utilizaron como medios de información las redes sociales.

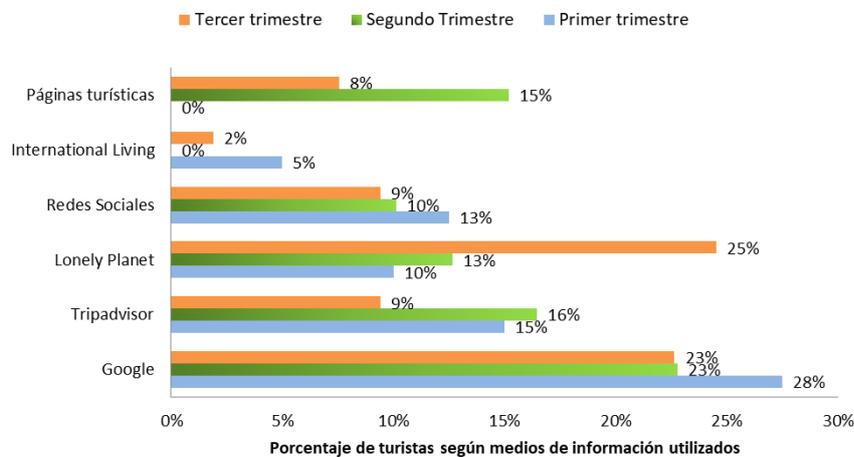
Estos resultados se presentan en los Gráficos 10 y Gráficos 11.

Ilustración 10: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 11: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Importante

Las recomendaciones familiares, el internet y la publicidad son los medios más utilizados por el turista extranjero para informarse sobre el destino turístico Cuenca.

Principales hallazgos con respecto a la motivación del turista extranjero

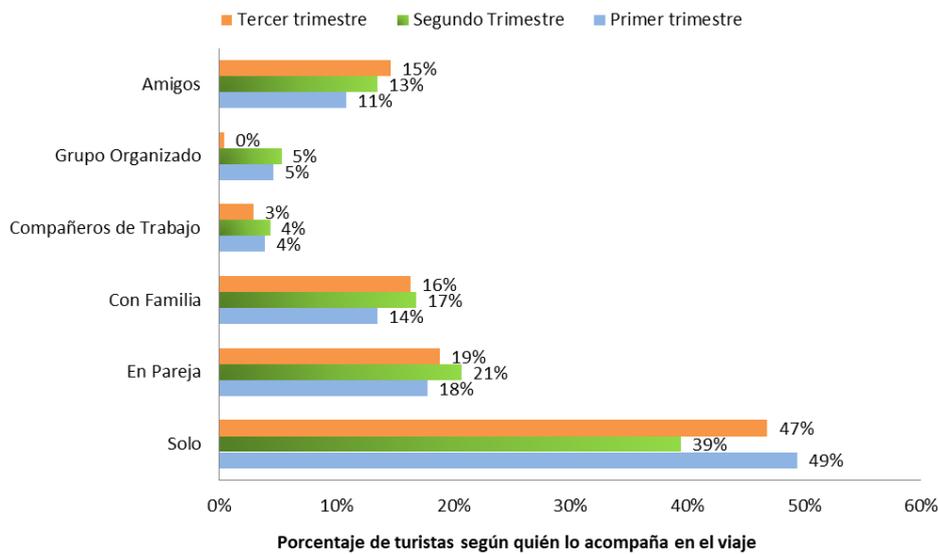
- El motivo principal de los turistas extranjeros para visitar Cuenca sigue siendo por recreación, negocios y visita familiar.
- Los turistas extranjeros que vinieron por recreación indicaron que la razón principal para la elección de la ciudad de Cuenca como destino turístico se debe principalmente a los atractivos, a la naturaleza, y a la cultura característicos de la ciudad de Cuenca.

4.3 Organización del Viaje

4.3.1 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, aunque mayor incidencia que en el segundo trimestre vienen solos (39% a 47%) o en parejas (disminución de 21% al 19%). Además, se evidencia un 16% y 15% de turistas que vienen acompañados de su familia, y de visitantes acompañados por sus amigos respectivamente. En este trimestre no hay incidencia relevante de visitantes que vienen en grupos organizados. Ver Gráfico 12.

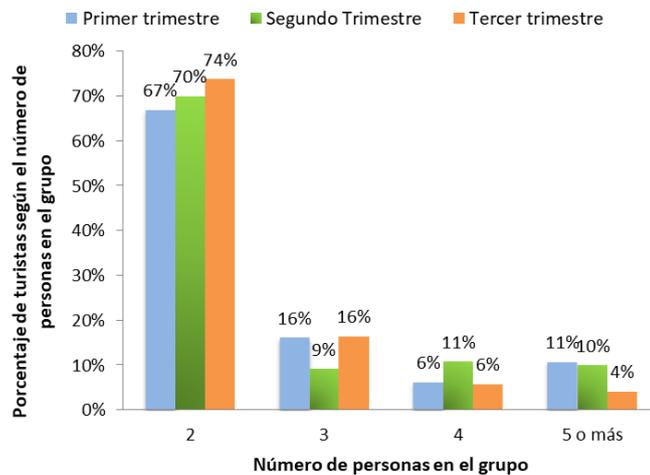
Ilustración 12: Con quien viaja el Turista extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 13: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además en el gráfico 13 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección sigue siendo hacerlo en pareja (con aumento de 70% a 74%) o 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, ahora lo hace por motivos recreativos en viaje personal (21%), en viaje con su pareja (16%) y una fracción menor pero no menos importante lo hace con sus amigos (13,4%) y en familia (6,3%). Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales pueden ver al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje personal en los meses vacacionales, lo cual no se observaba en la primera parte del estudio. En el resto del cuadro los resultados se presentan estables en el tiempo. (Ver tabla 2)

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ 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	3	21.0%		6.3%	16.0%	13.4%	0.8%	57.6%
	Visita a familiares o amigos	3	9.7%		6.7%	0.8%	0.4%	0.0%	17.6%
	Negocios, actividades	3	12.6%		2.9%		0.4%	2.1%	18.1%
	Congresos, conferencias	3	1.3%			0.4%		0.0%	1.7%
	Estudios, investigación	3	0.8%	0.4%					1.3%
	Tratamiento de salud	3	0.4%		0.4%				0.8%
	Motivos religiosos	3	0.4%						0.4%
	Compras o servicios personales	3	0.4%			0.4%			0.8%
	Otros	3	0.4%			0.8%	0.4%	0.0%	1.7%
Total	3	47.1%	0.4%	16.4%	18.5%	14.7%	2.9%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.3.2 Forma de Organización del Viaje

Al igual que en el primer y segundo trimestre, los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros siguen organizando su viaje en forma independiente y por cuenta propia (93%).

4.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

4.4.1 Elección del Alojamiento

La tabla 3 revela que de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría sigue prefiriendo el establecimiento hotelero tradicional (70,1%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios (76.7%), ahora también quienes visitan la ciudad por congresos, estudios y motivos religiosos, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito. Especial atención, son turistas que arriban por motivos de compras y tratamiento de salud, que prefieren reservar una habitación o casa particular por medio de la web (Casa Airbnb) (50%).

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	70.1%	3.6%	16.8%	5.1%	0.7%	3.6%	100.0%
	Visita a familiares o	3	16.7%	7.1%	69.0%	7.1%			100.0%
	Negocios, actividades	3	76.7%	7.0%	14.0%			2.3%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	75.0%	25.0%					100.0%
	Estudios, investigación	3	100.0%						100.0%
	Tratamiento de salud	3			50.0%	50.0%			100.0%
	Motivos religiosos	3	100.0%						100.0%
	Compras o servicios personales	3	50.0%			50.0%			100.0%
	Otros	3	75.0%		25.0%				100.0%
Total	3	61.8%	5.0%	25.2%	5.0%	0.4%	2.5%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, depende y está ligada al motivo principal por el que vienen los turistas. En este sentido, no es posible comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales².

² Es importante acotar que debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida 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 o la mediana.

Por lo expuesto con anterioridad, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La tabla 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad al igual que el trimestre anterior, aquel que visita a familiares o amigos tiene estancias hasta una semana, un visitante por negocios hasta 3 días, un turista que viene por motivo de congresos o conferencia tiende a permanecer alrededor de 9 días.

Resulta importante notar que aquellos visitantes que vienen por estudios en esta parte del año lo hacen en estancias cortas de hasta 3 días, lo que es congruente con el periodo vacacional en esta parte del año. En este periodo hay visitantes que arriban por motivos de salud con estancias largas de hasta 12 días, mientras que aquellos que arriban por motivos religiosos o compras o servicios personales tienen estancias cortas de 1 y 2 días respectivamente.

Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	3	3
	Visita a familiares o amigos	5	5	7
	Negocios, actividades	3	3	3
	Congresos, conferencias	7	8	9
	Estudios, investigación	6	12	3
	Tratamiento de salud	2	n/d	12
	Motivos religiosos	n/d	2	1
	Compras o servicios personales	5	5	2
	Otros	6	8	5

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo al tipo de alojamiento utilizado por los turistas, en la tabla 5, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen estancias cortas de hasta 3 días, al igual que en trimestres anteriores. Un cambio que llama la atención, es el incremento de duración de estancia de aquellos turistas que se alojan en apartamentos de 18 a 27 días en el tercer trimestre. Turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de hasta 7 días, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (casa airbnb) tienen estancias de hasta 3 días de alojamiento, y en este periodo hubo quienes no pernoctaron en la ciudad con estancias cortas de hasta 1 día.

Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3	3	3
	APARTAMENTO	25	18	27
	FAMILIA, AMIGOS	8	6	7
	CASA AIR BNB	7	3	3
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD		2	1
	OTROS	18	3	4

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.4.3 El costo de la Estancia

Los costos de la Estancia siguen siendo determinados 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.

Con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 6, los gastos promedios siguen una 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, a diferencia del segundo trimestre, se encuentran en primer lugar aquellas personas que vienen por salud, y en segundo lugar quienes vienen de visita a familiares o amigos, lo que es congruente con el tiempo de estancia de estos grupos. Los turistas con estancias cortas, pero con gastos también altos son aquellas que vienen por negocios, y motivos religiosos. En el grupo de aquellos turistas que vienen por visitas familiares o amigos se puede apreciar que, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

También se puede notar, que aquellos que vienen por estudios en este trimestre derogan un monto menor con respecto al trimestre anterior, lo que es congruente con el periodo vacacional en esta parte del año.

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

Turista Extranjero		Trimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado de la mediana del cuadro 4)					
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	2	\$31.67	\$30.42	\$65.84	\$4.63	\$6.82	\$139.38
		3	\$33.00	\$50.99	\$68.86	\$1.52	\$5.29	\$159.66
	Visita a familiares o amigos	2	\$16.62	\$91.46	\$177.39	\$1.28	\$30.50	\$317.25
		3	\$22.75	\$110.43	\$430.36	\$3.35	\$8.69	\$575.58
	Negocios, actividades profesionales	2	\$66.96	\$55.42	\$127.45	\$0.27	\$6.15	\$256.25
		3	\$98.75	\$74.33	\$139.03	\$0.00	\$5.57	\$317.69
	Congresos, Conferencias	2	\$0.00	\$102.35	\$665.29	\$0.00	\$102.35	\$870.00
		3	\$119.72	\$68.18	\$22.63	\$5.45	\$8.18	\$224.17
	Estudios, Investigación	2	\$107.20	\$51.22	\$201.93	\$7.92	\$52.81	\$421.08
		3	\$34.53	\$19.18	\$34.14	\$1.15	\$0.00	\$89.00
	Tratamiento de salud	2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
		3	\$237.56	\$205.45	\$686.99	\$0.00	\$0.00	\$1,130.00
	Motivos Religiosos	2	\$0.00	\$0.00	\$340.00	\$0.00	\$0.00	\$340.00
		3	\$200.00	\$30.00	\$4.00	\$0.00	\$0.00	\$234.00
	Compras o Servicios Profesionales	2	\$56.34	\$24.29	\$232.02	\$4.27	\$16.42	\$333.33
		3	\$0.00	\$30.00	\$30.00	\$0.00	\$0.00	\$60.00
	Otros	2	\$26.67	\$16.67	\$120.00	\$3.33	\$0.00	\$166.67
		3	\$38.35	\$97.28	\$100.05	\$0.00	\$10.19	\$245.88
PROMEDIO GLOBAL		2	\$36.13	\$45.73	\$115.15	\$3.36	\$13.32	\$213.68
		3	\$46.21	\$66.58	\$142.99	\$1.58	\$5.90	\$263.25

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vienen por recreación derogan un monto inferior al promedio pero mayor que en el trimestre anterior, y tiene gastos en diversiones inferiores a promedio general, aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otros motivos.

Es interesante notar que, en este trimestre los grupos que vienen a dictar congresos o conferencias, aquellos que arriban con el fin de visitar familiares y por motivos de negocios son los que más hacen uso de los servicios de diversión y los espacios culturales que ofrece la ciudad. Los grupos de turistas que más derogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por dictar congresos o conferencias, tratamiento de salud y motivos religiosos, lo que es congruente con el tipo de alojamiento que utilizan.

Asimismo, se puede apreciar que en promedio los visitantes derogan altos rubros en transporte principalmente de quienes vienen por visitas a familiares o amigos, por negocios y tratamientos de salud.

Tabla 7: Gasto Diario por Persona

		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$65.88	\$46.46	\$53.22
	Visita a familiares o amigos	\$38.00	\$63.45	\$82.23
	Negocios, actividades profesionales	\$114.28	\$102.50	\$127.07
	Congresos, conferencias	\$55.36	\$108.75	\$26.37
	Estudios, investigación	\$64.83	\$36.62	\$29.67
	Tratamiento de salud	\$60.00	\$0.00	\$94.17
	Motivos religiosos	\$0.00	\$170.00	\$234.00
	Compras o servicios personales	\$9.33	\$66.67	\$30.00
	Otros	\$35.70	\$83.33	\$54.64
	GLOBAL	\$68.39	\$60.27	\$70.26

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Como se aprecia en el cuadro 7, las personas que vienen por motivos religiosos, por negocios, salud, y por visita a familiares o amigos, fueron los que más gastaron en promedio por persona en este tercer trimestre del año 2017. En promedio, los gastos promedios por turista que visita la ciudad de Cuenca, tuvo un aumento frente a los gastos promedio realizados en el periodo pasado.

4.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

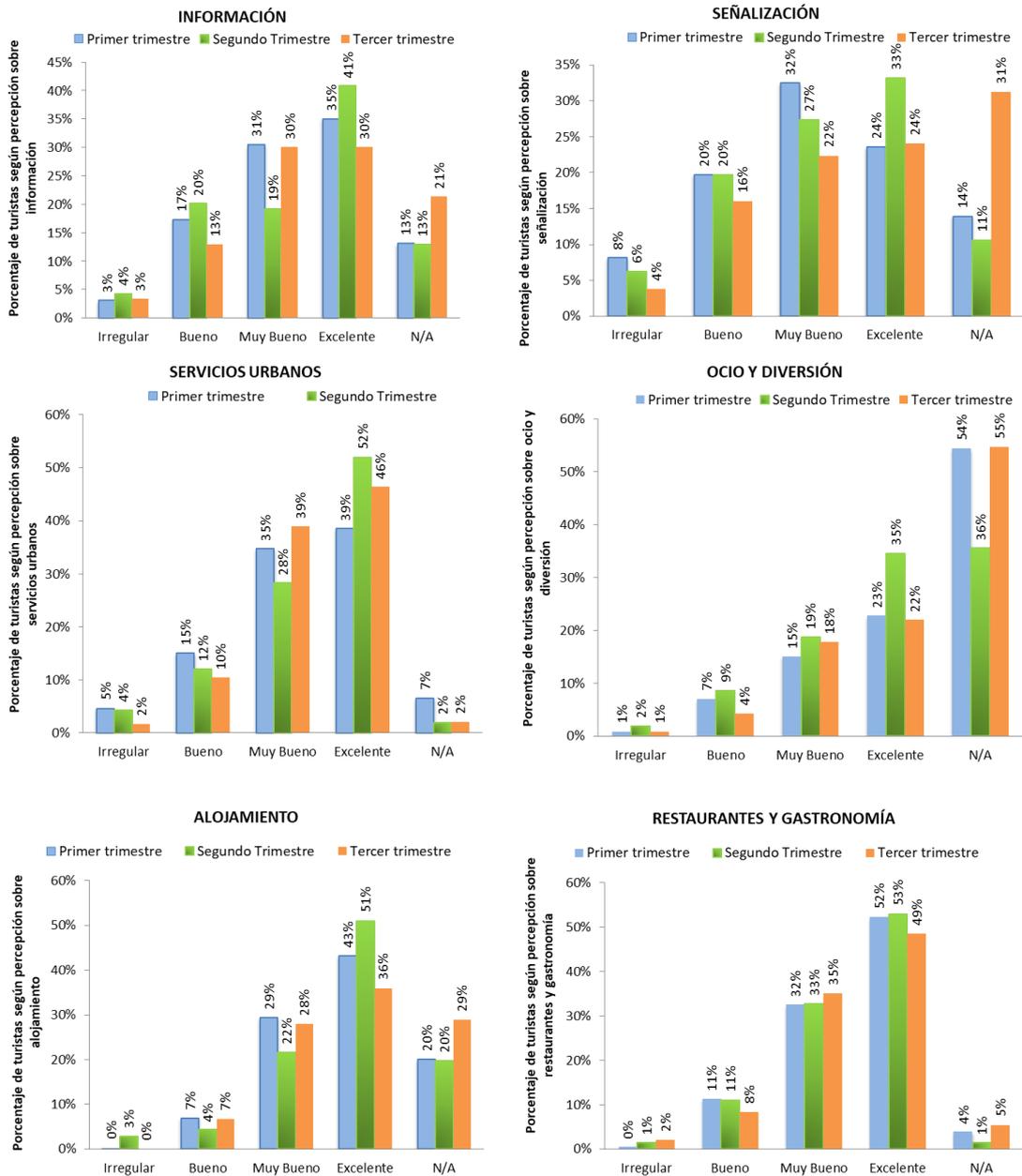
4.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados en el trimestre julio – septiembre revelan que los turistas siguen sin presentar mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

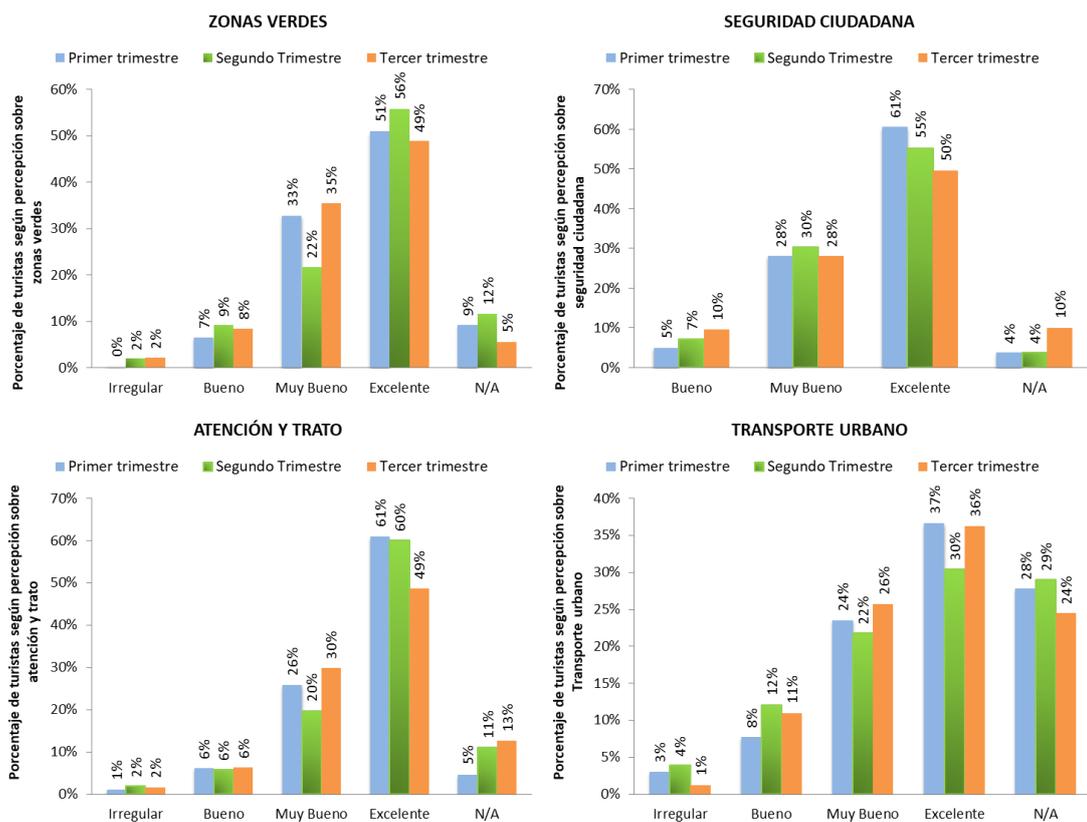
4.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general, el turista extranjero calificó los servicios de señalización, servicios urbanos, alojamiento, gastronomía e información como muy buenos a excelentes (con relativos deterioros de excelente hacia muy bueno en el tercer trimestre). Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 14.

Ilustración 14: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Finalmente, se evidencia un deterioro relativo en la percepción de servicios de zonas verdes, atención y trato, y seguridad en la ciudad, y una mejora a excelente en los servicios de transporte urbano que ofrece la ciudad.

4.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

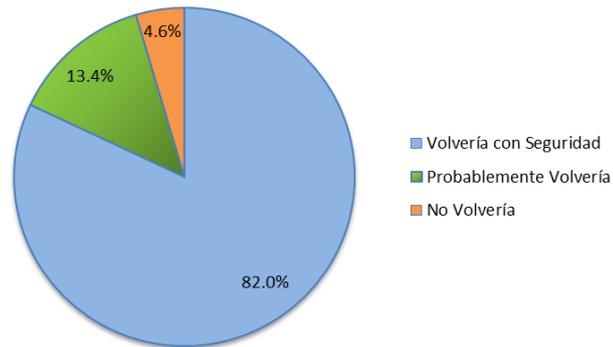
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

Como constan en los gráficos 15 y 16, el estudio revela que el 82% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 13,4% probablemente regresaría y solo un 4,6% anunció que probablemente o seguramente no volvería (gráfico 15). De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 75,7% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 22,2% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es alrededor del 2% (gráfico 16). No obstante, estos resultados en comparación con los obtenidos en el parcial anterior, se visualiza un deterioro en posibilidad de recomendación de la ciudad de Cuenca, lo que es en parte congruente con el deterioro de percepción de los servicios que otorga la ciudad.

4.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita

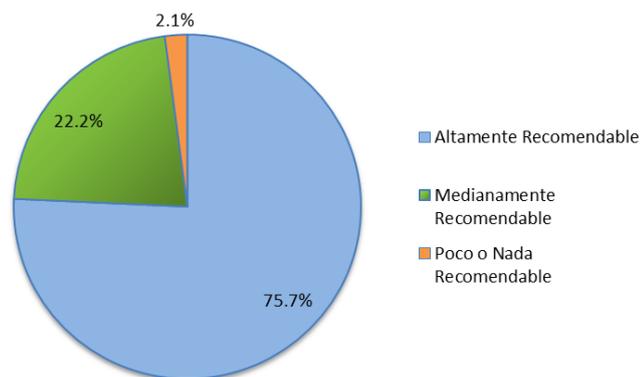
Alrededor del 87% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo (13%). Este resultado es consistente con el obtenido en la primera y segunda parte del estudio.

Ilustración 15: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 16: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

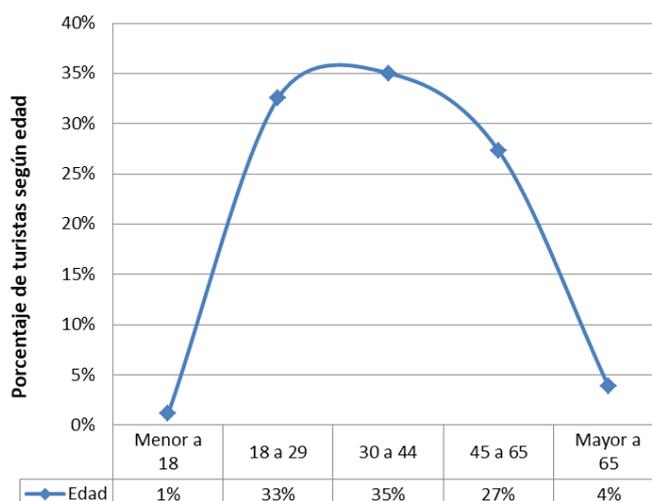
5. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

5.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

5.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en el gráfico 17 los resultados revelan que la mayoría de turistas nacionales se encuentra entre 30 a 44 años de edad (35%), una proporción no menos importante entre 18 a 29 años (33%), con una concentración alrededor de la media de 38 años. Esto lo sigue caracterizando como un adulto contemporáneo. También se presenta una mayor incidencia de turistas nacionales entre 45 a 65 años de edad (27%) en comparación con el trimestre anterior.

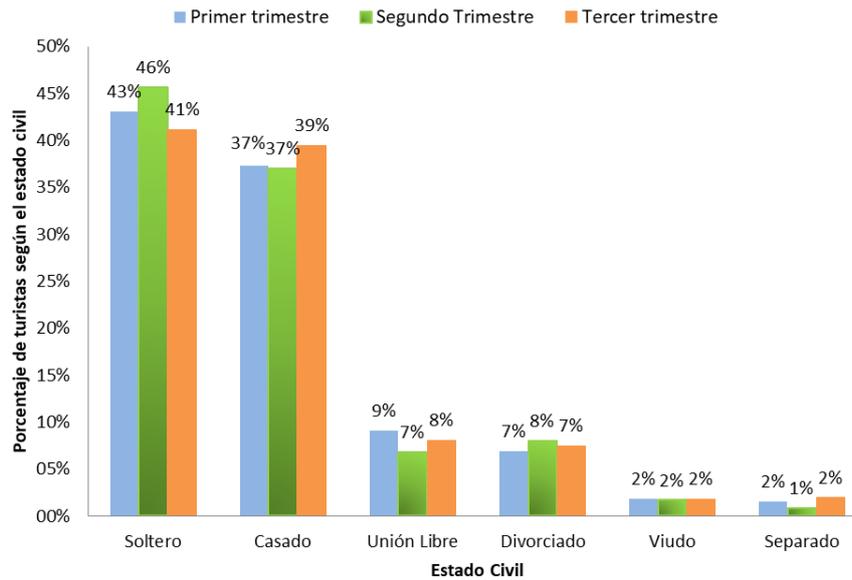
Ilustración 17: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 18, en esta tercera parte de relevamiento los turistas nacionales sigue siendo mayoritariamente solteros (41%), los turistas nacionales casados representan el 39% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil. En este sentido no hay variaciones significativas en el perfil de trimestre a trimestre.

Ilustración 18: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

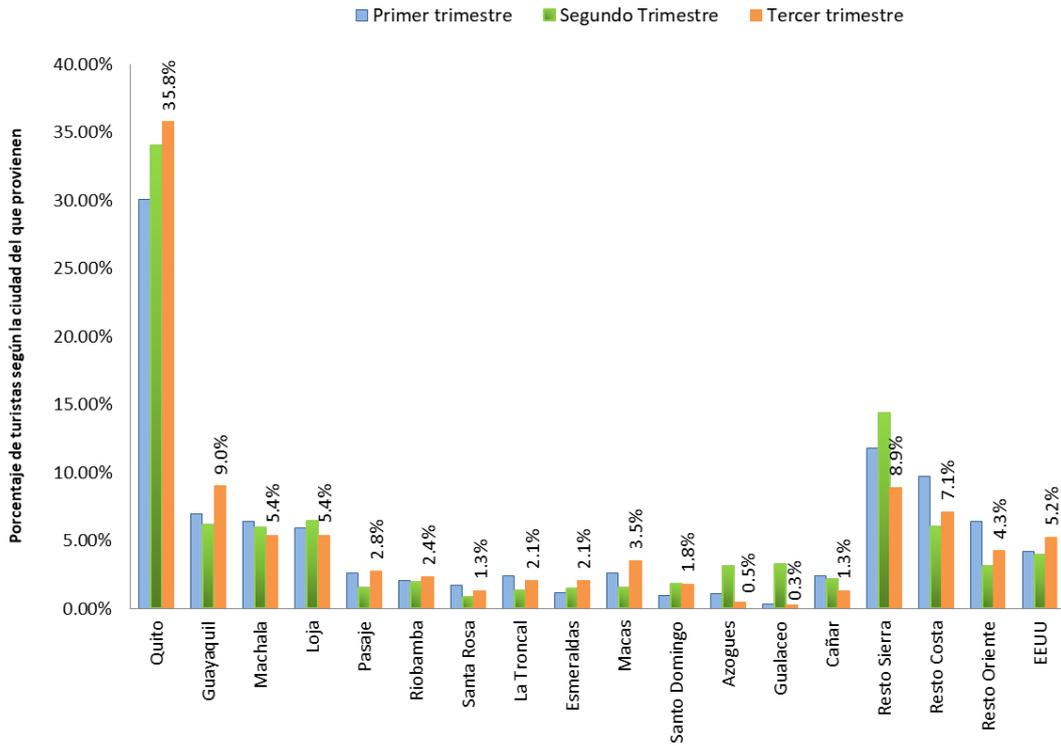
En lo concerniente al género, los resultados muestran que hubo aleatoriamente una proporción un 49% de varones frente a un 51% de mujeres. Lo que da luz de que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca.

5.1.2 Procedencia del Turista

Al igual que en el primer trimestre existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 19, la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por quiteños (35,8%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (9%), machaleños (5,4%) y lojanos (5,4%). Es interesante notar que existe una disminución relativa en los flujos mayoritarios provenientes de la sierra y un incremento de visitantes de aquellas ciudades de la costa como visitantes guayaquileños en este tercer trimestre.

En el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del Ecuador es grande, pero las procedencias a nivel de ciudad son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una mayor proporción de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra (8,9%), especialmente de ciudades de la provincia del Azuay como visitantes de Sevilla de Oro y Ponce de Enríquez. Un 7,1% son turistas del resto de ciudades de la costa principalmente de Guayas y El Oro, y un 4,3% provienen de la región oriente principalmente de ciudades de la provincia de Morona Santiago. Por último, hay un 5,2% de turistas ecuatorianos que residen en Estados Unidos especialmente en la ciudad de New York.

Ilustración 19: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca

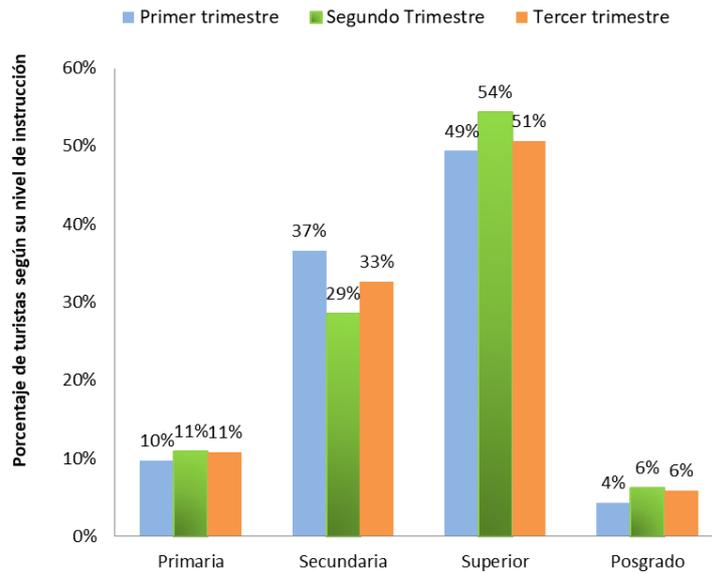


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

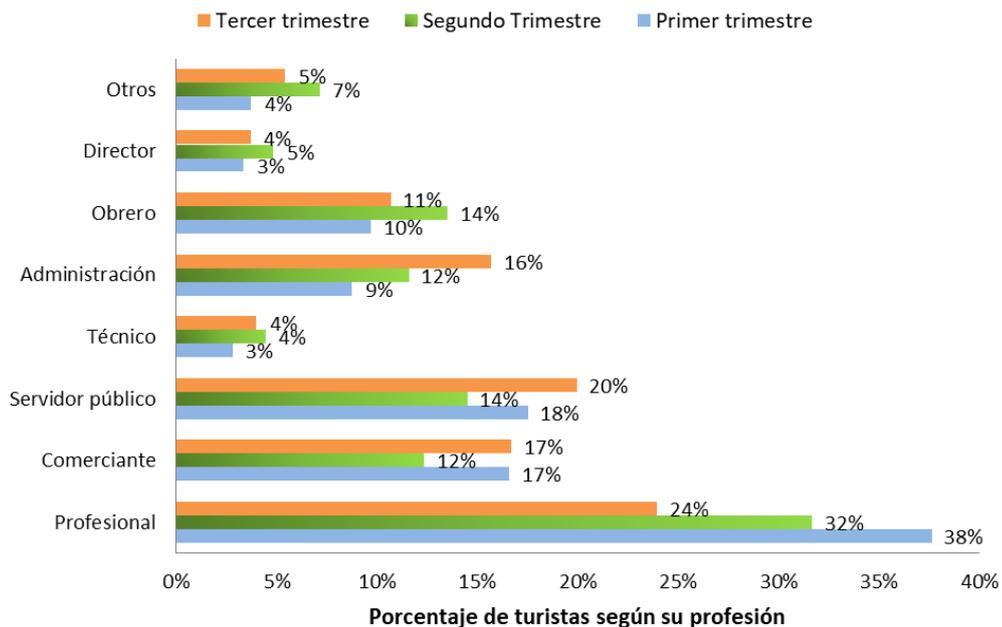
Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados de este tercer periodo, como se aprecia en el gráfico 20 revelan una mayor incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (57%), y menor incidencia de visitantes con título de bachiller (33%) y labora como profesional independiente (con disminución de 32% al 24% en este periodo) como se aprecia en el Gráfico 21. Un aspecto a destacar, es la disminución de visitantes que laboran como profesionales independientes, obreros y directores, a la par un incremento de turistas nacionales con profesión de comerciantes, servidores públicos y administradores (Ver gráfico 21). Además de aquellos turistas que dicen tener otro tipo de profesión, la mayor porción son profesionales independientes como abogados, docentes, mecánicos entre otros.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 21: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

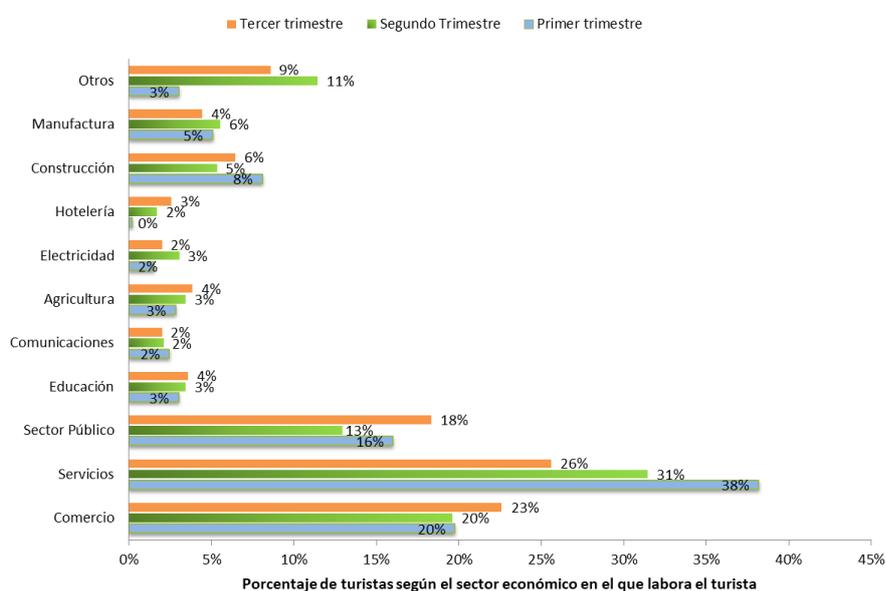


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, si bien hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios profesionales (26%), no obstante este grupo tuvo una reducción de 5% con relación al trimestre anterior. Otro grupo predominante está

conformado por quienes se dedican al sector comercio (23%), y quienes laboran en el sector público (con un repunte del 13% al 18%). No menos importante resulta, la fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción (6%). Los visitantes que arriban a la ciudad que laboran en el resto de sectores no presentan variaciones fuertes. Del resto de turistas que menciona laborar en otro sector económico (9%), la mayor porción trabaja en el sector salud (30%) y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

La tabla 8 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista en el tercer trimestre del año 2017.

Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	8.8%	0.1%	0.9%	0.3%	2.0%	0.2%	12.2%
Solo padre e hijos	23.8%	6.0%	34.0%	1.0%	4.4%	0.9%	70.1%
Padres e hijos y otros familiares	8.5%	2.0%	4.6%	0.7%	1.1%	0.7%	17.6%
Total	41.2%	8.1%	39.5%	2.0%	7.5%	1.8%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que en el primer y segundo trimestre, alrededor de una cuarta parte de los visitantes viven con su familia y son solteros, pero un no menos significativo 8,5% está conformado por

turistas solteros que viven con sus padres y otros familiares. Asimismo, un 34% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Los resultados del presente estudio revelan la existencia de dos perfiles de turistas nacionales que visitaron la ciudad de Cuenca

Otros hallazgos importantes

Las nacionalidades que representan la mayoría de turistas nacionales que visitaron la ciudad al igual que el trimestre anterior, son: Quito, Guayaquil, Machala y Loja. Siendo Quito, el mercado potencial de turismo.

Perfiles de turistas nacionales

Se pueden inferir dos perfiles ya consolidados de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

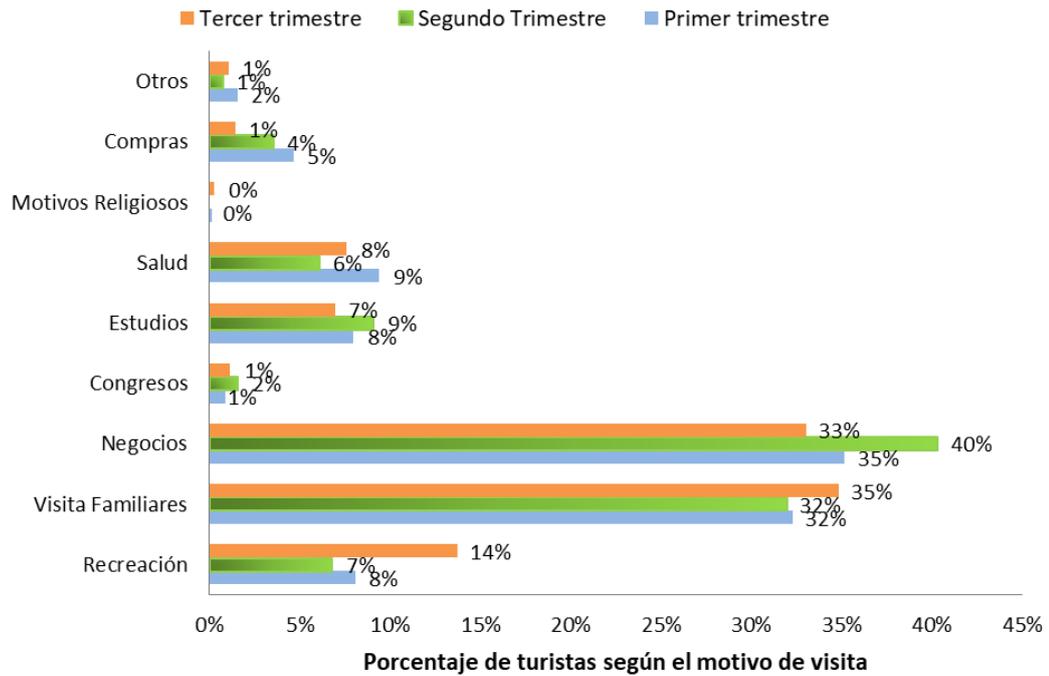
- a) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven con su familia, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- b) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción 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

Los resultados del estudio en esta segunda parte revelan, como se aprecia en el Gráfico 23, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca en este periodo es la visita a familiares o amigos (con un aumento de 32% a 35%), seguida no muy de lejos por razones de negocios (con una disminución del 40% al 33%). No menos importante resulta el aumento en este trimestre de visitantes nacionales que visitan la ciudad por recreación con aumento de 7 puntos porcentuales (del 7% al 14%), que resulta congruente con el periodo vacacional.

Ilustración 23: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

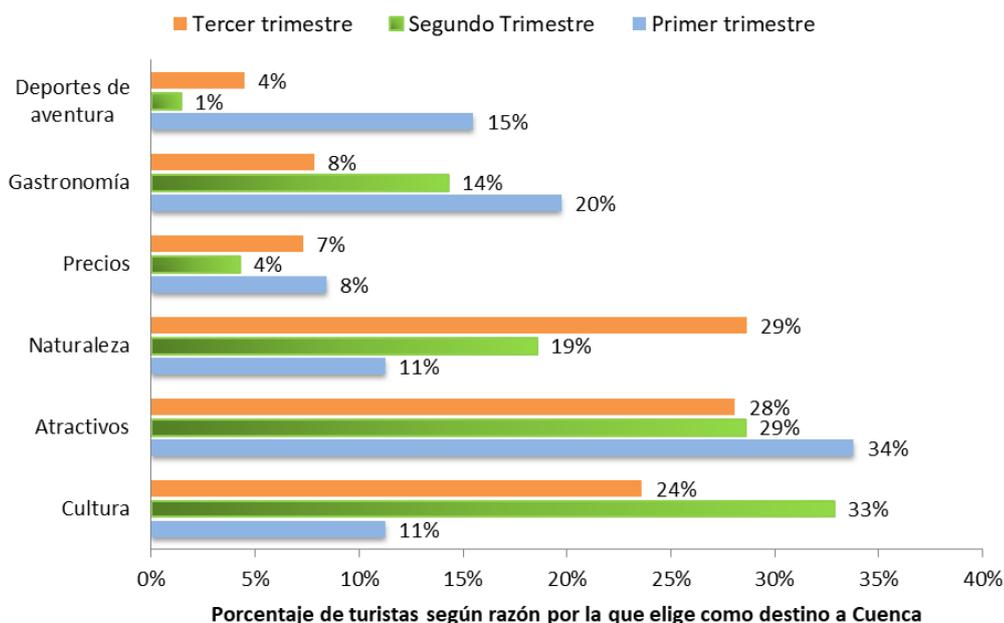
5.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, a diferencia de periodos anteriores, en este tercer trimestre el turista nacional eligió el destino Cuenca principalmente por su naturaleza (con repunte del 19% al 29%). No menos importante resulta aquellos turistas que arriban a Cuenca por atractivos turísticos con menor similar incidencia que en el trimestre anterior (del 29% al 28%).

Los visitantes nacionales que vienen por atractivos culturales en esta parte del año tienen un fuerte decremento (del 33% al 24%). Otros cambios importantes en este periodo es la disminución de 6% de visitantes que vienen por motivos de gastronomía de la ciudad (de 14% al 8%), así como el aumento del 3% de turistas nacionales que visitan la ciudad por realizar deportes de aventura. Lo anterior expuesto significa que el turista nacional ve a la ciudad de Cuenca en este segundo periodo como un lugar para disfrutar de los atractivos naturales, monumentos y culturales. (Ver ilustración 24)

Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca

(Solo para turistas que vinieron por razones recreativas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 92,6% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 7,4% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, lo que es consistente con los resultados obtenidos en los boletines anteriores.

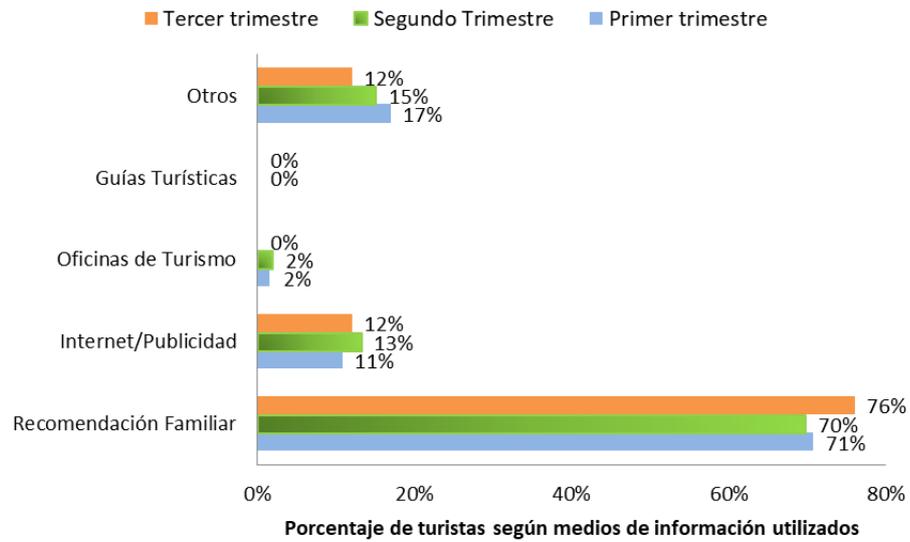
5.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, los resultados revelan que el turista nacional recibe mayor información, principalmente a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (76%), y el uso de internet y publicidad (12%), resultados que son similares obtenidos en el periodo anterior. Las oficinas de turismo y las guías turísticas no fueron utilizadas por parte de los turistas nacionales (Ver gráfico 25). En cuanto al 12% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor porción se sigue informando de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 2 gráfico 57).

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver gráfico 26), los hallazgos difieren a los encontrados en el boletín anterior, ahora los turistas que utilizaron este medio para informarse sobre la ciudad, utilizaron principalmente las redes sociales (con un aumento de 16% a 24%). Con menor incidencia utilizan las páginas oficiales de turismo (con una disminución de 21% al 17%) y buscador Google (con una disminución de 18% al 9%). Aquello muestra que los turistas nacionales hicieron cambios en sus preferencias de medios para informarse de la ciudad, dando mayor uso a redes sociales en este trimestre. En la proporción de Otros medios utilizados se encuentra principalmente aquellos que indicaron que no recuerdan que medio utilizaron para informarse sobre la ciudad de Cuenca.

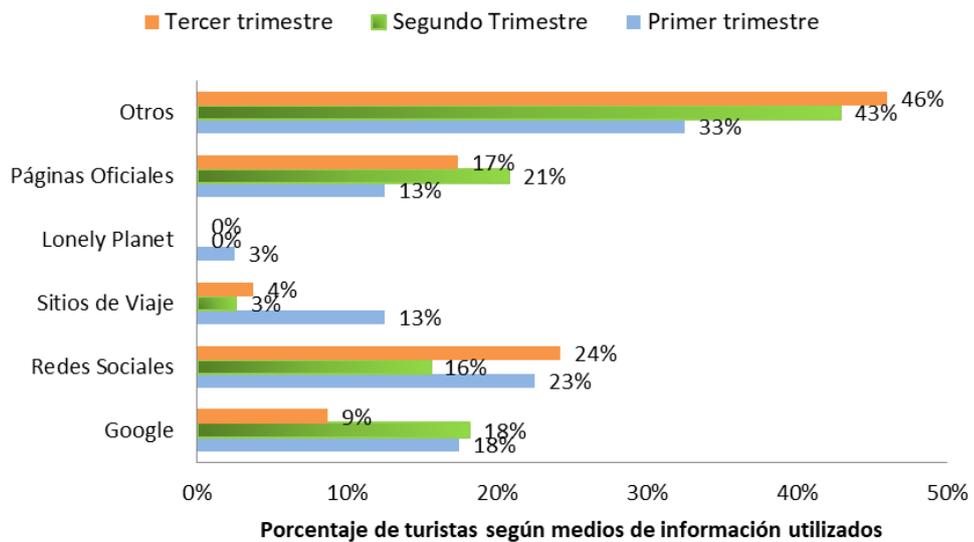
Estos resultados se presentan en los Gráficos 25 y Gráficos 26.

Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



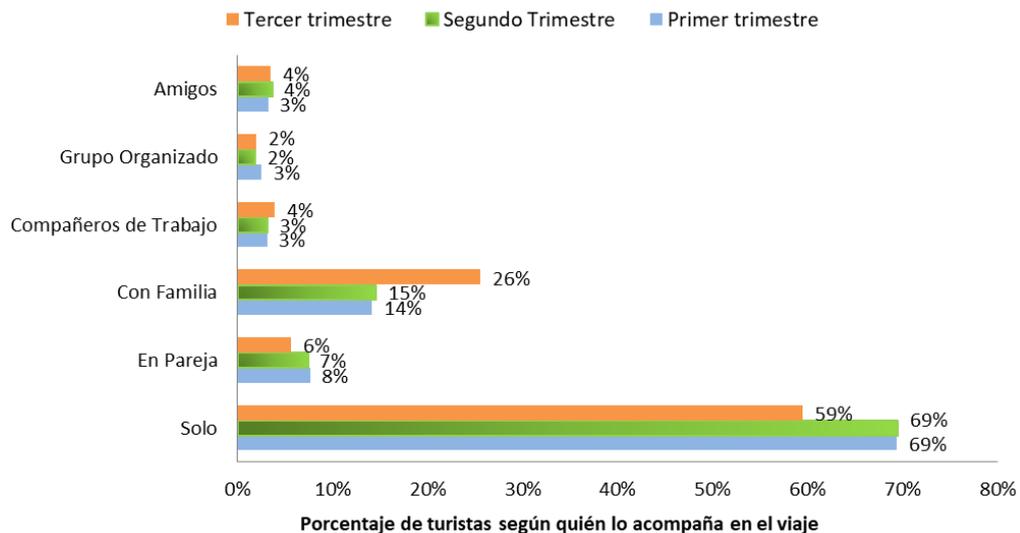
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3 Organización del Viaje

5.3.1 Con quien viaja el Turista

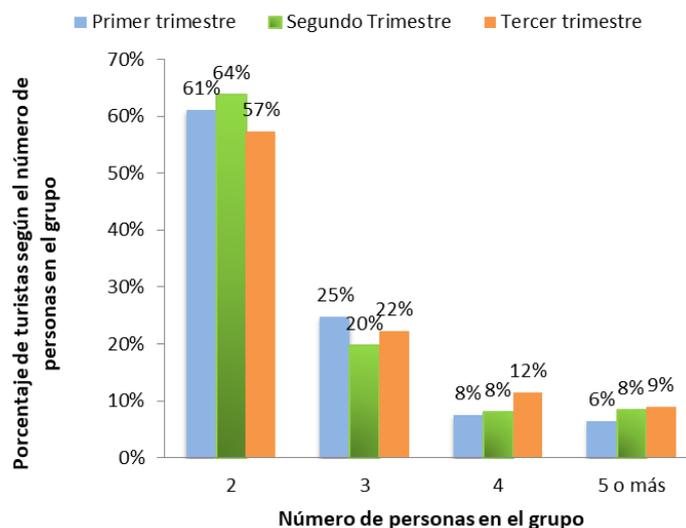
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, como se aprecia en el gráfico 27, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos al igual que en periodos anteriores (con disminución del 69% al 59%), y ahora con sus familias (con un repunte del 15% al 26%). Solamente el 6% de turistas vienen en pareja en esta parte del año.

Ilustración 27: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo



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 de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de mayor tamaño fueron escasos.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, arriban a la ciudad solos (con una disminución a 36,1%), y ahora en familia (alrededor de 46,5%). 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. Quienes vienen por visita familiar, negocios, congresos, estudios o compras personales arriban en mayor proporción solos (alrededor de 55.7%, 76.9%, 66.7%, 66.7% 66.7% respectivamente según cuadro 9). Quienes viajan por tratamiento de salud, o motivos religiosos lo hacen en viaje en familia.

Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ 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	3	36.1%	3.5%	46.5%	8.3%	5.6%		100.0%
	Visita a familiares o amigos	3	55.7%	1.1%	35.0%	6.3%	1.6%	0.3%	100.0%
	Negocios, actividades	3	76.9%	1.7%	6.3%	2.0%	2.9%	10.1%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	66.7%			16.7%		16.7%	100.0%
	Estudios, investigación	3	66.7%	1.4%	11.1%	5.6%	12.5%	2.8%	100.0%
	Tratamiento de salud	3	32.5%	1.3%	50.0%	13.8%	2.5%		100.0%
	Motivos religiosos	3			100.0%				100.0%
	Compras o servicios personales	3	66.7%	20.0%	6.7%		6.7%		100.0%
	Otros	3	72.7%	9.1%			9.1%	9.1%	100.0%
Total	3	59.3%	2.0%	25.6%	5.6%	3.5%	3.9%	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 nacionales que arribaron en este tercer parcial organizan su viaje en forma independiente y por cuenta propia (90%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística sigue siendo alrededor del 10%.

5.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

5.4.1 Elección del Alojamiento

La tabla 10 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere alojamiento con familiares o amigos y hospedaje en establecimiento hotelero. A su vez, el tipo de alojamiento establecimiento hotelero fue el preferido 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 aloje 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, ahora prefieren alojarse en casa de sus familiares o amigos, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de compras o servicios personales se aprecia en la tabla 10, una probabilidad de un 47%/47% de que escoja quedarse con un familiar o alojarse en establecimiento hotelero, en este trimestre si hay turistas que arriban por motivos religiosos, quienes prefieren alojamiento hotelero, apartamento o familiares o amigos (con una proporción de 33% para cada caso).

Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		Trimestre	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	43%	2%	52%	1%	1%	1%	100%
	Visita a familiares o amigos	3	8%	4%	87%			1%	100%
	Negocios, actividades	3	64%	7%	27%	1%		1%	100%
	Congresos, conferencias	3	58%	8%	33%				100%
	Estudios, investigación	3	19%	18%	63%				100%
	Tratamiento de salud	3	29%	3%	69%				100%
	Motivos religiosos	3	33%	33%	33%				100%
	Compras o servicios personales	3	47%	7%	47%				100%
	Otros	3	64%		36%				100%
Total	3	35%	6%	58%	0%	0%	1%	100%	

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, 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 media³.

Bajo estas condiciones, al igual que en el primer y segundo periodo, es recomendable realizar una segregación 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 3 días en la ciudad al igual que aquellos que vienen por visita a familiares o amigos, resultados semejantes a los encontrados en el primer y segundo trimestre. El turista que viene negocios, tratamiento de salud o compras personales continúan realizando visitas cortas de hasta 2 días. Los que vienen con el fin de dictar conferencias o congresos, por estudios o investigación, o por motivos religiosos suelen realizar una estancia de 4 días. Los resultados muestran que no hay variación significativa de los días de estancia entre el primer, segundo y tercer trimestre, lo que muestra la consistencia de los resultados del estudio.

Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	3	3
	Visita a familiares o amigos	3	3	3
	Negocios, actividades	2	2	2
	Congresos, conferencias	2	3	4
	Estudios, investigación	3	3	4
	Tratamiento de salud	2	2	2
	Motivos religiosos	2		4
	Compras o servicios personales	2	2	2
	Otros	2	2	2

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento según el tipo de alojamiento utilizado (tabla 12), se puede apreciar que los días de estadía continúa siendo dos cuando un turista nacional se alojó en un establecimiento hotelero, de 3 días cuando se aloja con la familia y amigos y de 5 cuando se aloja en apartamento. Los días de estadía que varía se da solamente en el caso de que un turista nacional prefiere reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa air) cuya duración de estadía cambia de 3 hasta 5 días en el tercer trimestre. En cuanto a los que prefirieron no pernoctar en la ciudad se quedaron hasta 3 días. Un caso

³ 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 mediana o la moda.

especial lo constituyen quienes se hospedan en otro tipo de alojamiento con estadía de casi una semana (6 días), dichos visitantes son aquellos que mencionan alojarse con la comunidad, en la federación deportiva, en el cuartel entre otros.

Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2	2	2
	APARTAMENTO	7	5	5
	FAMILIA, AMIGOS	3	3	3
	CASA AIR BNB	4	3	5
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	0	1	3
	OTROS	3	1	6

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos.

Como se indicó con anterioridad el costo de la estancia se encuentra determinado 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.

5.4.4 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, 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, a diferencia de parciales anteriores, se encuentran aquellas personas que vienen por negocios, por motivos religiosos o congresos y conferencias. Caso especial son aquellos que vienen a visitar familia y amigos, por estudios o tratamiento de salud, en estos grupos se puede apreciar que los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Las personas que vinieron por negocios, a pesar de que presentaron estancias relativamente cortas, prefirieron establecimientos hoteleros de mayor jerarquía, lo que impulsó su gasto en hospedaje y otros medios de transporte con mayor costo. Las personas con estancias cortas, pero con gastos medios son aquellas que vienen por motivos recreacionales, no obstante, el gasto promedio realizado por un visitante de este grupo es menor en este tercer parcial en comparación con el trimestre anterior, que se debe a menores gastos en alojamiento y en alimentación, resultados congruentes con el tipo de alojamiento que en este parcial prefiere este grupo de turistas.

Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico

(Para aquellos turistas nacionales que organizaron su viaje por Cuenta Propia)

Turista Nacional		Trimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado de la mediana del cuadro 11)					TOTAL	
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	2	\$23.26	\$36.42	\$44.96	\$2.51	\$11.35	\$118.50	
		3	\$14.19	\$25.43	\$41.39	\$1.84	\$6.89	\$89.75	
	Visita a familiares o amigos	2	\$1.66	\$16.64	\$28.83	\$0.21	\$2.66	\$50.00	
		3	\$2.13	\$14.90	\$36.18	\$3.23	\$2.57	\$59.00	
	Negocios, actividades profesionales	2	\$26.55	\$22.54	\$44.73	\$0.48	\$2.20	\$96.50	
		3	\$40.42	\$38.08	\$64.40	\$0.13	\$2.47	\$145.50	
	Congresos, Conferencias	2	\$35.32	\$28.41	\$15.38	\$1.18	\$4.71	\$85.00	
		3	\$31.24	\$26.92	\$30.58	\$0.00	\$1.27	\$90.00	
	Estudios, Investigación	2	\$19.05	\$16.28	\$11.90	\$0.06	\$2.71	\$50.00	
		3	\$15.86	\$21.89	\$18.56	\$0.38	\$3.32	\$60.00	
	Tratamiento de salud	2	\$4.44	\$11.07	\$16.69	\$0.22	\$2.58	\$35.00	
		3	\$10.13	\$12.22	\$14.23	\$0.00	\$0.17	\$36.75	
	Motivos Religiosos	2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	
		3	\$2.21	\$24.86	\$69.61	\$0.00	\$3.31	\$100.00	
	Compras o Servicios Profesionales	2	\$7.16	\$10.37	\$25.73	\$0.35	\$1.40	\$45.00	
		3	\$18.17	\$14.18	\$20.53	\$1.05	\$1.58	\$55.50	
	Otros	2	\$13.29	\$9.02	\$21.76	\$0.62	\$0.31	\$45.00	
		3	\$18.64	\$16.36	\$26.42	\$0.00	\$3.58	\$65.00	
	PROMEDIO GLOBAL		2	\$14.24	\$19.48	\$32.35	\$0.48	\$3.12	\$69.67
			3	\$17.15	\$23.45	\$41.49	\$1.55	\$2.99	\$86.64

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, el grupo que viene por motivos recreacionales, de visita a familiares o amigos, por estudios o investigaciones o motivos religiosos tienden a utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión.

Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional

		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$34.75	\$39.50	\$29.92
	Visita a familiares o amigos	\$18.33	\$16.67	\$19.67
	Negocios, actividades profesionales	\$70.00	\$48.25	\$72.75
	Congresos, conferencias	\$24.75	\$28.33	\$25.71
	Estudios, investigación	\$25.00	\$16.67	\$15.00
	Tratamiento de salud	\$20.00	\$17.50	\$18.38
	Motivos religiosos	\$35.00	\$0.00	\$25.00
	Compras o servicios personales	\$19.00	\$30.00	\$27.75
	Otros	\$45.00	\$22.50	\$21.67
	GLOBAL	\$36.10	\$29.61	\$36.02

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El gasto promedio por persona de turistas nacionales en el tercer trimestre del año 2017 es de \$36.02 (gasto mayor en comparación con el realizado por el turista que visitó la ciudad en el parcial anterior). En promedio aquel turista Nacional que viene por negocios gasta \$72.75 por persona, y \$29.92 por persona quienes vienen con el fin de realizar actividades recreativas. Aquellos que vienen por visita a familiares o amigos y quienes vienen por estudios, son los que menos derogan en promedio por persona en comparación con quienes vienen por otros motivos. (Ver tabla 14)

5.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca

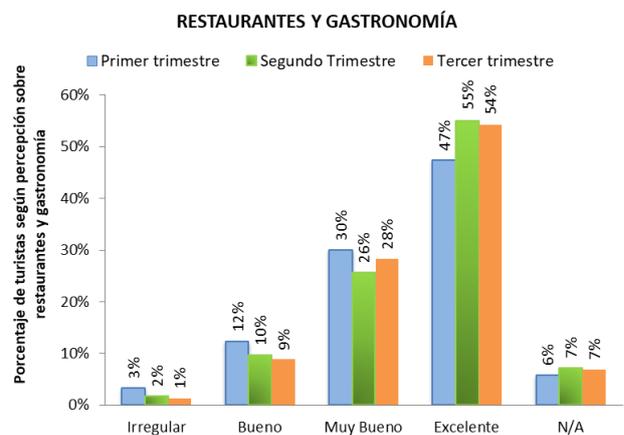
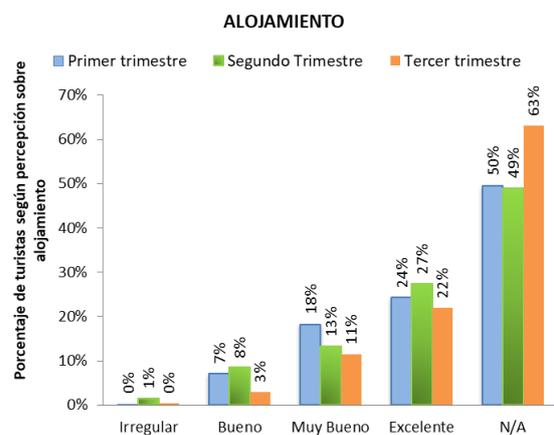
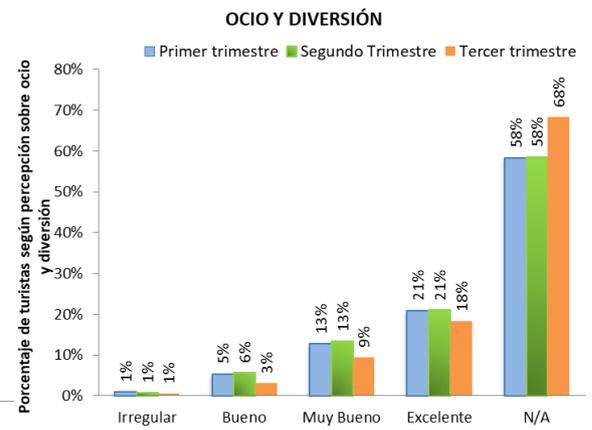
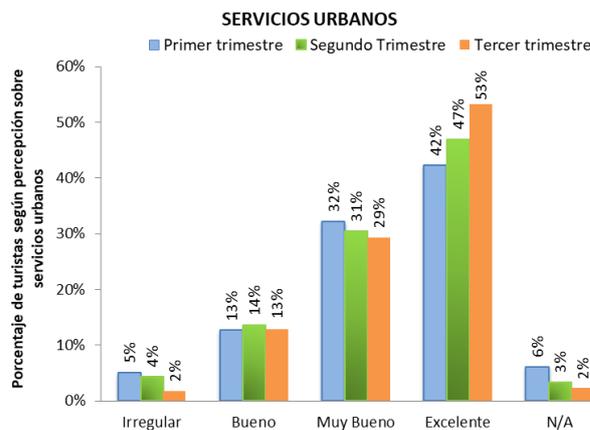
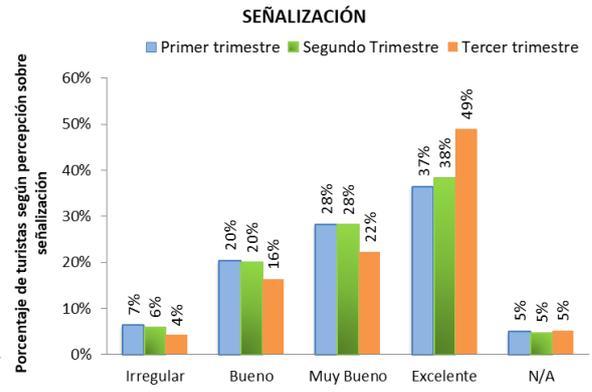
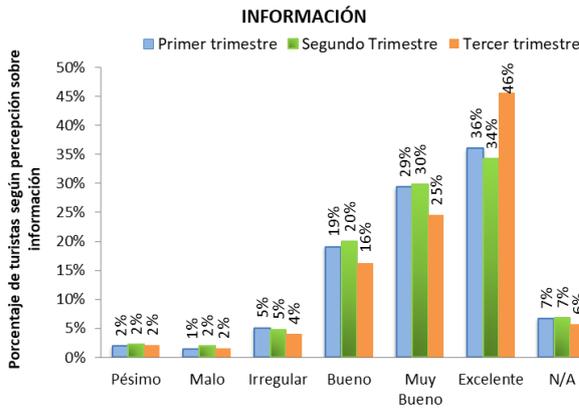
5.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

En este tercer trimestre, los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alimentación y transporte, 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. No obstante, hubo un deterioro en la percepción de turistas nacionales con respecto a los precios de servicios de transporte, ya que la proporción de visitantes que consideran los precios de este servicio como justos disminuyó de 85% a 80%.

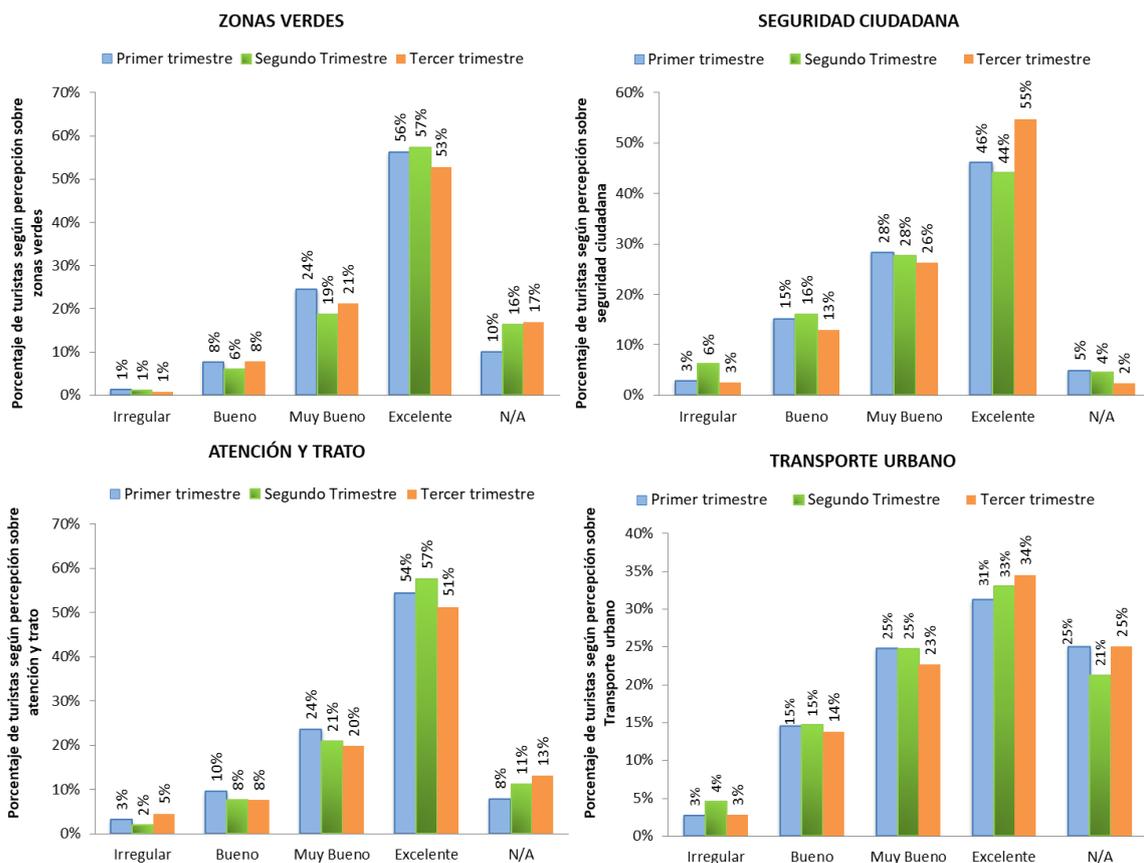
5.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes (con mejoras hacia percepción de excelente). Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 29.

Ilustración 29: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista Nacional



En los servicios de señalización, servicios urbanos y de restaurantes y gastronomía la calificación que prima es excelente y muy bueno, sin embargo también hay una alta incidencia de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicios que ofrece la ciudad. Aunque estos resultados son consistentes en el tiempo, la tendencia es observar que hay un desplazamiento de muy bueno a excelente en algunos rubros, lo cual denota una mejora perceptiva. Aquellos rubros dónde esto es más notorio fueron Servicios de información, señalización y alojamiento.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

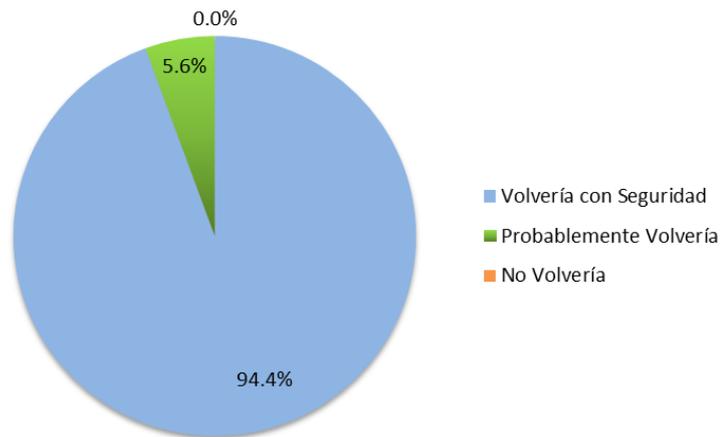
Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. También existe una percepción de muy bueno o excelente atención y trato de los cuencanos. Si bien, el servicio de transporte urbano es calificado como muy bueno o excelente, hay una incidencia media de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicio. Estos resultados se muestran consistentes entre periodos, no obstante se observa una relativa mejora en la percepción por servicio de transporte urbano y de seguridad ciudadana.

5.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

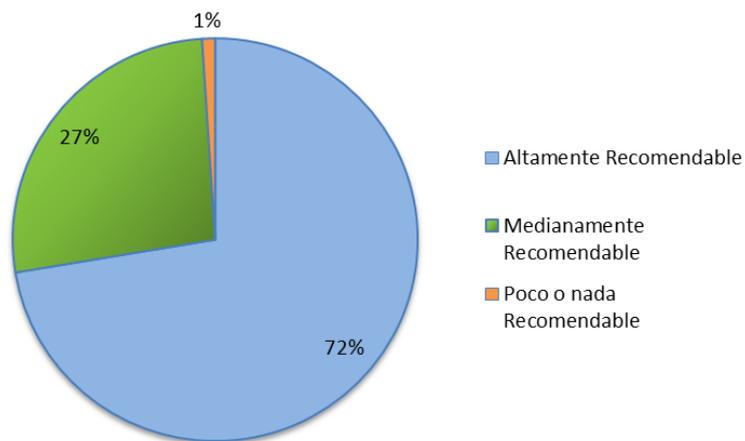
Como se aprecia en los gráficos 30 y 31, cerca del 94.4% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 5.6% probablemente regresaría y en este parcial no hay turistas que indican que probablemente o con seguridad no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 72% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 27% la calificó como medianamente recomendable. Si estos resultados se lo compara con los obtenidos en el parcial anterior se observa fuertes disminuciones en la percepción de recomendabilidad de la ciudad como destino, así quienes consideran que la ciudad es altamente recomendable baja de 88% a 72%, y aumenta quienes consideran que es medianamente recomendable del 11% al 27%. Los turistas que consideran a la ciudad como poco o nada recomendable son alrededor de 1%.

Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

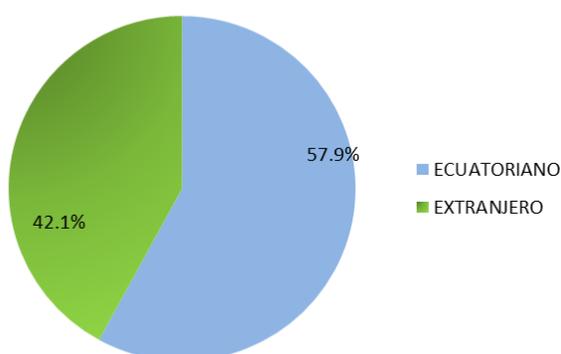
6. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

Como no todos los turistas necesariamente pueden ser relevados en los terminales, es importante contar con mecanismos que permitan aproximar el perfil y el comportamiento de aquellos que vienen directamente también por medios propios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, realizar un estudio directamente en los establecimientos hoteleros, cuyos resultados en el trimestre julio – septiembre 2017 se ponen a consideración a continuación.

6.1 Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 57.9% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales contra un 42.1% de extranjeros, se observa claramente una mayor proporción de turistas extranjeros encuestados en comparación con el trimestre anterior.

Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel

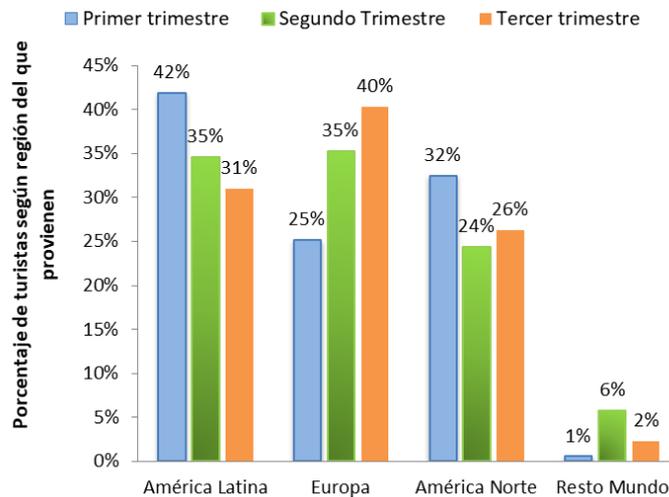


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En concordancia con los resultados obtenidos en los terminales, en este trimestre la mayoría de turistas internacionales provienen de Europa (con un incremento de 35% al 40%), y una disminución de turistas provenientes de América Latina y el Caribe (disminución de 35% al 31%) y un leve incremento de Norte Americanos (aumento de 24% a 26%)⁴. Visitantes de otras partes del mundo aun es bajo (2%).

⁴ Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.

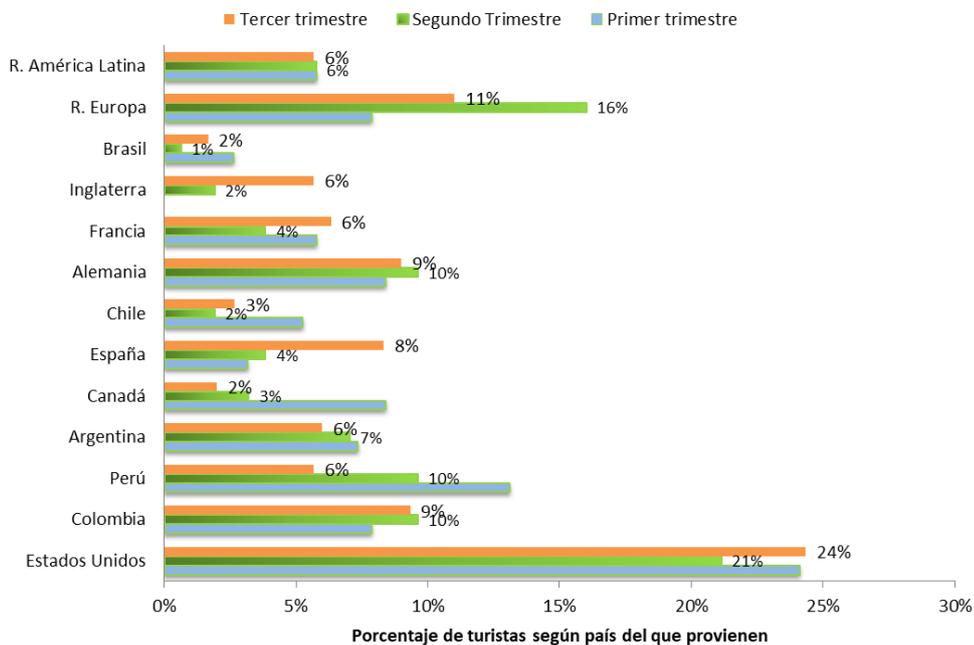
Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia un aumento de turistas provenientes de Estados Unidos y España (de 21% a 24% y de 4% a 8% respectivamente), así como de turistas franceses (de 4% a 6%) e ingleses (de 2% a 6%) y un leve aumento turistas provenientes de países latinoamericanos como chilenos y brasileños. A la par se observa una disminución de turistas provenientes del restante de Europa (incluido países no comunitarios) quienes representan el 11% en este parcial (mayormente de Bélgica, Holanda e Italia), y una menor incidencia de peruanos (con disminución de 10% al 6%).

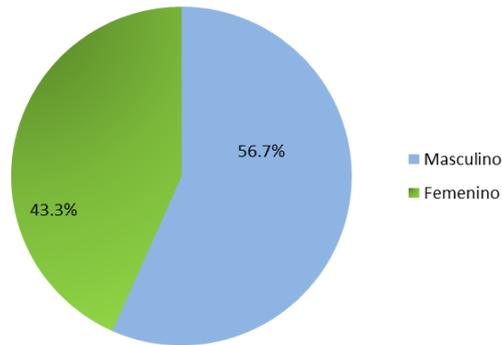
Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, al igual que en el periodo anterior, existe predominancia clara de 56.7% de encuestados varones versus un 43.3% de mujeres (ilustración 35).

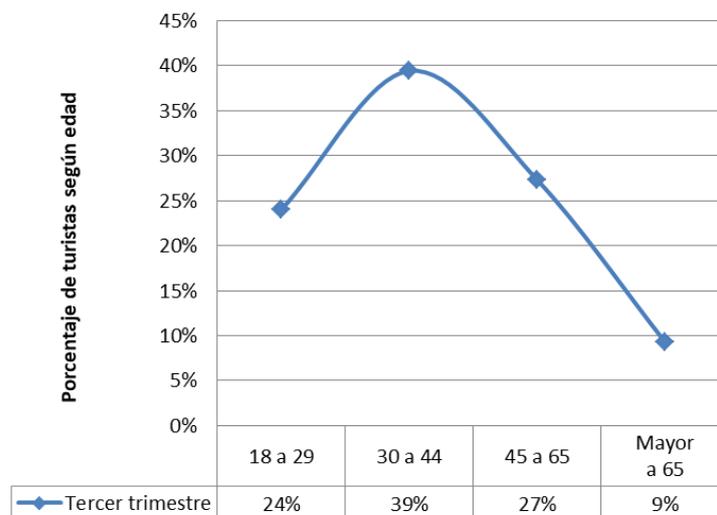
Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, el gráfico 36 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros sigue siendo aquellos que tienen entre 30 a 44 años de edad (con disminución del 43% al 39% para el tercer parcial), una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (con disminución de 28% a 24%), alrededor del 27% entre 45 a 65 años, y un 9% tienen más de 65 años. Lo que indica que en este parcial hay mayor incidencia de visitantes mayores a 45 años.

Ilustración 36: Edad del turista en el hotel

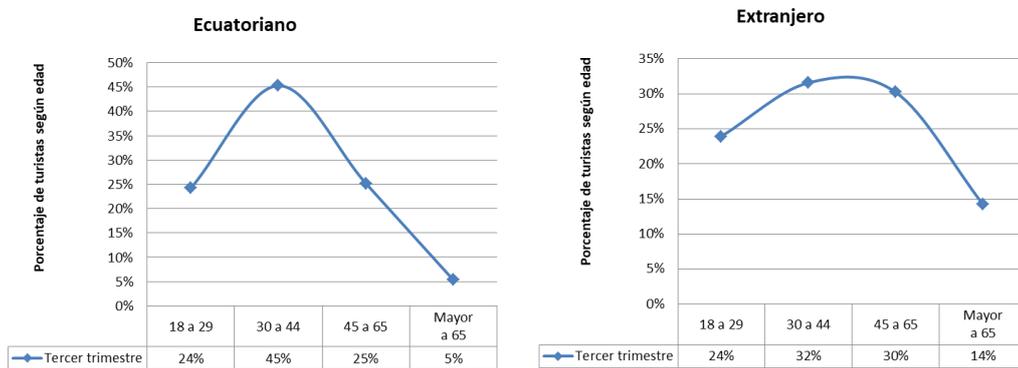


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (ilustración 37), los resultados muestran que tanto turistas Nacionales como extranjeros entrevistados en establecimientos

hoteleros, se encuentran entre 30 a 44 años (45% y 32% respectivamente), sin embargo, hay más turistas extranjeros que son adultos mayores (14%) en comparación con turistas nacionales (5%).

Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

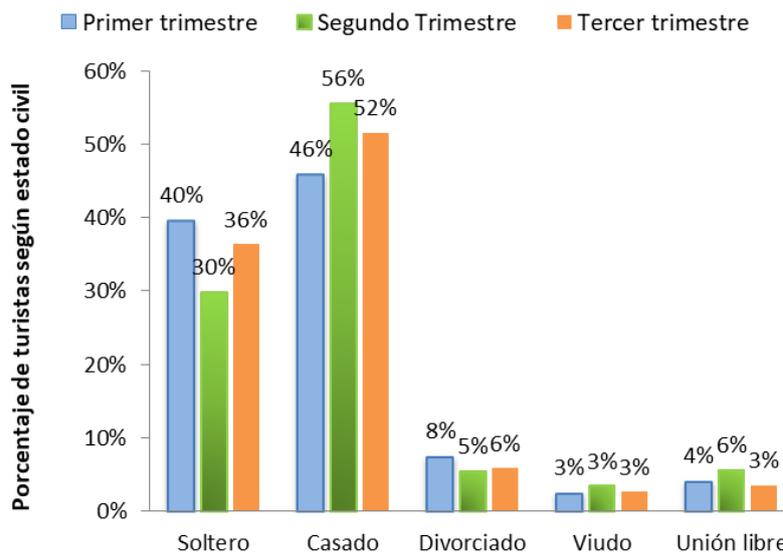


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, aún existe predominancia de turistas casados (con disminución de 56% al 52%), y de solteros (con aumento de 30% al 36%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación.

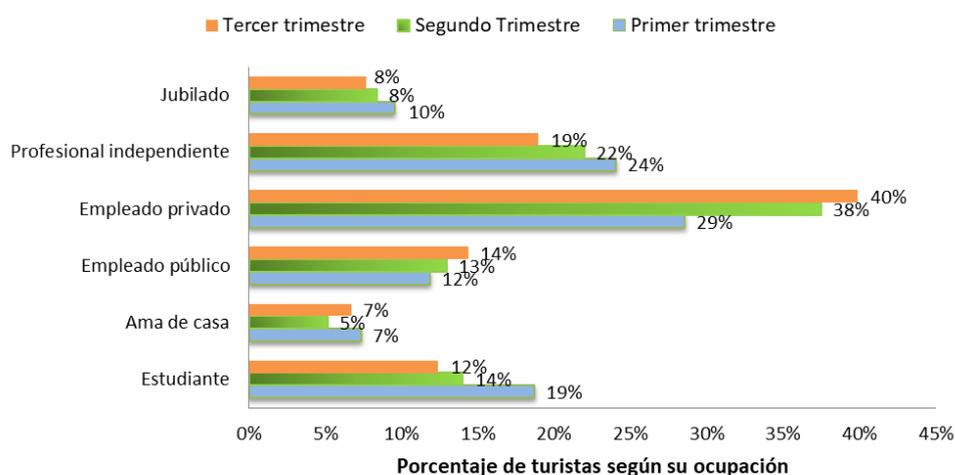
Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se aprecia en el gráfico 39, en este parcial hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados (40%). La incidencia de empleados públicos es alrededor del 14%, mientras que los estudiantes representan el 12% del total. Del total de entrevistados el 19% revelaron trabajar como profesionales independientes. La incidencia de jubilados y amas de casa es menor al 10% en cada caso.

Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero

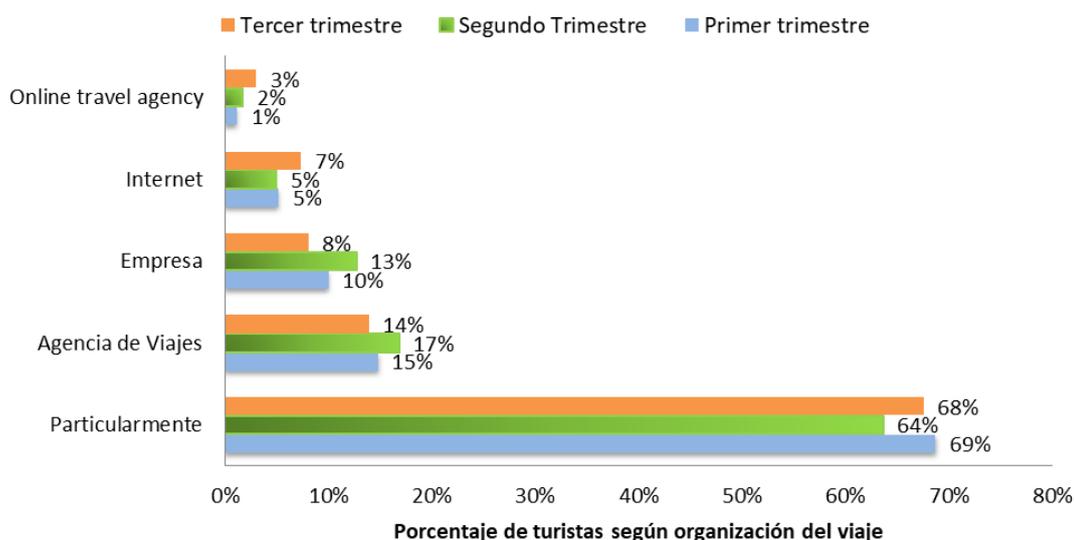


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3 Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que sigue predominando en el periodo es de forma independiente (con un incremento del 64% al 68%). Alrededor de un 14% y 8% lo hace a través de una agencia de viajes o a través de su empresa respectivamente. Hay un relativo aumento de quienes utilizan internet para organizar su viaje (de 5% a 7%) (Ver gráfico 40)

Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero

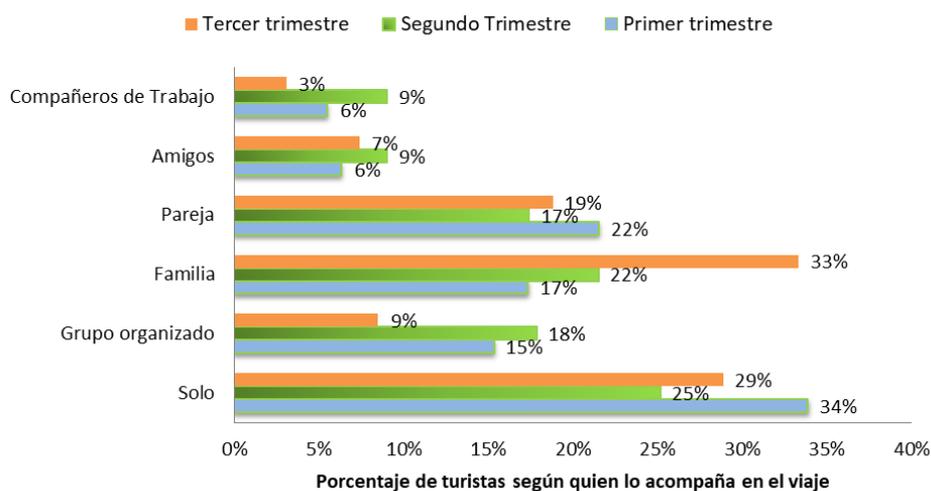


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, en este periodo y en concordancia con resultados anteriores, los turistas que viajaron a Cuenca lo hicieron en familia (con repunte de 22% al 33%), y una mayor incidencia de turistas en hoteles que vienen solos (29%), o en pareja (19%).

Aquellos que vinieron en grupos organizados, con amigos o compañeros de trabajo presentan menor incidencia en este parcial en comparación con el segundo trimestre (9%, 7% y 3% respectivamente) (Ver ilustración 41).

Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña

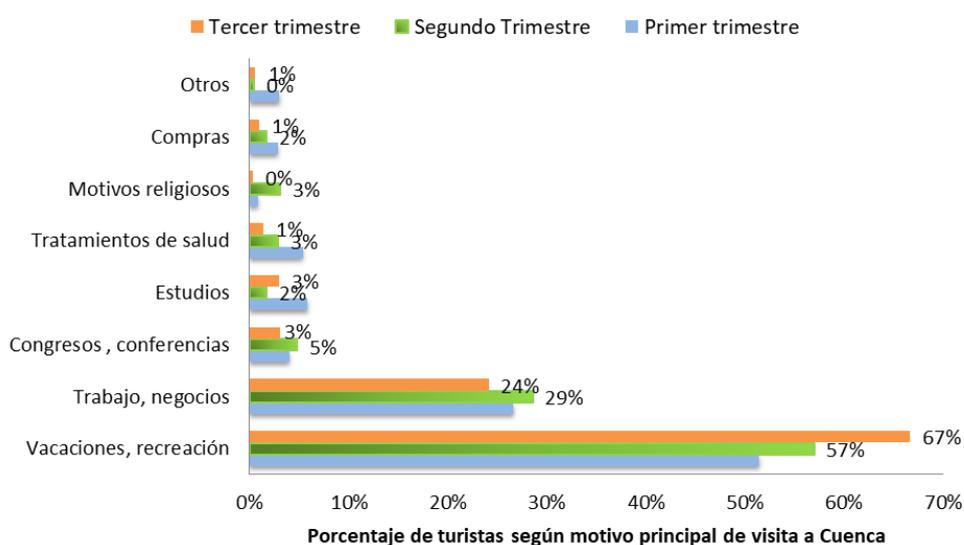


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Asimismo, hay mayor incidencia del turista en establecimiento hotelero que viene por motivos recreativos fundamentalmente (con incremento del 57% al 67%), aunque hay un 24% que viene por motivos de negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 6% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreos. Adicionalmente, el 54% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad.

Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



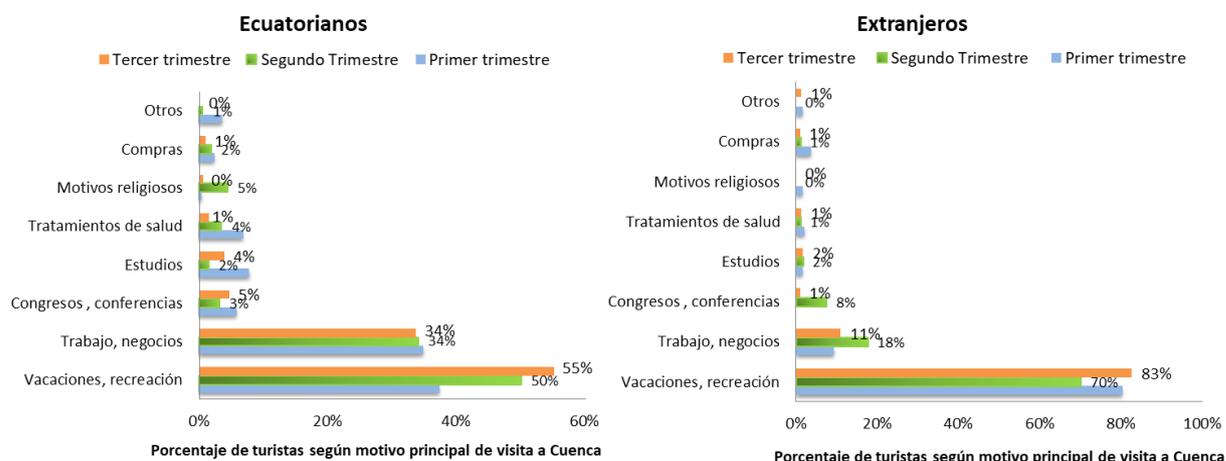
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En la ilustración 43 se evidencia que, de aquellos turistas internacionales entrevistados en hoteles la mayoría sigue viniendo por motivos de vacaciones y recreación (83%) pero con mayor

incidencia que el parcial anterior. En cuanto el turista Ecuatoriano, presenta también un repunte de quienes arribaron a la ciudad por motivos recreacionales (pasando de 55% al 55%), no obstante, no menos importante resulta el 34% que vienen por trabajo y negocios.

Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista

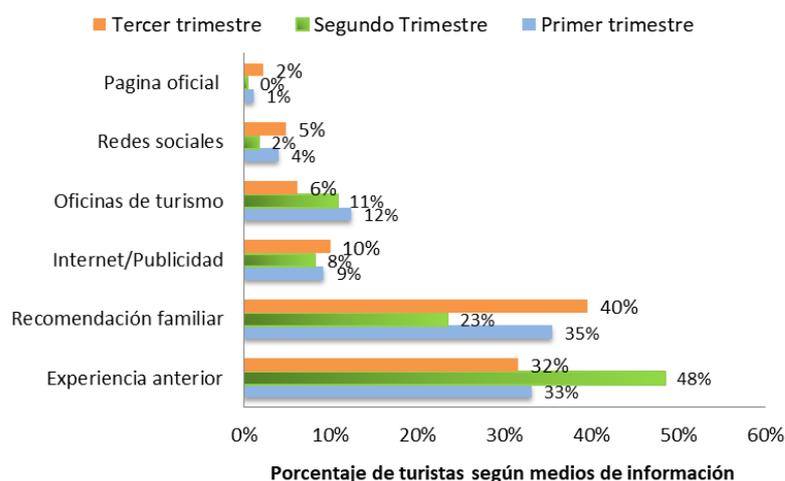


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior. En este periodo a diferencia del periodo anterior, hay mayor incidencia de turistas en hoteles que basan su conocimiento de la ciudad en recomendaciones e información por parte de familiares y amigos (con repunte de 23% a 40%), y una menor incidencia, pero no menos importante de turistas que basan su conocimiento en experiencias previas (con disminución de 48% a 32%). A su vez, el 6% se informa por medio de oficinas de turismo oficiales, un 10% lo hace a través de internet o publicidad y un 5% utiliza las redes sociales para informarse sobre la ciudad de Cuenca. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 2%. (Ver gráfico 44) Adicionalmente, si se analiza los medios de información utilizados por el turista nacional y extranjero, se evidencia que el 50% de turistas nacionales basa su conocimiento de la ciudad en experiencias previas, a diferencia del turista extranjero en el que el 45% recibe recomendaciones e información por medio de amigos y familiares, y el resto de turistas utilizan diferentes medios de información.

Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles

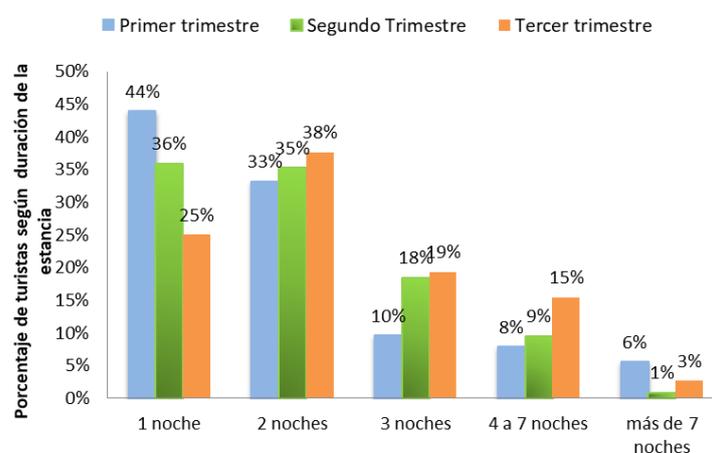


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.5 Duración de la Estancia

El gráfico 45 revela que en este periodo a diferencia de los anteriores, la porción mayor de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 2 noche (38%), un 25% se quedó una noches y 19% de visitantes con estadía de hasta 3 noches. Hubo un repunte pasando del 9% al 15% de turistas en hoteles que se quedaron de 4 a 7 noches. Estadías mayores a 7 días son escasas. Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel relevado, el 68% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento. Solo un 32% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común la respuesta de una o dos noches extra.

Ilustración 45: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel



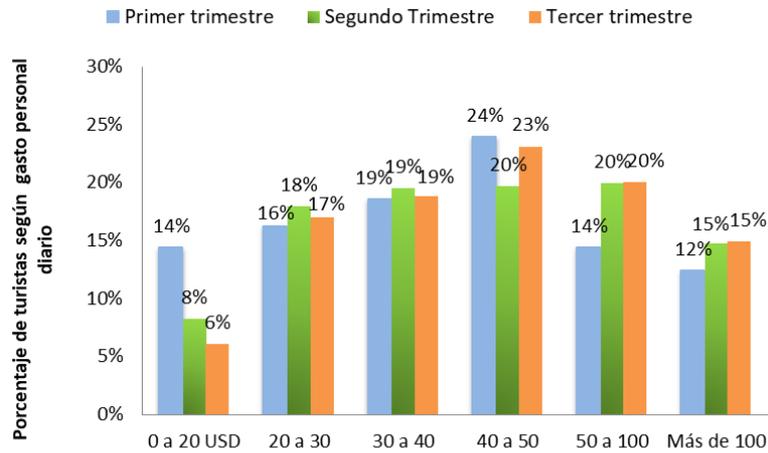
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

El gráfico 46 revela que en este periodo hay tendencia a tener mayores gastos en comparación con el trimestre anterior. Hubo un descenso de quienes gastan durante la estadía diariamente

hasta 20 dólares (reducción del 8% al 6%), y una leve pero no significativa disminución de quienes gastan un rango entre 20 y 40 dólares. A la par, hay un incremento de turistas relevados en hoteles que gastan diariamente un rango entre 40 a 50 dólares (aumento del 20% al 23%), y quienes gastaron más 50 dólares hay una incidencia similar al periodo anterior (35%).

Ilustración 46: Gasto Personal Diario durante la estadía

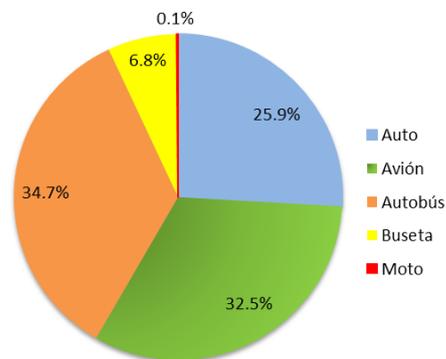


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.7 Medio de transporte utilizado

A diferencia del trimestre anterior, de todos los turistas que fueron relevados en hotel, ahora la predilección es venir a la ciudad por autobús (34.7%), por avión (32.5%), y el 25.9% viene en auto privado. Un 6.8% utilizó busetas, y el uso de motocicletas aún es menor al 0.5%⁵.

Ilustración 47: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

⁵ Es importante acotar que al momento del relevamiento principal en aeropuerto y terminal terrestre se filtra a aquellos turistas que ya participaron de la encuesta en el hotel con el fin de evitar doble contabilidad.

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 a diciembre.

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 un primer 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 durante los seis meses que se presentan en este informe para la aplicación de las encuestas, entre 120 y 137 locales recibieron la encuesta de oferta y demanda, de estos entre 69 y 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

Tabla 15: Datos generales de relevamiento

Total Catastro	216 -143
Establecimientos aptos para aplicación de encuesta	202
Establecimientos que recibieron la información a contestar durante los seis meses	120 a 137
Establecimientos que brindaron información	69 a 101

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 dos catastros proporcionados por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. De todos los locales visitados entre 101 y 69 respondieron la encuesta a lo largo de visitas mensuales realizadas a los locales de alojamiento. Esto es una respuesta de alrededor de 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 y la RevPar se realizó con la metodología del Ministerio de Turismo. 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 y además, de supervisiones en campo y telefónicas a los locales consultados. En los últimos cuatro meses se definió las categorías con estrellas, siendo cinco la mayor y dos estrellas la de menor categoría y en hostales se empieza con tres estrellas por último los meses de octubre a diciembre se incluyó una nueva categoría única pero esta no se registra como una sección de análisis por ser pequeña; sin embargo si se incluyen en los promedios totales. 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 un análisis completo de los años por meses y fluctuaciones de las variables por lo que la información también está separada de esa forma.

8.3 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. Las categorías en los trimestres enero-marzo, abril-junio, julio - septiembre de 2017, para hoteles son: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y dos estrellas; para hostales son: hostales tres estrellas, hostales dos estrellas y hostales una estrella; por último existe, para pensiones una categoría única.⁶ En esta sección del documento se presenta una tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel y un gráfico con la evolución de la tasa de ocupación. En este boletín se presenta información de Hostales y otros establecimientos, dentro de cada tabla se analizan la información para los seis meses investigados en el relevamiento.

8.3.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En el cuadro 16 se registra los indicadores para el total de los establecimientos hoteleros y hostales.

⁶ Esta categoría se incluye en los totales promedio de los indicadores, más no se analiza la categoría única para pensiones, pues empezó a dividirse de esta forma, de acuerdo al catastro recibido para esta publicación, desde septiembre de 2016. Los cambios en el catastro también, en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los meses.

Tabla 16: Indicadores de oferta enero septiembre Categoría Total

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio tercer Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Tarifa promedio habitación general	\$ 43.52	\$ 30.84	\$ 29.83	\$ 33.78	\$ 32.59	\$ 32.31	\$ 32.74	\$ 33.21	\$ 31.57	\$ 32.51
Porcentaje de huéspedes nacionales	75.46%	67.47%	69.54%	71.07%	72.51%	88.49%	74.14%	74.72%	73.14%	74.00%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	24.54%	32.53%	30.46%	28.93%	27.49%	11.51%	25.86%	25.28%	26.86%	26.00%
Tasa de ocupación	25.69%	28.41%	26.48%	34.76%	33.48%	36.76%	37.28%	38.46%	37.59%	37.78%

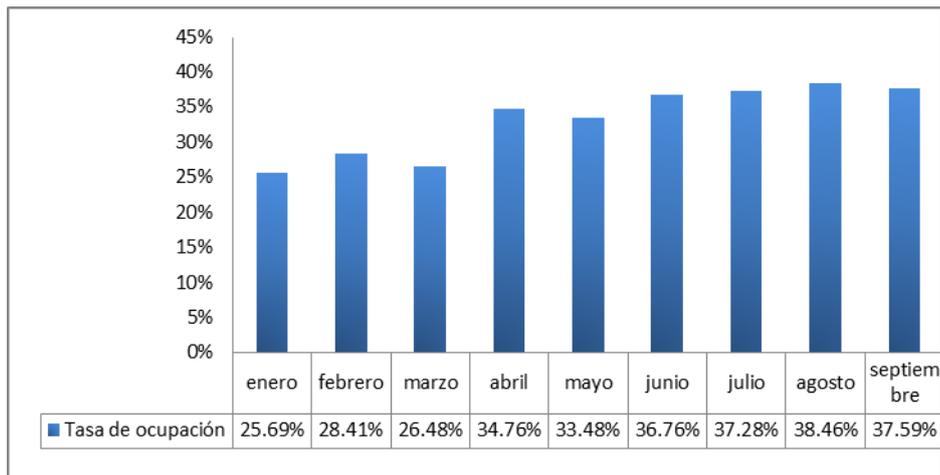
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En el tercer trimestre el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 73.14% y 74.72%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje, con un promedio en el trimestre de 74% (ver tabla 16). De enero a septiembre, el mes con mayor incidencia de turistas extranjeros nacionales es el mes de junio con 88.49%.

El porcentaje promedio de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 35% en el segundo trimestre, con un relativo aumento en el tercer trimestre a 37.78%, siendo el mes de agosto el mes con mayor porcentaje 38.46%, seguido de los meses de julio y septiembre. En cuanto a la tarifa promedio habitación general, no hay variaciones con respecto al trimestre anterior (\$32.51 en promedio trimestral). En el siguiente gráfico se puede observar como la tasa de ocupación es mayor en los meses julio-agosto, haciendo que el promedio del segundo trimestre aumente a 37.78%.

Cabe anotar que aunque las categorías de cinco estrellas, hoteles y hostales dos estrellas tienen tasas de ocupación relativamente altas en comparación con el resto de establecimientos hoteleros (mayor a 40% en promedio trimestral), las bajas tasas de ocupación en este trimestre, se debe como veremos más adelante a que los otros grupos de establecimiento informan menores tasas de ocupación lo que disminuye a esta tasa general.

Ilustración 48: Tasa de ocupación categoría: total

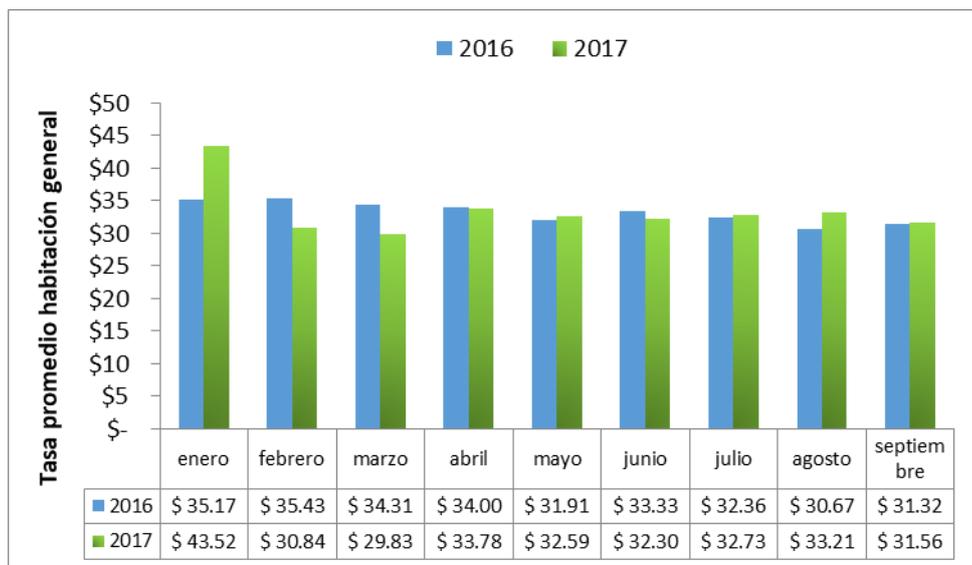


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 30 y 36 dólares. Además se observa que en los dos años las tarifas de una habitación general a partir de abril tiene una variación baja, manteniéndose alrededor de \$32.

Ilustración 49: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-septiembre 2016 y 2017

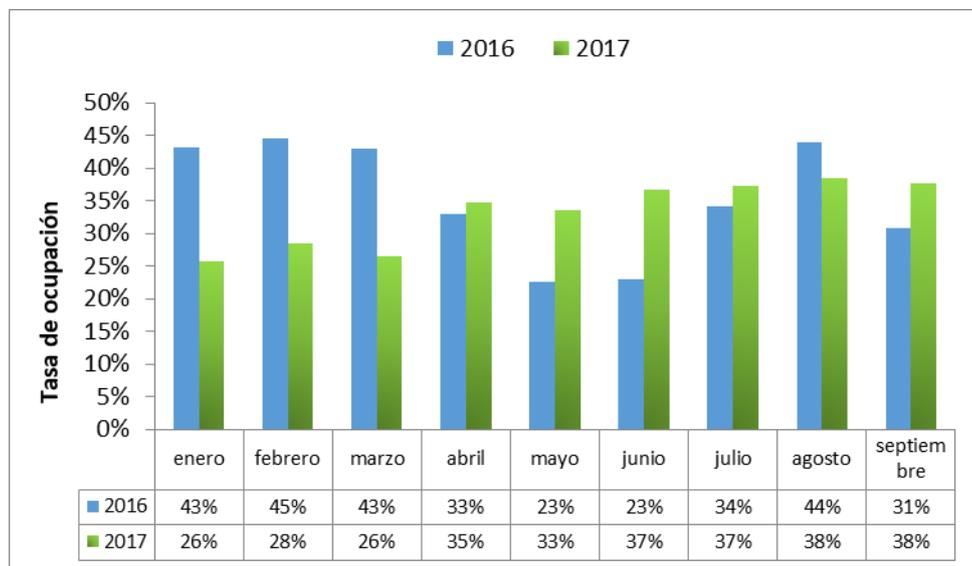


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero a partir de abril las tasas se fueron incrementando hasta llegar a 38% en el mes de agosto y septiembre, a diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento

contrario, así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 43%. Las menores tasas de ocupación experimentadas en el año 2016 fueron los meses de mayo y junio con valores alrededor del 23%, pero la tasa se recupera en el tercer trimestre del año 2016, presentando un repunte en el mes de agosto de dicho año a 44%.

Ilustración 50: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Estos datos son fluctuantes cuando vamos analizando por categoría a los establecimientos.

8.3.2 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

En esta categoría se agrupan hoteles que en el catastro son de cinco estrellas, estos son menos de cinco en la ciudad.

Tabla 17: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría cinco estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media	media	media	media	media	media	media	media	media	
Tarifa promedio habitación general	\$126.17	\$ 59.38	\$57.38	\$76.50	\$ 82.88	\$ 79.50	\$ 111.01	\$ 128.20	\$ 117.45	\$ 118.89
Porcentaje de huéspedes nacionales	68.74%	52.89%	50.77%	63.77%	63.66%	94.90%	73.71%	59.44%	67.07%	66.74%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31.26%	47.11%	49.23%	36.23%	36.34%	5.10%	26.29%	40.56%	32.93%	33.26%
Tasa de ocupación	37.04%	53.22%	39.91%	58.74%	51.69%	54.03%	48.06%	53.58%	41.01%	47.55%

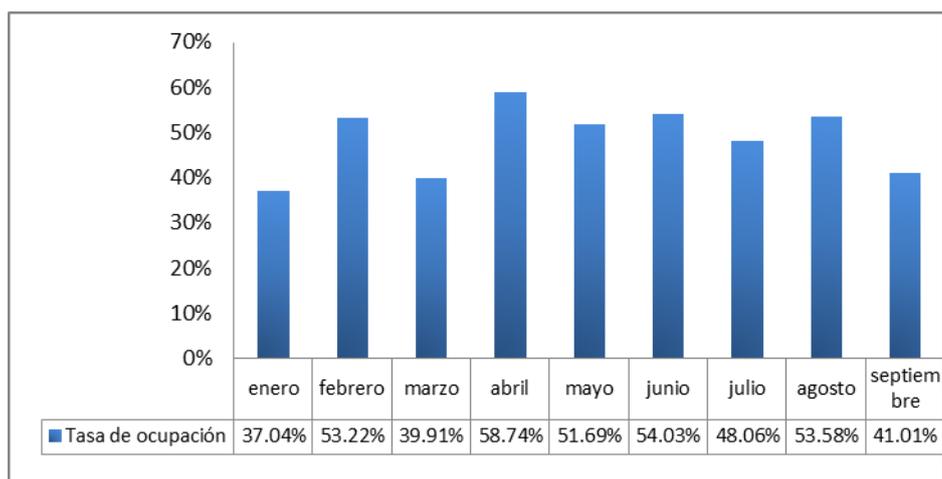
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cinco Estrellas, hay un porcentaje promedio de nacionales huéspedes de 74.11% para el segundo trimestre, porcentaje que disminuye para el tercer trimestre a 66.74%.

La tarifa promedio de una habitación en general varía de \$111 a \$128 en los meses julio-septiembre, lo que da un promedio de \$118.89 valor mayor que \$79.63 que fue la tarifa promedio del trimestre anterior. (Ver tabla 17).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca es alto, en promedio (54.82%) para el segundo trimestre y menor para el tercero (47.55%), con una fuerte disminución en el mes de septiembre (ver tabla 17). Las menores tasas de ocupación experimentadas en el tercer trimestre del año 2017 pueden explicarse por el incremento de las tarifas promedio de una habitación general en el mismo periodo. Como se puede observar los establecimientos hoteleros de cinco estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos.

Ilustración 51: Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas

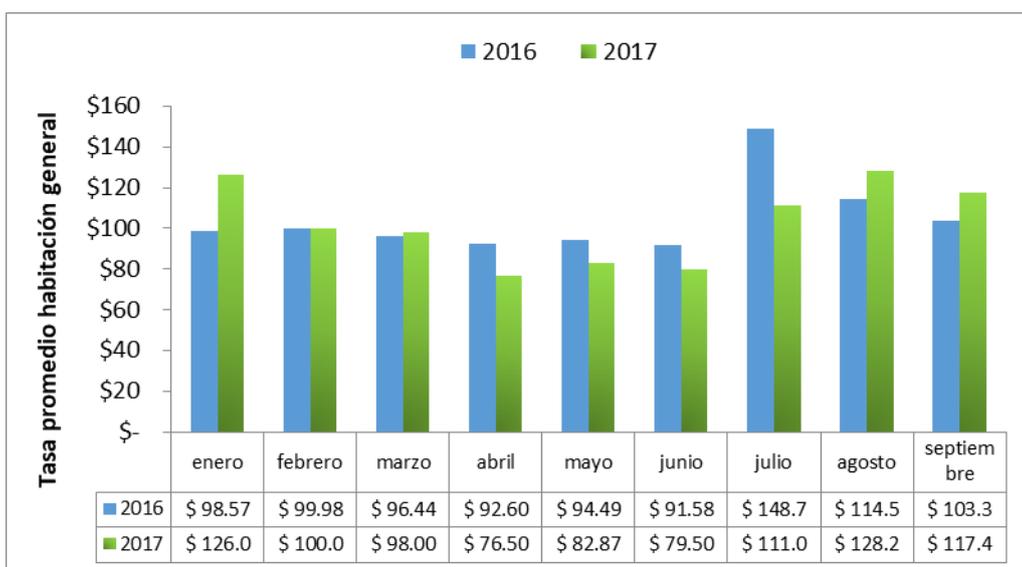


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de julio de 2016 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período con valor de \$148.70. Todos los demás meses fluctúan entre 77 y 114 dólares. En el tercer trimestre de los años 2016 y 2017 se experimenta las mayores tarifas.

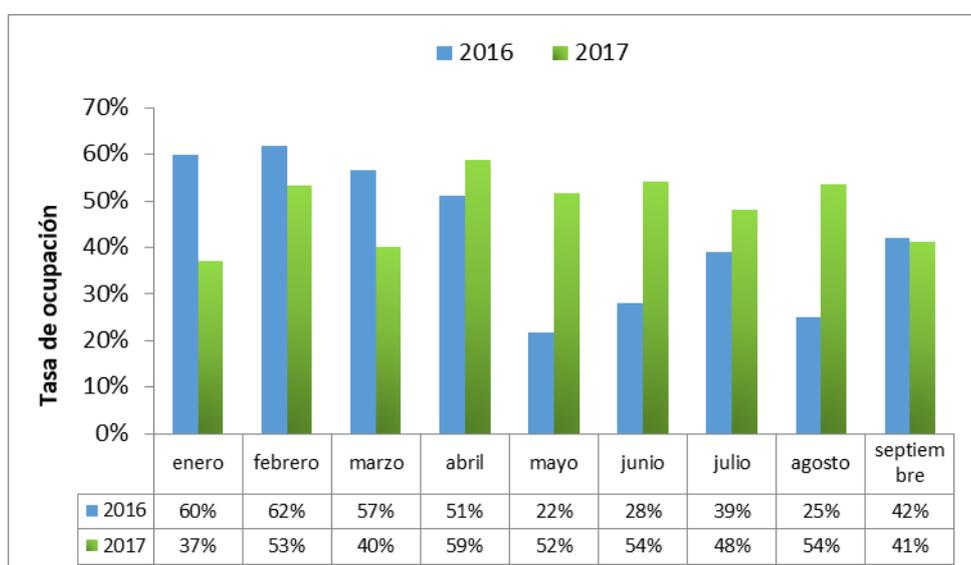
Ilustración 52: Tarifa promedio habitación general, categoría: cinco estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores mayores que 52%, a diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento contrario, así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 60%. En el tercer trimestre del año 2017 se observa nuevamente una disminución de las tasas de ocupación pero son mayores con respecto al año 2016.

Ilustración 53: Tasa de ocupación, categoría: cinco estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

A continuación se presenta la información relevante de oferta hotelera de hoteles de cuatro estrellas. Este grupo de establecimientos tienen indicadores con valores menores a los de las secciones de cinco estrellas.

Tabla 18: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Cuatro Estrellas

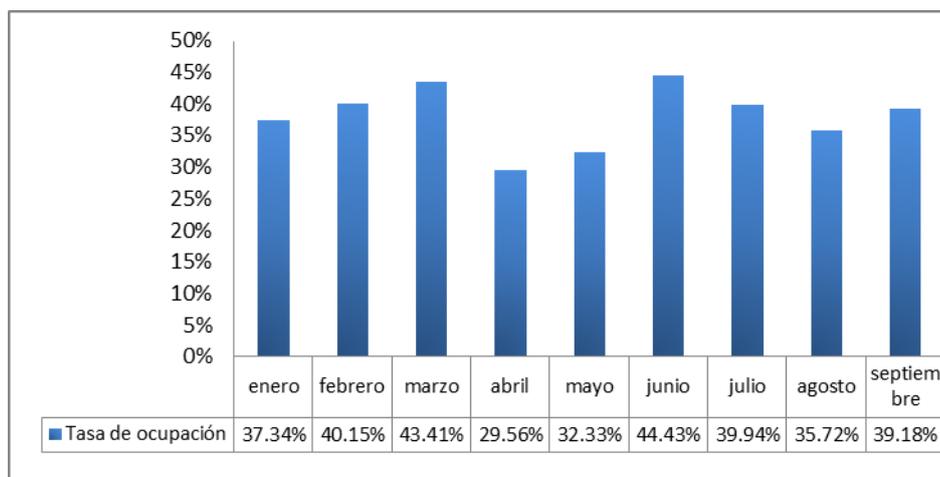
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media	media	media	media	media	media	media	media	media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 105.63	\$ 51.02	\$ 44.25	\$ 44.20	\$ 36.24	\$ 35.41	\$ 51.15	\$ 50.76	\$ 49.20	\$ 50.37
Porcentaje de huéspedes nacionales	72.30%	59.23%	58.08%	47.62%	46.70%	40.34%	62.77%	64.21%	69.08%	65.35%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	27.70%	40.77%	41.92%	29.56%	32.33%	44.43%	37.23%	35.79%	30.92%	34.65%
Tasa de ocupación	37.34%	40.15%	43.41%	29.56%	32.33%	44.43%	39.94%	35.72%	39.18%	38.28%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 62% y 69%; con un promedio de 65.35% en el tercer trimestre que es mayor comparado con el trimestre anterior (Ver tabla 18). La tarifa promedio de una habitación en general en el tercer trimestre es de \$49.20 y de \$51.15, evidenciándose un incremento de las tarifas en este período que en promedio llega a \$50.37, este incremento puede explicarse por un leve aumento en las tasas de ocupación.

Según el cuadro 18, el porcentaje promedio de ocupación en este tipo de establecimientos en la ciudad de Cuenca fue 40.30% en el primer trimestre, bajando a 35.44% en promedio para el segundo trimestre, recuperándose levemente hasta llegar a 38.28% en promedio en el tercer período. Como se puede observar los hoteleros de Cuatro Estrellas tienen una menor tasa de ocupación en este período en comparación con la categoría cinco estrellas. Siendo el mes de junio en el que este tipo de establecimientos experimentó la mayor tasa de ocupación \$44.43

Ilustración 54: Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas

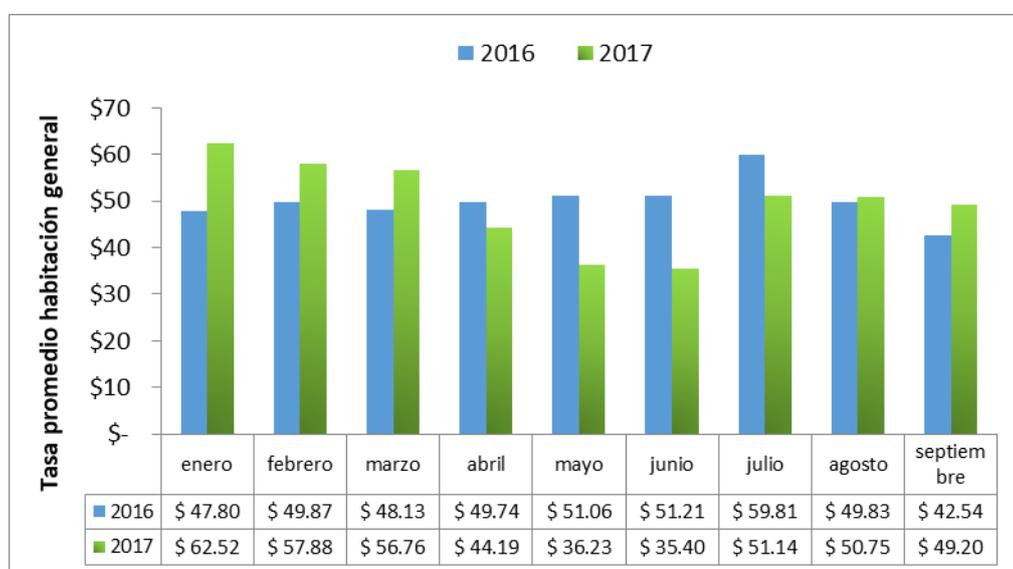


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 y julio de 2016 son los meses que tienen una tarifa mayor en todo el período. Las tarifas en el año 2017 empiezan a recuperarse en este tercer trimestre en comparación las tarifas del segundo trimestre que son las más bajas en todo el periodo analizado con valores que fluctúan entre \$35 y \$36.

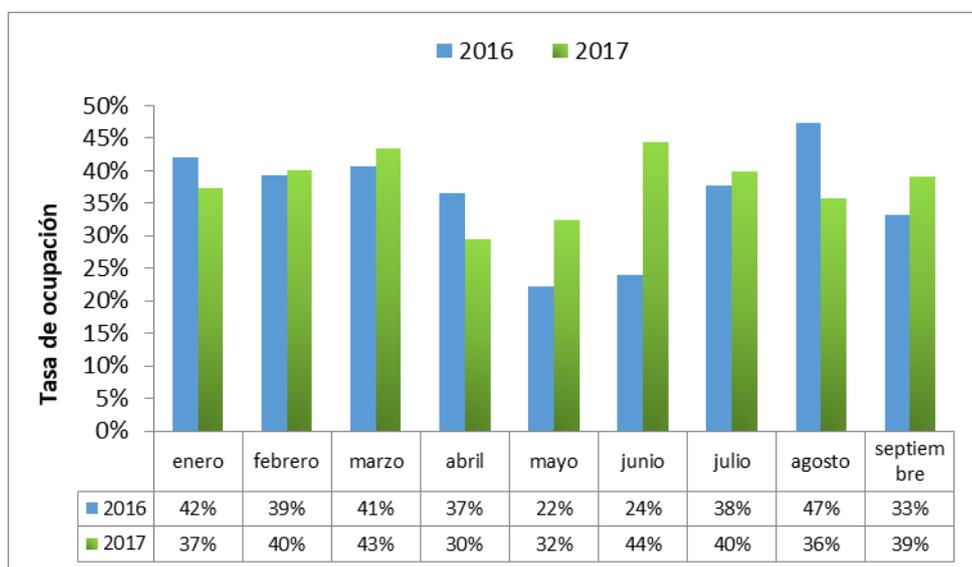
Ilustración 55: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron altas pero en abril, mayo y junio las tasas fueron variando con disminuciones en los meses abril- mayo e incrementos en el mes de junio del año 2017 siendo el mes con mayor tasa de ocupación (44%) en esta categoría de hoteles. Similar comportamiento se observa para los meses de enero – mayo 2016. Así, parece existir un comportamiento estacional, ya que en los primeros meses de los años 2016 y 2017 hay altas tasas de ocupación, en el siguiente trimestre presenta menores tasas, hasta que el tercer trimestre se empieza a recuperar las tasas de ocupación.

Ilustración 56: Tasa de ocupación, categoría: cuatro estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En la tabla 19 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

Tabla 19: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría: tres estrellas

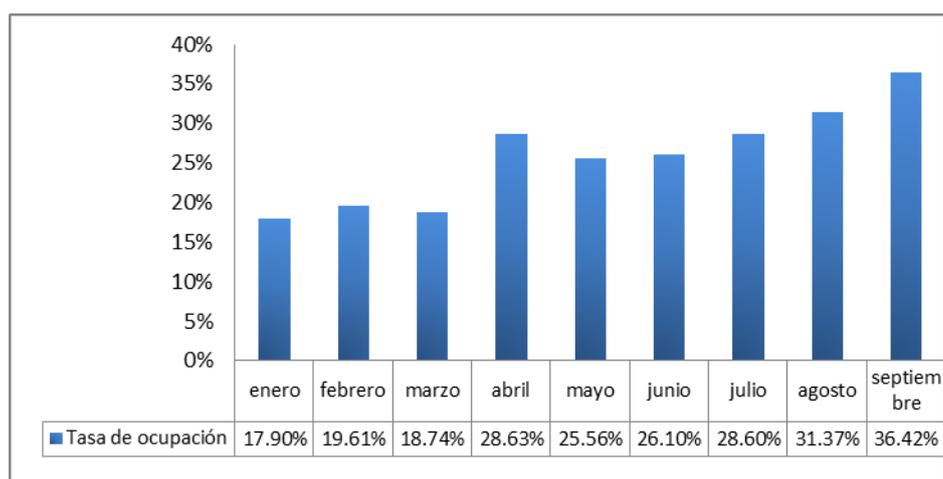
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Tarifa promedio habitación general	\$ 39.33	\$ 32.16	\$ 31.63	\$ 32.82	\$ 32.25	\$ 32.70	\$ 36.19	\$ 35.63	\$ 37.60	\$ 36.47
Porcentaje de huéspedes nacionales	89.45%	62.89%	68.94%	65.78%	69.67%	70.48%	72.67%	78.26%	63.44%	71.46%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	10.55%	37.11%	31.06%	34.22%	30.33%	29.52%	27.33%	21.74%	36.56%	28.54%
Tasa de ocupación	17.90%	19.61%	18.74%	28.63%	25.56%	26.10%	28.60%	31.37%	36.42%	32.13%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles es en promedio de 73.76% en el primer trimestre, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles, y un menor flujo para el segundo trimestre de 68.64% en promedio, con incrementos leves para el tercer periodo de 71.46% en promedio. La tarifa general promedio de una habitación fue de \$34.37 para los primeros tres meses del año, bajando a \$32.59 para el siguiente periodo, y recuperándose a \$36.47 para el tercer trimestre, que se debe al mejoramiento en las tasas de ocupación.

La tasa de ocupación promedio en los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca con categoría tres estrellas, fue del 18.75%, experimentando una mejoría en el periodo abril-junio con promedio de 26.76%, llegando a un repunte en el mes de septiembre a 36.42%.

Ilustración 57: Tasa de ocupación categoría: tres estrellas

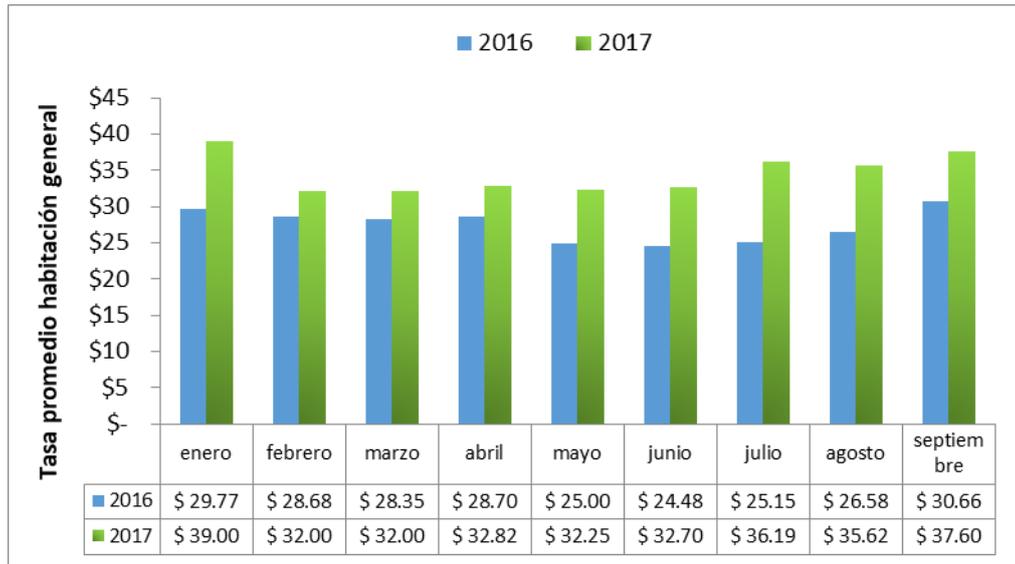


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 24 y 38 dólares. En general se observa que en el año 2017 las tarifas promedio de una habitación son mayores en todos los meses en comparación con los meses del año 2016.

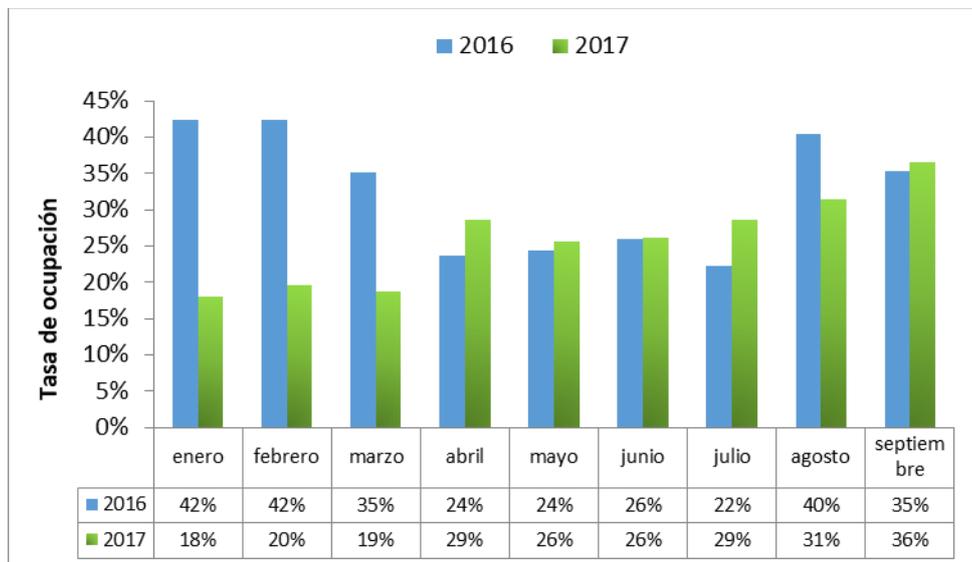
Ilustración 58: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores alrededor de 26%, y aún mayores para el tercer trimestre. A diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento contrario, así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 40%, pero también una recuperación de tasas de ocupación en el tercer trimestre.

Ilustración 59: Tasa de ocupación, categoría: tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En el cuadro 20 se puede revisar los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 20: Indicadores de oferta enero- septiembre: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Tarifa promedio habitación general	\$ 28.53	\$ 26.00	\$ 25.89	\$ 30.67	\$ 30.67	\$ 30.67	\$ 17.25	\$ 16.14	\$ 18.33	\$ 17.24
Porcentaje de huéspedes nacionales	68.12%	55.83%	57.39%	84.66%	85.74%	83.70%	93.23%	92.04%	99.34%	94.87%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31.88%	44.17%	42.61%	15.34%	14.26%	16.30%	6.77%	7.96%	0.66%	5.13%
Tasa de ocupación	24.97%	29.11%	25.39%	51.91%	50.15%	48.23%	29.25%	25.94%	43.24%	32.81%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

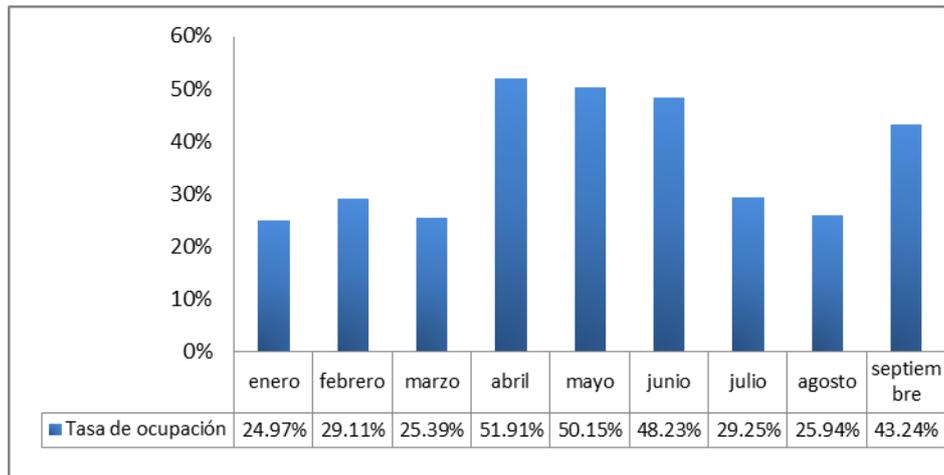
Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos Estrellas, el porcentaje promedio de nacionales hospedados en este tipo de establecimiento es mucho mayor en comparación con el resto de categorías, el promedio del primer trimestre es de 60.45%, experimentando un repunte en el segundo trimestre con un proporción promedio de 84.70%, y otro repunte para el tercer trimestre con proporción de 94.87% en promedio.

La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en promedio en 26.81 dólares para los primeros tres meses del año, con un incremento en el segundo periodo a \$30.67, disminuyendo fuertemente para el tercer trimestre con valor de \$17.24 en promedio, mismo que puede explicarse por las bajas tasas de ocupación experimentadas en este trimestre y con el fin de aumentar dichas tasas se concede promociones o descuentos.

Con respecto a la tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca en esta categoría, mantuvo una ocupación promedio de enero a marzo de 26.49%, experimentando un fuerte incremento en los meses de abril a junio con promedio de 50.10%, pero para los meses julio a septiembre se visualiza una fuerte disminución con promedio de 32.81%.

Ilustración 60: Tasa de ocupación categoría: dos estrellas

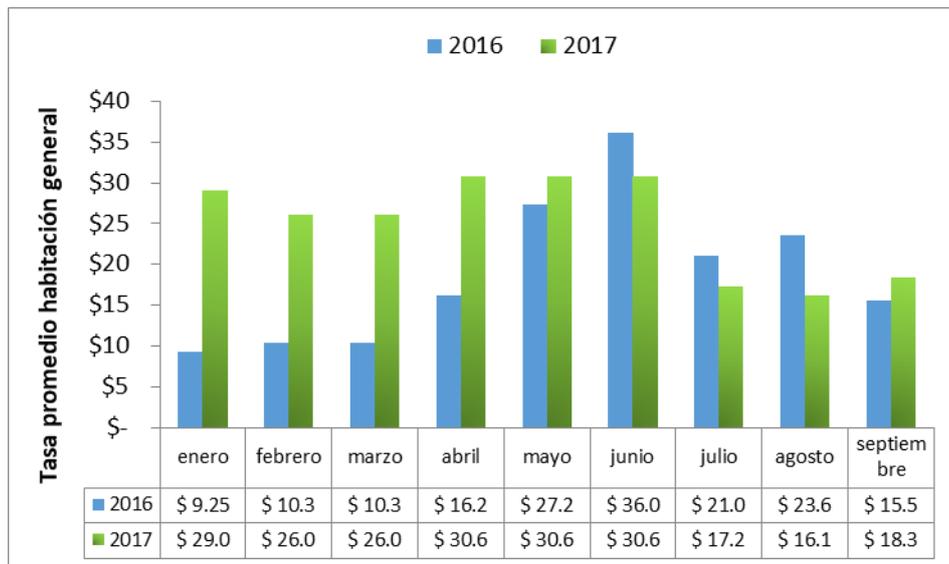


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de junio de 2016 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 9 y 31 dólares. Así, el comportamiento general en los meses julio-agosto-septiembre de los años 2016 y 2017 se experimenta tarifas menores con respecto al trimestre anterior.

Ilustración 61: Tarifa promedio habitación general, categoría: dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017

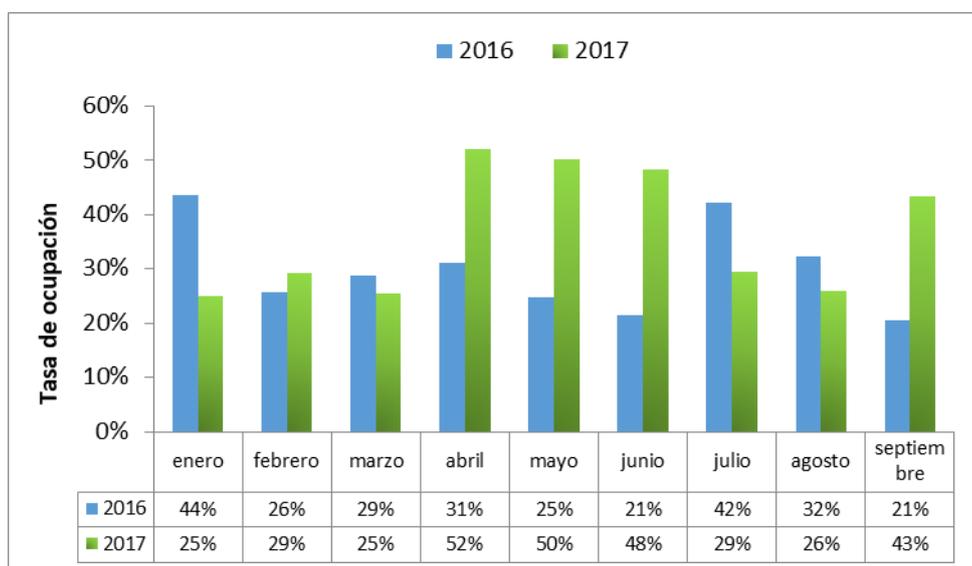


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores alrededor de 50%, a diferencia del año 2016 en donde para el mes de enero se observa una tasa alta (44%) y para el resto de meses valores que fluctúan entre el 21% y 29%. Se observa que las

tasas de ocupación de este tipo de establecimiento empieza a recuperarse en el mes de septiembre con valor de 43%, que se explica por las bajas tarifas promedio generales.

Ilustración 62: Tasa de ocupación, categoría: dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.6 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

Hostales Tres Estrellas

En esta sección también se analiza otros establecimientos, específicamente hostales. Estos hostales tienen su propia categorización en el Ministerio de Turismo. Se dividen en tres, dos y una estrella.

Tabla 21: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Tarifa promedio habitación general	\$ 34.80	\$ 34.05	\$ 34.05	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 29.04	\$ 29.04	\$ 22.45	\$ 26.84
Porcentaje de huéspedes nacionales	79.53%	91.77%	93.52%	60.91%	69.04%	59.52%	48.97%	49.87%	56.62%	51.82%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	20.47%	8.23%	6.48%	39.09%	30.96%	40.48%	51.03%	50.13%	43.38%	48.18%
Tasa de ocupación	25.16%	30.81%	27.63%	29.01%	29.59%	25.49%	23.86%	32.54%	26.33%	27.57%

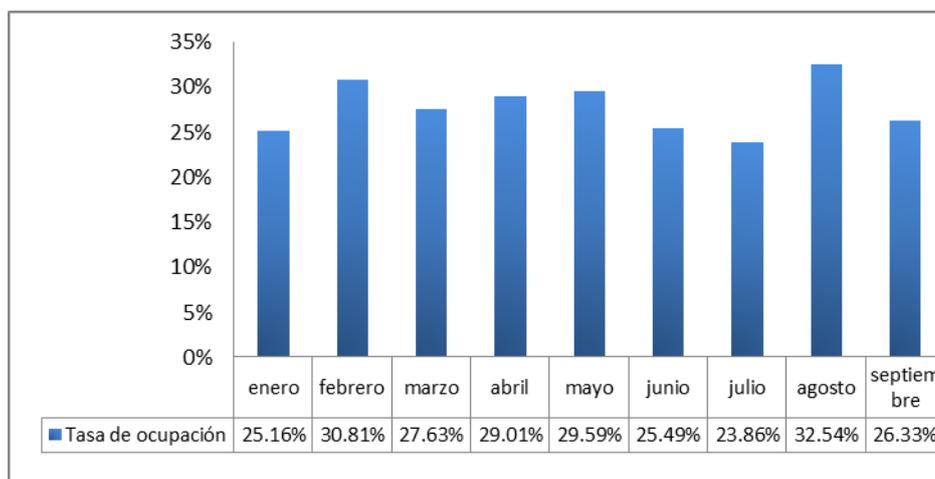
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 88.27% en el periodo enero-marzo; mostrando un fuerte cambio tendencial para el segundo periodo con promedio de 63.15%, y disminuyendo aún más para el tercer trimestre con

valor de 51.82% en promedio. La tarifa promedio en estos establecimientos, durante el trimestre julio-septiembre fue de \$26.84 en promedio, menor al promedio del anterior periodo que fue de \$28 dólares.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, categoría hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca, fue en promedio de 27.87% para los meses enero marzo, experimentando un relativo aumento al 28.03% en el trimestre abril junio, con una relativa disminución para el tercer trimestre con valor de 27.57% en promedio. En el mes de agosto, este tipo de establecimiento hotelero experimenta la mayor tasa de ocupación con valor de 32.54%.

Ilustración 63: Tasa de Ocupación categoría: Hostal tres estrellas

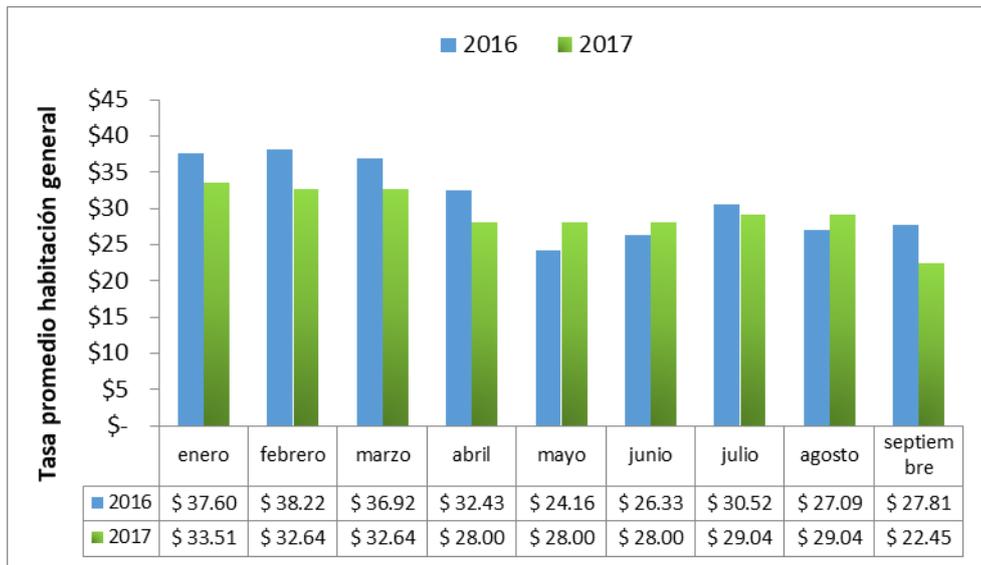


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero-marzo 2016 y 2017 presentan mayores tarifas alrededor de \$38 y \$33 respectivamente, pero en los siguientes meses las tarifas fueron disminuyendo con valores entre 24 y 32 dólares.

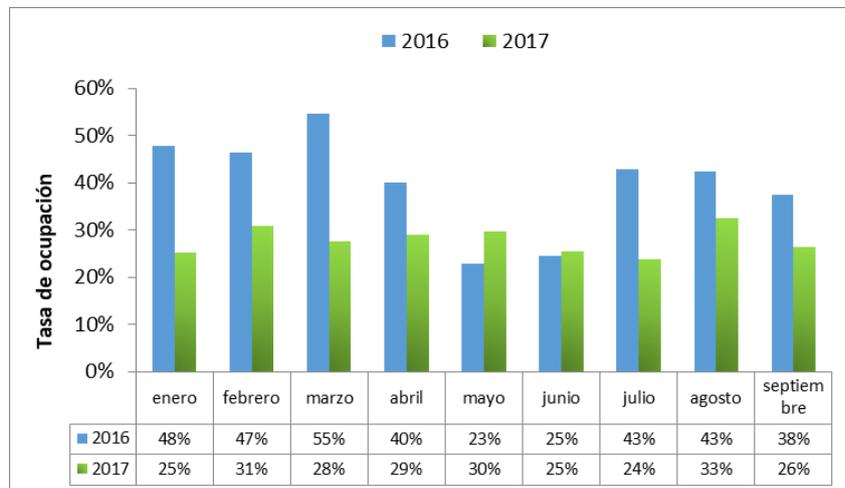
Ilustración 64: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a junio del año 2017 se mantienen entre 25% y 31%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas se fueron disminuyendo con valores alrededor del 25% y 40%. Así, en el tercer trimestre de ambos años las tasas de ocupación empiezan a recuperarse, cabe mencionar que la recuperación en tercer trimestre del año 2016 es más fuerte en comparación con la recuperación del año 2017 del mismo periodo.

Ilustración 65: Tasa de ocupación, categoría: hostel tres estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En esta sección se va a analizar a los hostales de dos estrellas.

Tabla 22: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

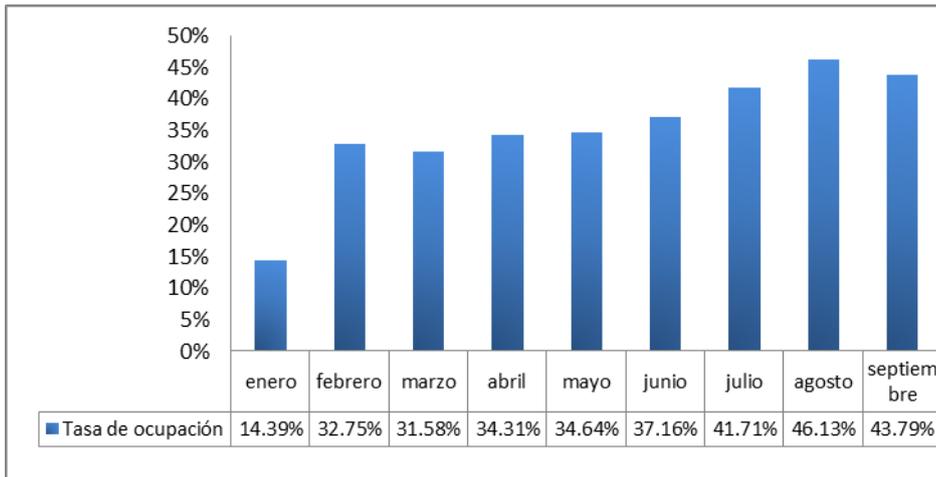
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Tarifa promedio habitación general	\$ 15.66	\$ 18.51	\$ 17.94	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 33.86	\$ 14.79	\$ 14.83	\$ 12.23	\$ 13.95
Porcentaje de huéspedes nacionales	84.45%	88.62%	87.69%	78.22%	90.23%	87.85%	89.84%	89.55%	89.38%	89.59%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	15.55%	11.38%	12.31%	21.78%	9.77%	12.15%	10.16%	10.45%	10.62%	10.41%
Tasa de ocupación	14.39%	32.75%	31.58%	34.31%	34.64%	37.16%	41.71%	46.13%	43.79%	43.88%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas, el porcentaje de nacionales hospedados es bastante alto con valores en promedio de 86.92% para los primeros tres meses, experimentando un relativo descenso para el periodo subsiguiente a 85.43%, con aumento a 89.59% para el tercer trimestre. La tarifa general promedio del trimestre enero marzo fue de \$17.37, con un fuerte aumento a \$32.06 en promedio para el periodo abril junio, pero con una gran disminución de la tarifa para el tercer trimestre con valor de \$13.95, en promedio.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue de 26.24%, presentando una mejoría en el segundo trimestre con una proporción promedio de 35.37%, con repunte para el tercer trimestre con valor de 43.88% en promedio, valor que puede explicarse por una reducida tarifa de habitación general.

Ilustración 66: Tasa de ocupación categoría: Hostales dos estrellas

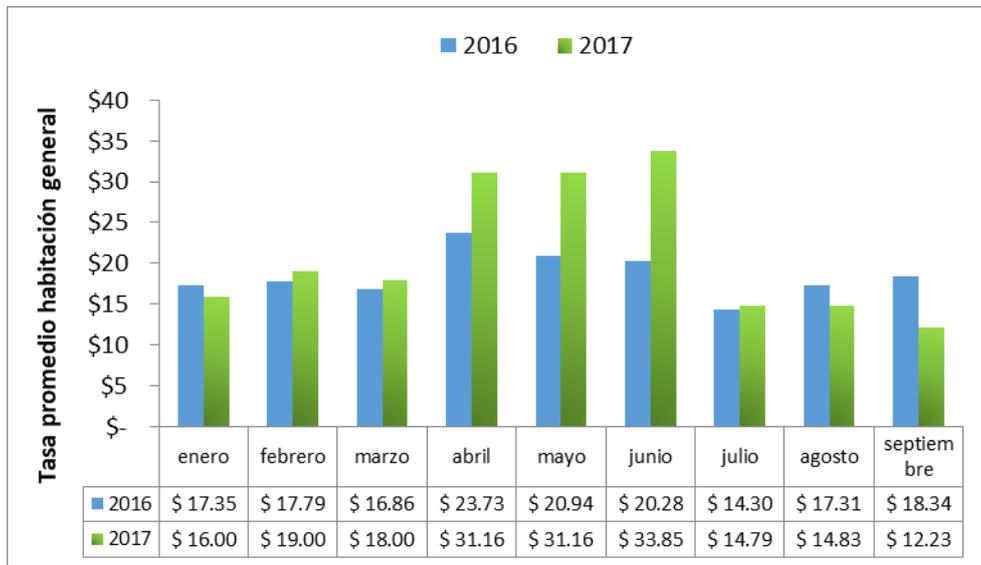


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero-marzo 2016 y 2017 presentan tarifas bajas alrededor de \$17 y \$18 respectivamente, pero en abril, mayo y junio las tarifas de una habitación general fueron incrementándose con valores entre 20 y 34 dólares, no obstante para el tercer trimestre las tarifas disminuyen fuertemente con valores entre 12 y 18 dólares.

Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017

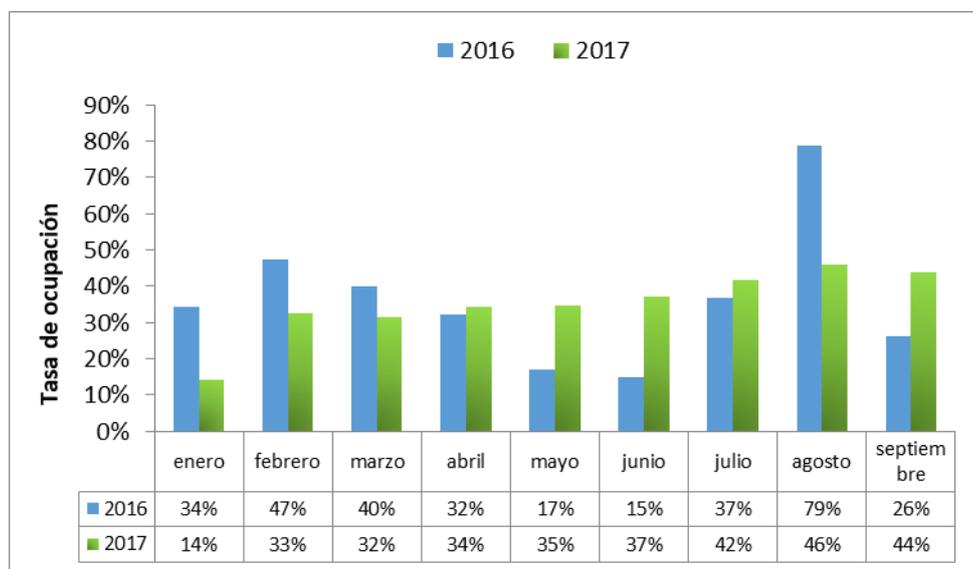


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas, pero para abril a junio las tasas se incrementan con valores alrededor de 35%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas

se fueron disminuyendo con valores alrededor del 34% y 47%. Además se observa que las tasas de ocupación se recuperan para el tercer periodo de los años 2016 y 2017, siendo el mes de agosto 2016 que presenta mayor tasa de ocupación con valor de 79%.

Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: hostel dos estrellas, enero-septiembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales una estrella

Por último en esta sección se va a analizar a los hostales de una estrella que son los de menor categoría en este tipo de establecimientos de hospedaje. Sin tomar en cuenta la clasificación única que no se analiza debido a la variación en esa última clasificación.

Tabla 23: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Una Estrella

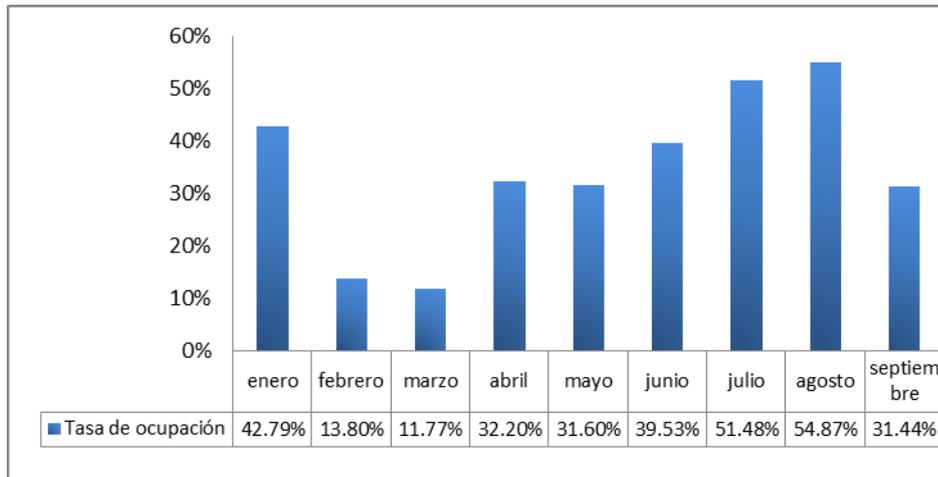
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero media	febrero media	marzo media	abril media	mayo media	junio media	julio media	agosto media	septiembre media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 19.75	\$ 25.96	\$ 26.00	\$ 16.52	\$ 16.84	\$ 16.90	\$ 19.17	\$ 19.17	\$ 15.25	\$ 17.86
Porcentaje de huéspedes nacionales	85.96%	36.64%	36.84%	90.28%	84.43%	87.93%	82.64%	83.67%	92.19%	86.17%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	14.04%	63.36%	63.16%	9.72%	15.57%	12.07%	17.36%	16.33%	7.81%	13.83%
Tasa de ocupación	42.79%	13.80%	11.77%	32.20%	31.60%	39.53%	51.48%	54.87%	31.44%	45.93%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales una estrella, el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 53.15% para enero-marzo, mientras que para abril junio hay mayor incidencia de turistas nacionales hospedados con promedio de 87.55%, similar al 86.17% de

huéspedes nacionales para el tercer trimestre. La tarifa promedio por habitación general fue de \$23.90 en el primer trimestre enero marzo, pero para el segundo trimestre, la tarifa promedio fue menor (\$16.75), experimentando una relativa mejora para el tercer trimestre del año con valor de \$17.86 en promedio. Esta relativa mejora puede darse por el incremento en la tasa de ocupación que experimenta este tipo de establecimientos en esta parte del año. El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, hostales una estrella, aumenta drásticamente de 22.78% en enero-marzo a 34.44% para los meses abril-junio, con repunte para el periodo julio-septiembre con valores de 45.93% en promedio.

Ilustración 69: Tasa de ocupación categoría: Hostal una estrella

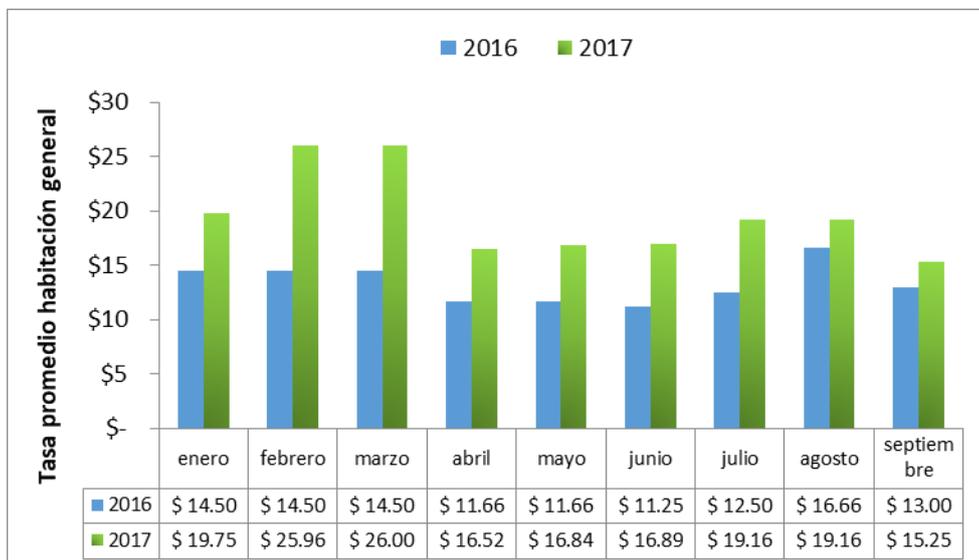


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

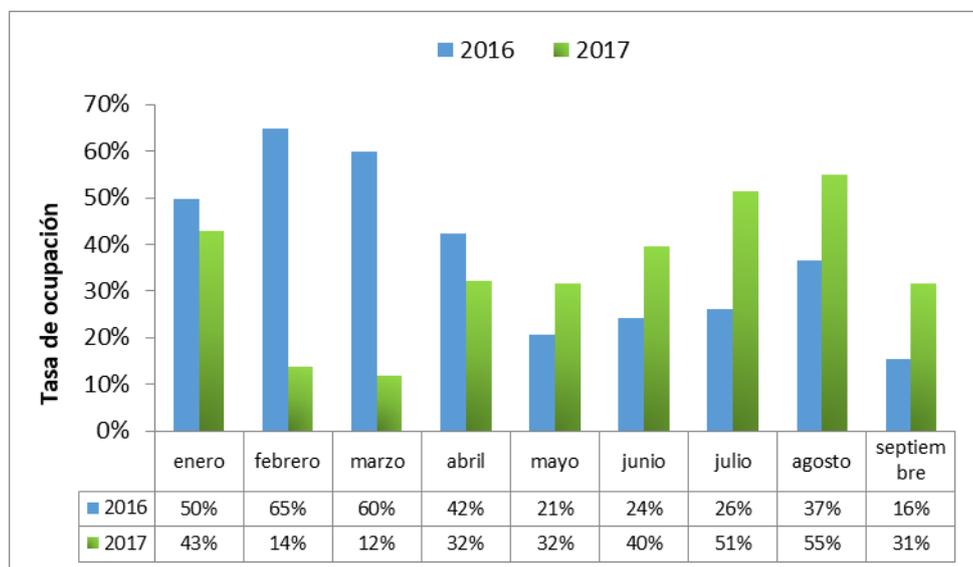
Los meses enero-marzo del 2017 presentan las mayores tarifas promedio habitación general del periodo con valores entre \$20 y \$26. Todo el resto de meses tienen una tarifa con valores entre 11 y 19 dólares.

Ilustración 70: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostal una estrella, enero-septiembre 2016 y 2017



En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero 2017 fue alta (43%) con una disminución fuerte para febrero-marzo con valores alrededor del 13%, pero para abril a junio las tasas se incrementan con valores alrededor de 32% y 40%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas se fueron disminuyendo con valores alrededor del 21% y 42%. Así, en los meses de julio a septiembre las tasas aumentan, siendo el mes de agosto de 2017 que presenta la mayor tasa en todo el año con valor de 55%.

Ilustración 71: Tasa de ocupación, categoría: hostel una estrella, enero-septiembre 2016 y 2017



8.3.7 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). En esta ocasión se completó los datos con las dos formas de cálculo de la Rev Par, la primera con la como la tarifa promedio general por el número de habitaciones ocupadas en el mes o, en caso de no tener la información para construirla de esta forma se usó la fórmula de los ingresos totales del establecimiento (ventas) de alojamiento dividido para el número total de habitaciones disponibles.

Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos
Enero-septiembre 2017

Categoría establecimiento	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	
	media									
Total	\$ 13.67	\$ 12.14	\$ 14.75	\$ 17.50	\$ 15.08	\$ 16.27	\$ 19.25	\$ 19.92	\$ 21.30	\$ 20.15
Hotel Cinco estrella	\$ 30.50	\$ 27.83	\$ 17.20	\$ 58.89	\$ 48.95	\$ 48.94	\$ 50.26	\$ 66.91	\$ 39.25	\$ 52.14
Hotel Cuatro estrell	\$ 30.47	\$ 16.16	\$ 13.70	\$ 34.90	\$ 36.90	\$ 35.41	\$ 18.43	\$ 19.16	\$ 15.83	\$ 17.81
Hotel Tres estrellas	\$ 15.98	\$ 6.16	\$ 5.96	\$ 8.94	\$ 8.08	\$ 7.14	\$ 8.94	\$ 8.08	\$ 7.14	\$ 8.05
Hotel Dos estrellas	\$ 10.47	\$ 7.53	\$ 38.89	N/D	N/D	N/D	\$ 6.34	\$ 5.10	\$ 11.31	\$ 7.58
Hostal Tres estrella	\$ 11.28	\$ 13.97	\$ 11.30	\$ 6.89	\$ 6.54	\$ 8.66	\$ 5.17	\$ 7.57	\$ 3.50	\$ 5.41
Hostal Dos estrella	\$ 4.39	\$ 20.69	\$ 23.66	\$ 13.16	\$ 12.45	\$ 19.91	\$ 42.78	\$ 42.27	\$ 50.13	\$ 45.06
Hostal Una estrella	\$ 7.36	\$ 7.33	\$ 7.06	\$ 7.83	\$ 4.94	\$ 3.20	\$ 5.68	\$ 5.87	\$ 1.06	\$ 4.20

Como se observa en el Cuadro 24 la RevPar promedio del total de establecimientos en el primer trimestre es de \$13.52 dólares y en el segundo trimestre aumenta sensiblemente a \$16.28, con incrementos para el tercer trimestre con valor de \$20.15 en promedio. Siendo los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen con \$25.17 y \$20.11 respectivamente en el primer trimestre, subiendo drásticamente a \$52.26 y \$35.74 respectivamente, pero para el tercer trimestre los hoteles cinco estrellas presentan una tarifa de \$52.14, que en conjunto con los hostales dos estrellas (en promedio una tarifa de \$45.06), presentan las mayores tarifas. Desde aquí los valores van bajando sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles, llegando a \$8.05 para el tercer trimestre correspondiente a hoteles de tres estrellas. En el caso de hoteles cuatro estrellas, experimenta una fuerte caída para el tercer trimestre con valor de \$17.81 en promedio en comparación con el segundo trimestre cuya tarifa fue de \$35.74 en promedio. El valor disminuye relativamente para hoteles dos estrellas a \$7.58, y \$5.41 para hostales tres estrellas para el tercer trimestre. En promedio los hostales una estrella presentan una tarifa RevPar menor en comparación con las anteriores con \$7.25 para los meses enero – marzo, y aún menor para el trimestre abril-junio de \$5.32 en promedio, con disminución a un valor de 4.20 dólares en promedio para el tercer trimestre.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa RevPar como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes. Al comparar los resultados de los cuadros 24 y 25 para los años 2016 y 2017 respectivamente, se observa para la categoría total que la tarifa RevPar en los meses enero a abril del año 2017 fluctúa alrededor de 13.52 dólares en promedio, pero en el periodo abril - junio la tarifa aumenta con valores alrededor de 16.28 dólares, hasta llegar a un valor de alrededor de \$20 en promedio para el tercer trimestre, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron de \$13.76 en promedio, pero en abril a junio la tarifa disminuyó con valores alrededor de 9.3 dólares, disminuyendo aún más para el tercer trimestre con valor de \$8.99 en promedio. Siendo los hoteles cinco y cuatro estrellas los establecimientos con mayor tarifa en el periodo enero-junio, así, se aprecia un aumento de la tarifa para los meses abril-junio del 2017 con valores alrededor de 52.26 y 35.74, periodo en que tiene las más altas tarifas con respecto a todo el periodo analizado. Mientras que los hoteles cinco estrellas se mantiene con altas tarifas para el tercer periodo, los establecimientos de hoteles cuatro estrellas disminuyen fuertemente para el tercer trimestre del año 2017 ubicándose por debajo de hostales dos estrellas, no obstante si se compara con el mismo periodo del año anterior, las tarifas de estos hoteles se mantienen similares con valores alrededor de \$18.24 en promedio.

Adicionalmente, si bien los hoteles dos estrellas presentan tarifas más bajas en comparación con el resto de categorías en el periodo enero-junio 2016 con valores entre 1.64 y 3.47 dólares en promedio, no así en el año 2017 en donde este tipo de establecimientos presenta en promedio mayor tarifa RevPar que la categoría tres estrellas con valores alrededor de \$18.96 en los meses enero-marzo. Cabe señalar que se observa una mejoría general en la tarifa Rev Par en las distintas categorías de establecimiento, así para los hoteles tres estrellas tienen una tarifa entre 7.56 y 3.64 dólares en promedio para el año 2016, experimentando un aumento para el año 2017 con valores entre 9.37 y 8.05 dólares en promedio. No obstante para el tercer periodo del año 2017 las tarifas del resto de categorías se mantienen alrededor de los valores del mismo periodo del año 2016.

En cuanto a las categorías tres y dos estrellas, en los meses enero-marzo 2017 tienen tarifas de 12.19 y 16.25 dólares en promedio respectivamente, con disminuciones para abril-junio alrededor de 7.36 y 15.17 dólares respectivamente, mientras que en el año 2016 también se observa una disminución de la tarifa para el segundo parcial del año con valores que fluctúan en 5.26 y 4.37 dólares respectivamente. En general, se observa un deterioro de la tarifa de los establecimientos hostel una estrella, ya que en el segundo trimestre del año 2016 se ve una tarifa alrededor de

15.52 dólares en promedio pero para el mismo parcial del año 2017 se ve un fuerte descenso a 5.32 dólares, y se observa valores relativamente menores para el tercer trimestre del año 2017 que es algo similar a los obtenidos en el año 2016.

Tabla 25: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos
Enero-Junio 2016

Categoría establecimiento	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre
	enero media	febrero media	marzo media	abril media	mayo media	junio media	julio media	agosto media	septiembre media	
Total	\$ 12.79	\$ 15.78	\$ 12.71	\$ 9.63	\$ 8.95	\$ 9.33	\$ 8.94	\$ 11.60	\$ 6.43	\$ 8.99
Hotel Cinco estrella	\$ 48.12	\$ 57.81	\$ 49.69	\$ 45.35	\$ 37.01	\$ 42.33	\$ 58.07	\$ 50.97	\$ 39.48	\$ 49.51
Hotel Cuatro estrell	\$ 22.48	\$ 22.02	\$ 21.14	\$ 18.77	\$ 21.71	\$ 21.03	\$ 21.16	\$ 24.89	\$ 8.68	\$ 18.24
Hotel Tres estrellas	\$ 4.53	\$ 12.66	\$ 5.51	\$ 4.12	\$ 3.40	\$ 3.40	\$ 4.33	\$ 9.77	\$ 3.14	\$ 5.74
Hotel Dos estrellas	\$ 1.47	\$ 1.90	\$ 1.55	\$ 4.24	\$ 2.89	\$ 3.28	\$ 5.92	\$ 6.01	\$ 4.33	\$ 5.42
Hostal Tres estrella	\$ 12.68	\$ 15.83	\$ 12.95	\$ 5.91	\$ 4.46	\$ 5.42	\$ 6.98	\$ 7.79	\$ 6.41	\$ 7.06
Hostal Dos estrella	\$ 4.65	\$ 5.54	\$ 5.09	\$ 4.89	\$ 4.39	\$ 3.81	\$ 3.22	\$ 6.48	\$ 3.00	\$ 4.23
Hostal Una estrella	\$ 4.41	\$ 6.49	\$ 6.67	\$ 16.42	\$ 13.10	\$ 17.04	\$ 4.52	\$ 4.45	\$ 0.63	\$ 3.20

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

9. Bibliografía

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

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

MINTUR. (2015a). Boletín Mensual - Portal Servicios MINTUR. Retrieved April 11, 2017, from <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

MINTUR. (2015b). Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización - Portal Servicios MINTUR. Retrieved April 11, 2017, from

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/perfiles-del-turista-por-mercados-de-acuerdo-a-la-priorizacion/4>

UNWTO. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*.

UNWTO. (2017). Sustained growth in international tourism despite challenges, 15. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_01_january_excerpt_.pdf

10. Anexos

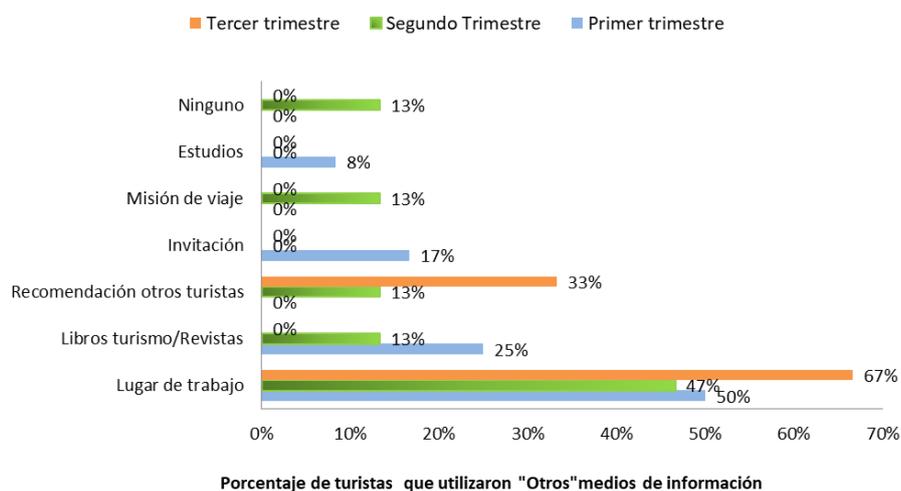
ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO ENERO – JUNIO 2017

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)		
	Primer trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre
Terminales	707	609	810
Aeropuerto	459	425	482
Hoteles	599	465	718

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

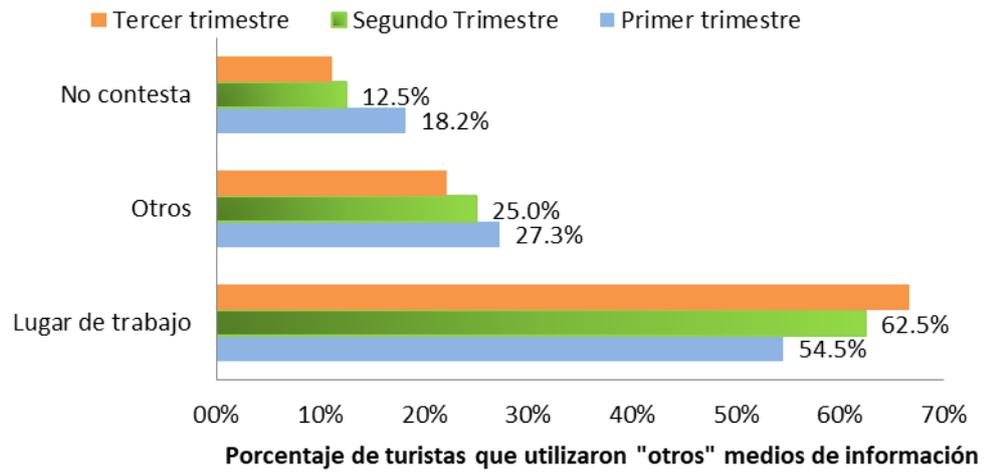
ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 72: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 73: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER