

Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Boletín Tres

Elaborado por

Grupo de Investigación en Economía Regional GIER

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad de Cuenca

Diciembre de 2016

1 Contenido

2	Presentación	5
3	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	6
4	Metodología del Estudio	6
4.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	6
4.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	7
4.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio para el Boletín Dos?	8
5	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	9
5.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	9
5.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	9
5.1.2	Procedencia del Turista	10
5.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	11
5.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	13
5.2	Motivación del Turista.....	14
5.2.1	Motivación.....	14
5.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	15
5.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	15
5.3	Organización del Viaje.....	17
5.3.1	Con quien viaja el Turista	17
5.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	18
5.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	18
5.4.1	Elección del Alojamiento	18
5.4.2	Duración de La Estancia	19
5.4.3	El costo de la Estancia	21
5.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	23
5.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	23
5.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	23
5.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	25
5.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita.....	26
6	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	27
6.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	27

6.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	27
6.1.2	Procedencia del Turista	28
6.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	28
6.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	30
6.2	Motivación del Turista.....	31
6.2.1	Motivación.....	31
6.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	31
6.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	32
6.3	Organización del Viaje.....	34
6.3.1	Con quien viaja el Turista	34
6.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	35
6.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	35
6.4.1	Elección del Alojamiento	35
6.4.2	Duración de La Estancia	36
6.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	38
6.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional.....	38
6.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca	40
6.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	40
6.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad.....	40
6.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino.....	42
7	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	44
7.1	Edad, Género y Procedencia	44
7.2	Estado Civil y Ocupación de Turista	46
7.3	Organización del Viaje y Motivación	47
7.4	Medios de Información Utilizados	48
7.5	Duración de la Estancia	48
7.6	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	49
7.7	Medio de transporte utilizado	49
8	Bibliografía	64

2 Presentación

Continuando con el diagnóstico del quehacer turístico en la ciudad de Cuenca, el Grupo de Investigación en Economía Regional presenta el tercer y final boletín de estadísticas de Oferta y demanda Turísticas del Cantón Cuenca. Este se caracteriza por el reporte de hallazgos relevantes con respecto a los cuatrimestres previos ya reportados en los Boletines Uno y Dos respectivamente.

Entre los hallazgos más notorios se encuentran, por el lado de la demanda, el hecho de que existe, tanto entre turistas extranjeros y nacionales un ligero deterioro en los indicadores perceptivos en la última etapa del año. Además, hay un incremento del flujo de turistas que viene por motivos ajenos a la Recreación, destacándose aquellos que vienen por actividades comerciales. Esto es congruente con las fechas de Navidad y Año Nuevo dónde la actividad de compra y venta se incrementa.

Asimismo, se puede notar una reducción en el gasto turístico por parte del turista nacional, lo cual puede explicarse tanto por factores coyunturales como estacionales.

Finalmente, la apertura del aeropuerto Mariscal Lamar ha significado un cambio en los medios de viaje de los turistas en hoteles, dando una mayor importancia al turista que viene en avión.

Los demás resultados tienden a ser consistentes entre los tres relevamientos realizados lo que avala el proceso metodológico.

3 La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

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

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

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

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

4 Metodología del Estudio

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

4.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

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

- a. Las personas que viajaron por placer o por razones de familia, salud, etc. (Incluso los nacionales que tienen su residencia permanente en el extranjero).

- b. Las personas que acudieron a una reunión o a una asignación, cualquiera que fuere la naturaleza de ésta. (Científica, administrativa, diplomática, religiosa, etc.) Se incluyeron los funcionarios de los organismos internacionales que acudieron a una asignación 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.

4.2 ¿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.

4.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio para el Boletín Dos?

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 una muestra de establecimientos seleccionados.

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

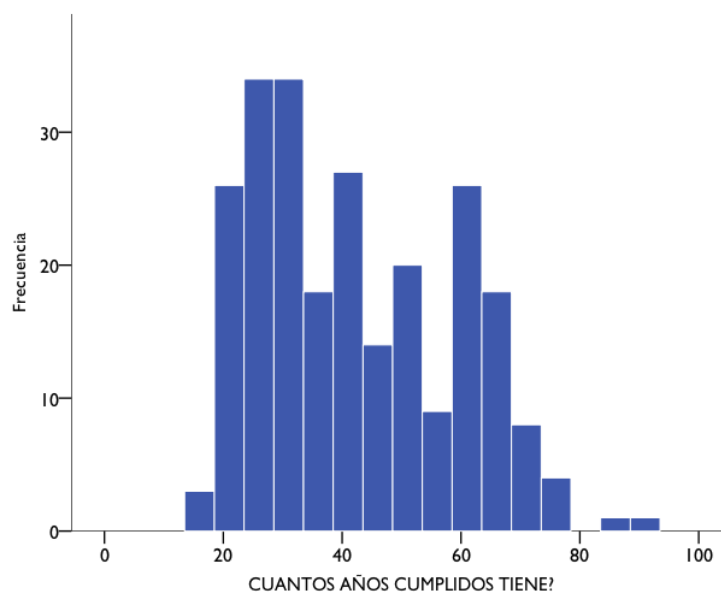
5 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en el Tercer Periodo del año

5.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

5.1.1 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 Los resultados revelan que el visitante en el tercer cuatrimestre se encuentra entre los 20 y los 80 años con una concentración mayor entre los 30 y 40 años. Esto lo siguen caracterizando como un adulto contemporáneo. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 42,21 años, una mediana de 40 años y una moda de 31 años.

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

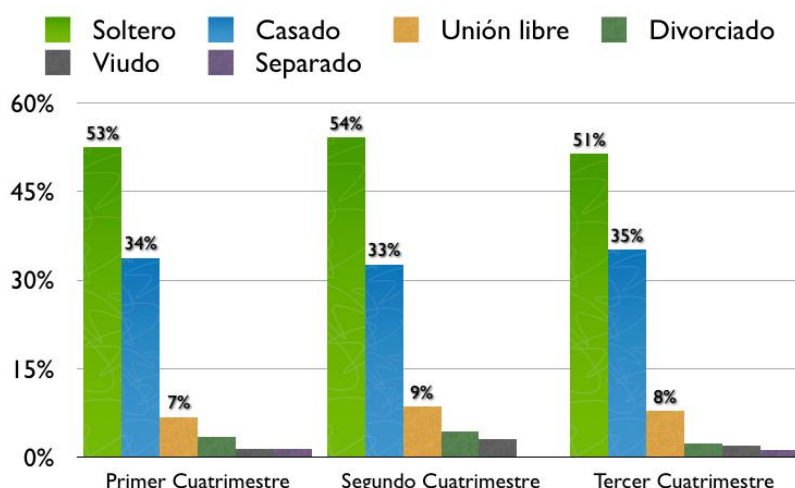


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 2, existe consistencia en el estado civil del turista ya que las variaciones entre las mediciones realizadas entre el segundo y terceros cuatrimestres son mínimas. Aún existe predominancia de turistas solteros (51%) y de casados con una incidencia del 35%. La discrepancia es mínima se puede atribuir a error muestral.

Gráfico 2

Estado Civil del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, aunque hubo equidad en el primer cuatrimestre, la segunda encuesta arrojó aleatoriamente una proporción de 47% de varones versus un 54% de mujeres, lo cual no está lejos de la división encontrada en el primer cuatrimestre. En cambio, en el tercer cuatrimestre se encuentra una prevalencia mayor de turistas varones (62%) contra un 38% de turistas mujeres.

5.1.2 Procedencia del Turista

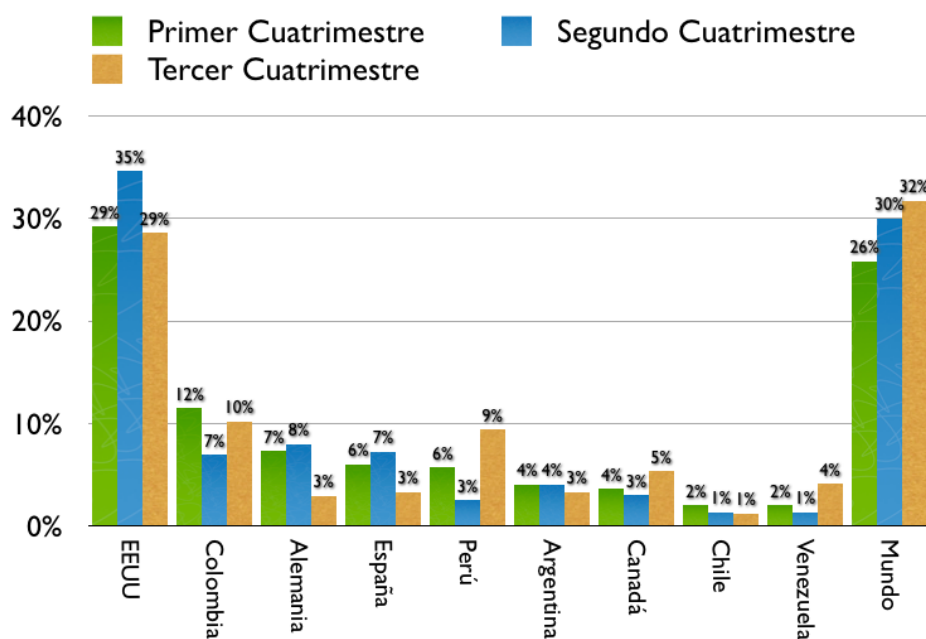
En la parte final del año, la ciudad de Cuenca continúa recibiendo turistas de todo el mundo. Sin embargo, todavía es posible identificar algunas nacionalidades predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 3, la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (29%), lo cual es congruente con resultados de los boletines 1 y 2². Además, sugiere que el flujo de turistas de esta nacionalidad tiende a ser perenne. Luego se encuentran, aunque en proporciones mucho menores, los turistas colombianos (10%) canadienses (5%), y peruanos (9%). Con respecto al segundo cuatrimestre hay una reducción significativa en el flujo de turistas alemanes y españoles. Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (32%), las procedencias siguen tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. La prevalencia de turistas de Asia o África es prácticamente nula.

Ahora bien, una vez hechos los comparativos, algunos comportamientos salen a la luz. En primer lugar, existe una reducción del 6% de visitantes de los Estados Unidos, así como reducciones menores en el flujo de españoles y alemanes. A su vez, se nota una reducción de los flujos procedentes de Argentina y un repunte de visitantes de Colombia y Perú. Asimismo, el crecimiento del flujo procedente del resto del mundo se incrementa impulsado por un ingreso de turistas del Inglaterra, Holanda y Francia.

² Aunque es importante acotar que se registra una reducción de 6 puntos porcentuales con respecto al segundo cuatrimestre.

Gráfico 3

Procedencia del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

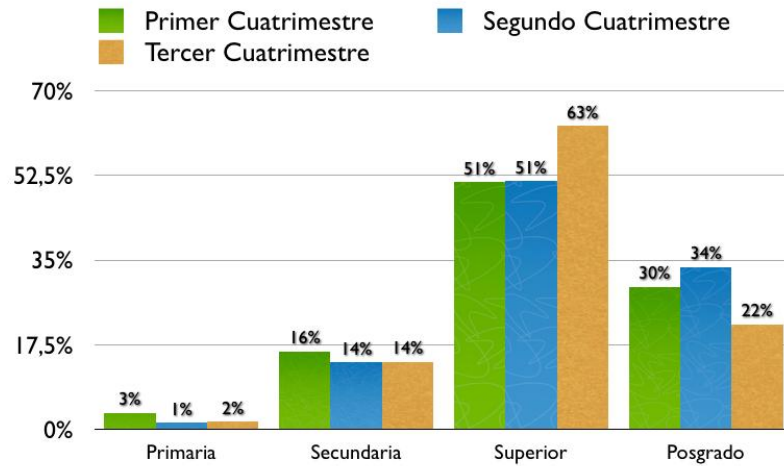
En este tercer periodo, los resultados revelan disgregación similar a la del segundo periodo con respecto a las ciudades de procedencia de los turistas. A pesar de ello, hay tendencias que se mantienen hasta el fin de año, por ejemplo, New York sigue constituyéndose en el principal foco de turistas de los Estados Unidos. Además, se mantiene una proporción importante de turistas colombianos que residen dentro del Ecuador, especialmente en el Norte.

5.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Es importante recalcar que los resultados obtenidos en los tres relevamientos sugieren una tipología del turista sin mayores cambios. Así con respecto a las variables de educación y situación laboral se puede encontrar consistencia en los resultados de todos los periodos lo que a su vez sugiere robustez en el estudio. En este tercer cuatrimestre los resultados, como se aprecia en el Gráfico 4 revelan que el turista extranjero que visita la Ciudad sigue siendo aquel con instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (85%). Sin embargo, existe un incremento de 7 puntos porcentuales en el grupo profesional independiente (de 41% a 48%) como se aprecia en el Gráfico 5. Además, hay una reducción en el flujo de servidores públicos que se explica por la temporada y un incremento de 5 puntos porcentuales en el flujo de comerciantes con respecto al segundo cuatrimestre.

Gráfico 4

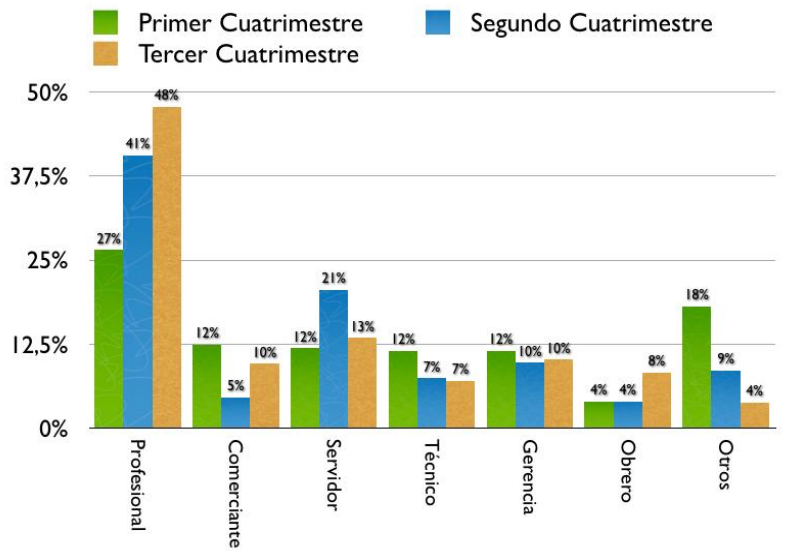
Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 5

Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



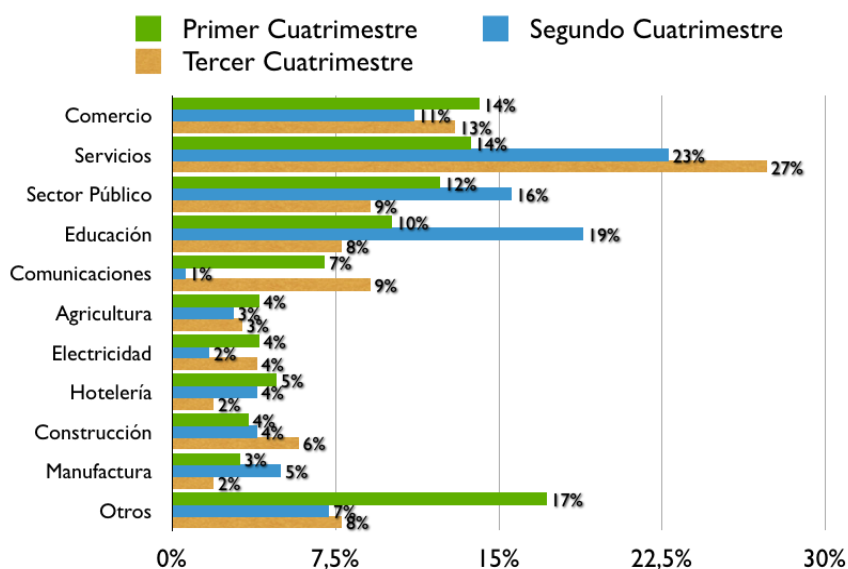
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas extranjeros se dedica a actividades comerciales se registra un incremento en 2 puntos (de 11% a 13%)³. Situación contraria a la de turistas que laboran en el sector público en sus respectivos países (de 16% a 9%). Existe además un

³ Lo cual puede ser explicado por el incremento del flujo comercial de final de año

incremento significativo en la fracción de visitantes que se dedican a servicios profesionales (del 23% al 27%) y una drástica caída en turistas que laboran en el sector educativo (del 19% al 8%)⁴. El restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual, exceptuando al de turistas que laboran en el sector electricidad y que registran un incremento de 8 puntos porcentuales.

Gráfico 6
Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

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

Cuadro 1
Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	Cuatrimestre	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
VIVE SOLO	3	18,9%	2,1%	0,4%	0,4%	1,2%	1,2%	24,3%
PADRES E HIJOS	3	23,0%	4,9%	28,8%	0,4%	1,2%	0,8%	59,3%
PADRES, HIJOS Y OTROS FAMILIARES	3	9,1%	0,8%	6,2%	0,4%			16,5%
Total	3	51,0%	7,8%	35,4%	1,2%	2,5%	2,1%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

⁴ Lo que permite comparar estos resultados sectoriales entre una temporada vacacional de una ampliamente comercial

Como se puede apreciar, no existen cambios bruscos en la composición. Cerca de un 20% de los visitantes viven solos y son solteros, pero un no menos significativo 23% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres. Asimismo, un 28,8% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Tomando en cuenta estos resultados más los obtenidos en los relevamientos anteriores se pueden inferir dos perfiles ya consolidados de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- 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.
- 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.

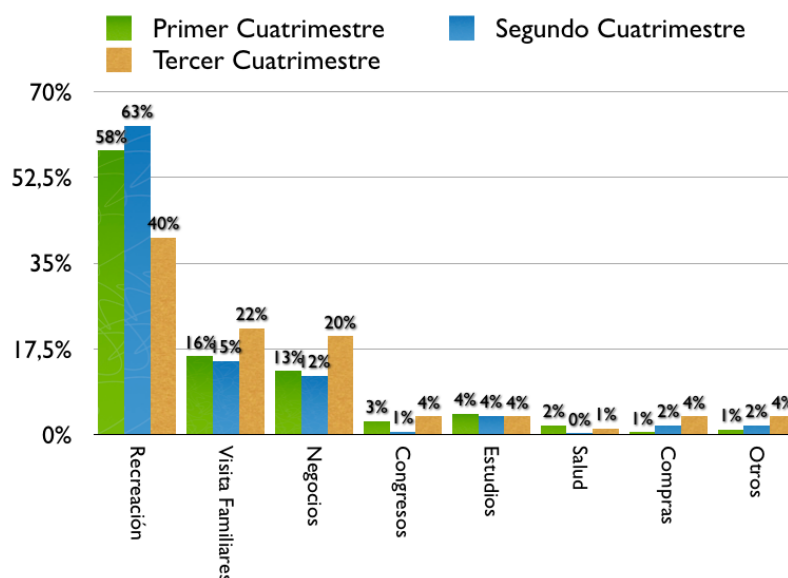
5.2 Motivación del Turista

5.2.1 Motivación

En comparación con el segundo relevamiento, los resultados revelan, como se aprecia en el Gráfico 7, que, aunque la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca sigue siendo la recreación (40%), se registra una fuerte caída en la última parte del año (del 63% al 40%), seguida muy de lejos por otras actividades tales como negocios, que repunta del 15% al 22% o visitas a familiares que hace lo propio (del 12% al 20%). Es importante acotar que el único rubro es presenta una reducción significativa es el recreativo.

Gráfico 7

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

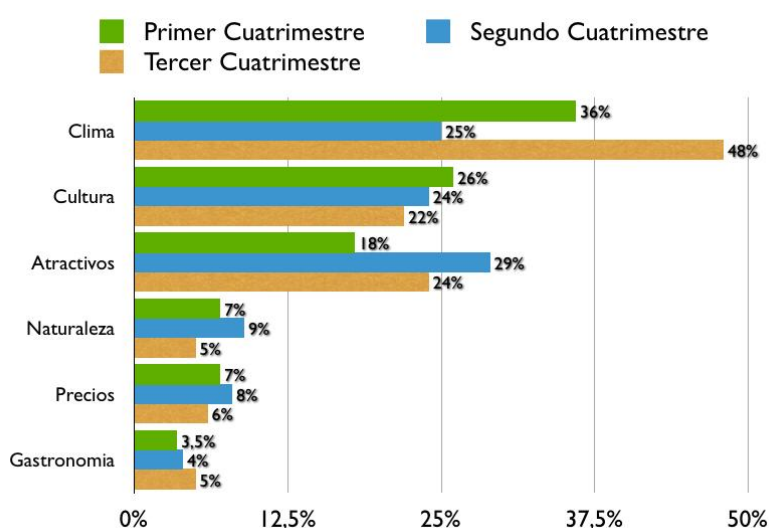


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

A pesar de no existir ninguna sorpresa con respecto al perfil, en esta última parte del año se revierte la tendencia observada en el segundo periodo. Como era de esperarse⁵ ahora elige el destino Cuenca principalmente por el clima (del 25% al 48%), El turismo que vino a la ciudad por atractivos se redujo del 24% al 22% y los atractivos culturales se ubican en un 22%. A diferencia de otros destinos en el país, los paisajes naturales siguen sin representar un atractivo superior para el turista en incluso presentan una caída de 4 puntos porcentuales.

Gráfico 8
Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 52% de los entrevistados al final del año son visitantes de primera vez, mientras que existe una tasa de retorno del 48% lo cual es congruente con los cuatrimestres anteriores. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cinco presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, conclusión reforzada por el primer y segundo relevamiento.

5.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

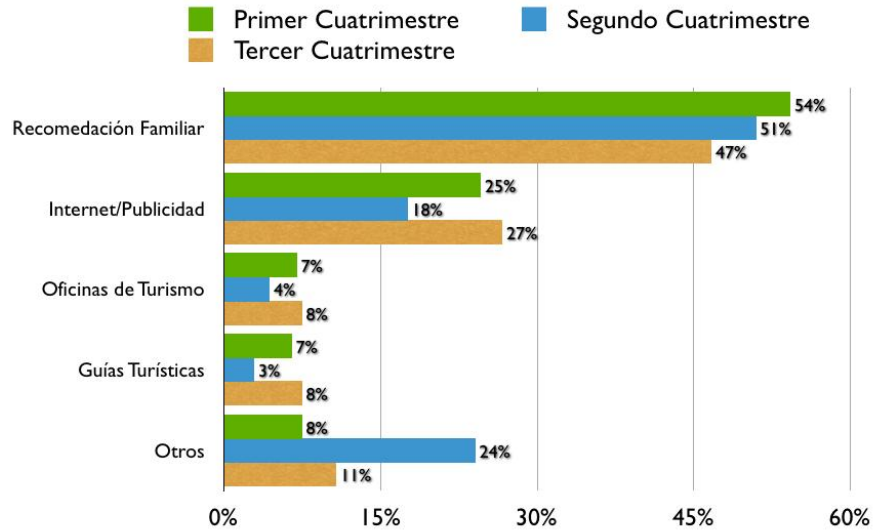
Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista extranjero recibe, en concordancia con el resultado del primer cuatrimestre, mayor información a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente. Es importante notar el repunte del internet y la reducción de consultas a otras fuentes de información. Así es la primera vez que representa Google solo un 16% de los medios de consulta, Tripadvisor repunta levemente (22%), Lonely Planet también presenta un salto importante (del 2% al 8%). La Revista International Living, por primera vez en el año fue citada como fuente de

⁵ Se presume de un componente estacional en el comportamiento.

información relevante de la ciudad por un 16% de los entrevistados en comparación con el 2% del segundo cuatrimestre.

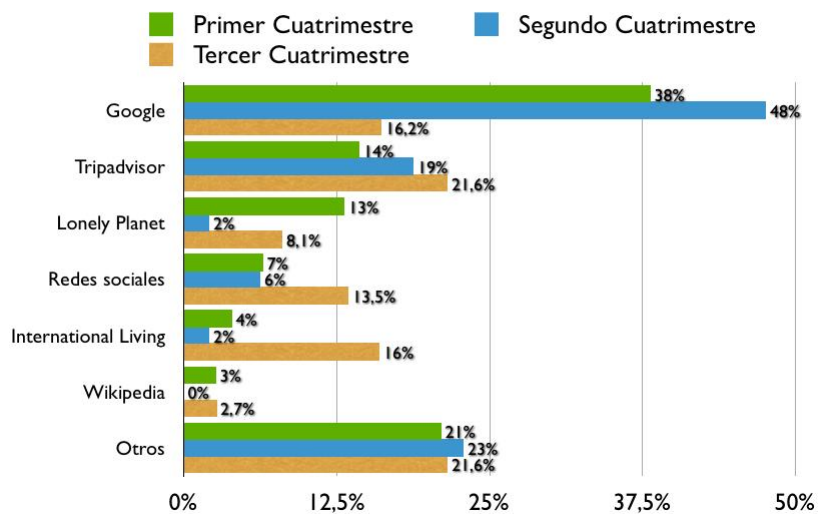
Estos resultados se presentan en los Gráficos 9 y Gráficos 10.

Gráfico 9
Medios de Información utilizados por el turista internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 10
Medios de Internet utilizados por el turista internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas que manifestaron informarse en otros medios de información, el 11% lo hizo en su Centro de Estudios, otro 11% lo hizo en su trabajo y un 80% prefirió no contestar. Asimismo, de aquellos turistas que escogieron otros medios de internet para informarse hubo respuestas variadas y dispersas como Booking, congregaciones religiosas o información en el lugar de trabajo.

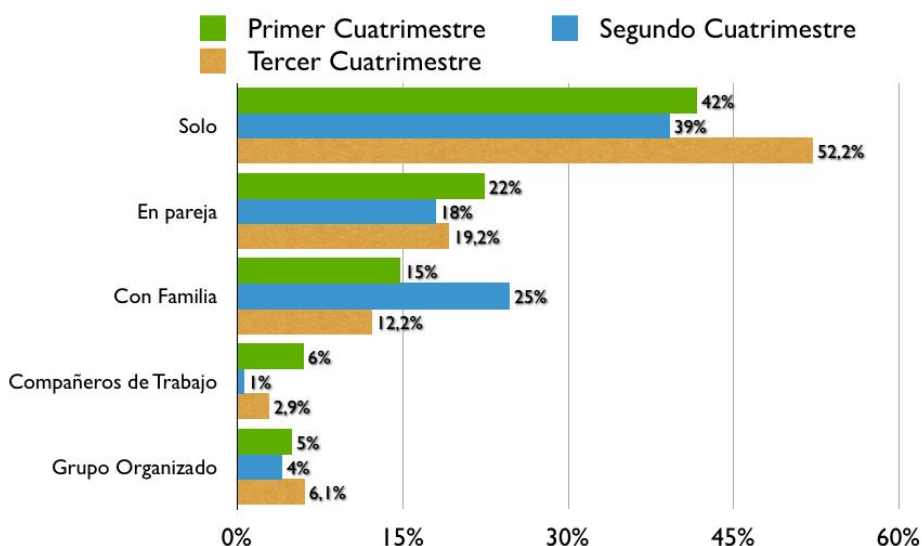
5.3 Organización del Viaje

5.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que los resultados del segundo cuatrimestre se revierten de modo que el 52% de los visitantes vienen solos (Comparado con el 39% del segundo cuatrimestre, un 19% en parejas, mientras que los visitantes en familia caen, por el efecto temporada de un 25% al 12%. Ver Gráfico 11.

Gráfico 11

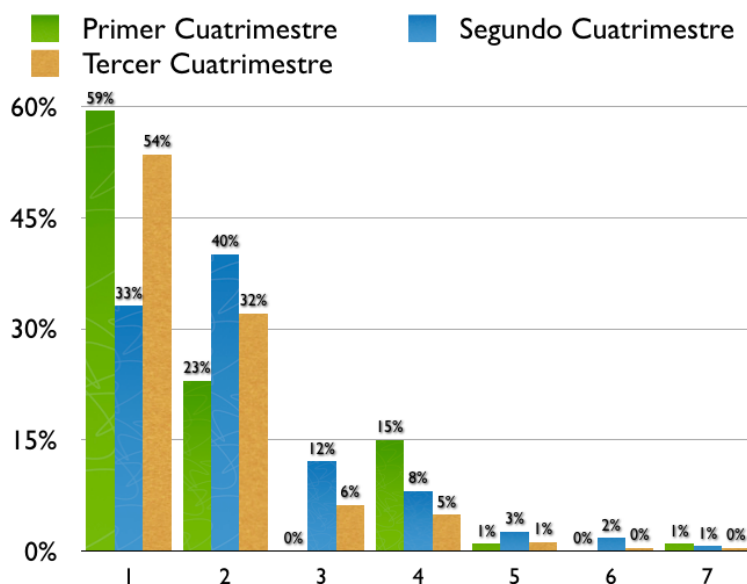
Con quien viaja el Turista extranjero que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 12

Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en el gráfico 12 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección sigue siendo hacerlo o en pareja (con un repunte del 23% al 40%) o en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor siguen siendo escasos o inexistentes. Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca lo hace por motivos recreativos en viaje persona, con su pareja y ahora con su familiar. Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales pueden ver al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de cultura en esta época del año, lo cual contrasta con los resultados previos.

Cuadro 2
Motivo Principal vs Compañía de Viaje

	Cuatri.	¿CON QUIEN REALIZO EL VIAJE?						Total	
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	31,6%	4,1%	16,3%	32,7%	12,2%	3,1%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	3	58,5%		18,9%	20,8%	1,9%		100,0%
	Negocios, actividades profesionales	3	73,5%	14,3%	2,0%	2,0%	4,1%	4,1%	100,0%
	Congresos, conferencias	3	55,6%	11,1%	11,1%	11,1%		11,1%	100,0%
	Estudios, investigación	3	66,7%	11,1%				11,1%	100,0%
	Tratamiento de salud	3	66,7%		33,3%				100,0%
	Motivos religiosos	3	60,0%	20,0%		20,0%			100,0%
	Compras o servicios personales	3	88,9%				11,1%		100,0%
	Otros	3	66,7%		11,1%	11,1%	11,1%		100,0%
Total	3	52,5%	5,7%	12,3%	19,3%	7,0%	2,9%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3.2 Forma de Organización del Viaje

Al igual que en el segundo cuarto, los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros siguen organizando su viaje en forma independiente y por cuenta propia (90,2%).

5.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

5.4.1 Elección del Alojamiento

El cuadro 3 revela que de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría siguen prefiriendo el establecimiento hotelero tradicional. Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma siguen siendo el alojamiento en la casa familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito y en el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación, éstos prefieren el alquiler mensual o semanal de un departamento amoblado en vez de un establecimiento hotelero. En el caso de los

visitantes que arriivan por motivos de salud se aprecia una probabilidad de un 67% de que se aloje con familiares o amigos. Y un caso especial corresponde a los turistas que arriivan por motivos religiosos los cuales ahora tienden a elegir el hospedaje en cada de amigos o familiar y una porción menor en establecimiento hotelero. Cabe destacar que, en este tercer periodo, los turistas de compras tienen una probabilidad del 50% de alojarse en establecimiento hotelero.

Cuadro 3 Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

	CUATRIMESTRE	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	OTROS		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	74,5%	10,2%	14,3%		1,0%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	3	15,1%	5,7%	79,2%			100,0%
	Negocios, actividades profesionales	3	69,4%	16,3%	14,3%			100,0%
	Congresos, conferencias	3	55,6%	11,1%	22,2%		11,1%	100,0%
	Estudios, investigación	3	11,1%	55,6%	33,3%			100,0%
	Tratamiento de salud	3	33,3%		66,7%			100,0%
	Motivos religiosos	3	20,0%		80,0%			100,0%
	Compras o servicios personales	3	44,4%		44,4%		11,1%	100,0%
	Otros	3	55,6%	33,3%	11,1%			100,0%
	Total	3	54,1%	12,3%	32,4%		1,2%	100%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

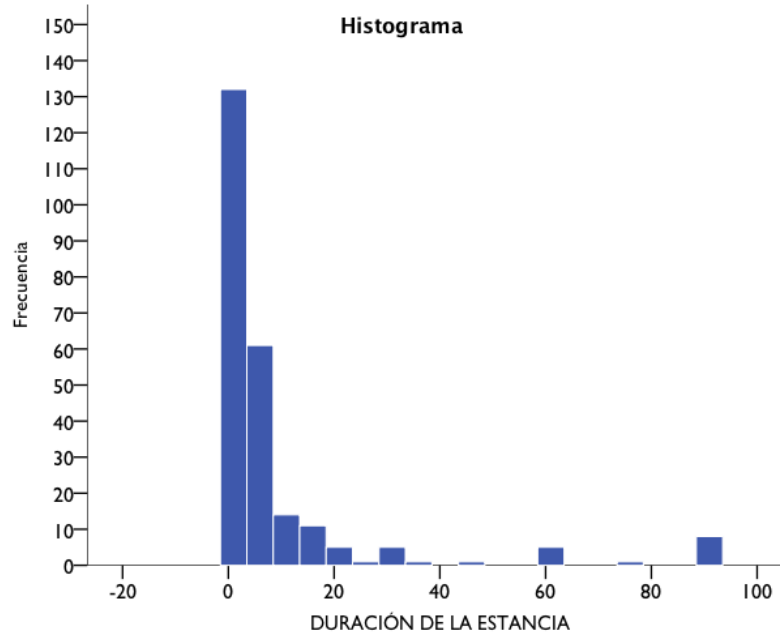
5.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta sigue ligada a la actividad que el turista viene a realizar. No es posible en ese sentido comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En ese sentido,

los resultados revelan un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la moda de días, no tanto de la media⁶.

Gráfico 13

Duración de la Estancia del Total de Turistas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cuadro 4

Motivo Principal vs Días de Alojamiento

		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Tercer Cuatrimestre
		DÍAS	DÍAS	DÍAS
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	5
	Negocios, actividades profesionales	2	2	3
	Congresos, conferencias	3	14	4
	Estudios, investigación	7	14	3
	Tratamiento de salud	1	3	3
	Motivos religiosos	1	11	4
	Compras o servicios personales	4	2	2
	Otros	2	2	3

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Bajo estas condiciones es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad (resultado análogo al obtenido en las primeras partes del estudio). El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 6 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de hasta 3 días. Un caso que llama la atención es la caída de la estadía de aquel turista que viene por congresos o conferencias y por motivos educativos de 14 a 4 días y de 14 a 5 días respectivamente. Los que vienen por tratamiento de salud suelen realizar una estancia corta de 3 días. Los que arriban por motivos de compras suelen permanecer alrededor de 2 días en la ciudad. En lo que respecta al turismo religioso, hay un decremento en la estancia de 11 a 4 días, pero su incidencia sobre el total es mínima.

Cuadro 5

Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		Días de Estancia para visitantes de menos de 30 días		
		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Tercer Cuatrimestre
		DIAS	DIAS	DIAS
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2	3	3
	APARTAMENTO	2	5	4
	FAMILIA, AMIGOS	2	3	6
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	1	N/D	N/D
	OTROS	1	10	3

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Las personas que vienen con el fin de dictar congresos o conferencias, gastan un promedio 67,5 dólares durante la estancia. Cabe recalcar que, en este tercer relevamiento, se registra un valor elevado de gasto en salud, pero es estadísticamente significativo dada la poca incidencia de este tipo de turismo.

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

Turista Extranjero		Cuatrimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado modal del cuadro 11)						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	2	47,17	42,47	23	15,47	4,48	6,66	139,25
		3	\$37,58	\$29,90	\$67,14	\$4,70	\$4,48	\$4,69	\$148,50
	Visita a familiares o	2	22,13	89,09	85,53	18,76	5,63	16,51	237,64
		3	\$29,05	\$43,71	\$72,71	\$6,45	\$2,46	\$5,62	\$160,00
	Negocios, actividades profesionales	2	76,2	64,63	132,71	18,23	0,13	4,86	296,76
		3	\$85,38	\$36,80	\$68,41	\$8,63	\$0,50	\$3,27	\$203,00
	Congresos, Conferencias	2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
		3	\$19,02	\$13,46	\$32,77	\$0,29	\$0,06	\$1,90	\$67,50
	Estudios, Investigación	2	162,5	142,5	87,5	17,5	15	50	475
		3	\$121,98	\$36,24	\$103,65	\$4,28	\$0,36	\$36,98	\$303,50
	Tratamiento de salud	2	0	20	N/D	1,67	0	3,33	25
		3	\$0,00	\$65,00	\$182,00	\$10,00	\$35,00	\$100,00	\$392,00
	Motivos Religiosos	2	[1][1]0,00	25	100	5	0	0	130
		3	\$3,01	\$13,54	\$40,17	\$10,27	\$2,26	\$2,26	\$71,50
Compras o Servicios Profesionales	2	300	100	0	100	50	50	600	
	3	\$28,54	\$34,34	\$137,07	\$3,86	\$0,26	\$5,93	\$210,00	
Otros	2	50	40	0	25	10	50	175	
	3	\$81,36	\$68,74	\$110,80	\$7,71	\$2,14	\$5,74	\$276,50	
PROMEDIO GLOBAL		2	73,11	58,19	53,59	22,4	9,47	20,15	230,96
		3	\$48	\$36	\$74	\$6	\$3	\$7	\$173

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vienen por motivos religiosos presentan un gasto inferior al promedio ya que se hospedan y se alimentan en establecimientos hoteleros de bajo coste o con familiares y amigos (80%).

Es interesante notar que los grupos que vienen por estudios o tratamientos de salud ahora son siendo los que más hacen uso de los servicios de diversión y los espacios culturales que ofrece la ciudad. A su vez, estancias más largas de estudios o investigación impulsan también estos rubros de manera significativa también en este tercer periodo. Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a utilizar en menor grado los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión en la última parte del año.

Finalmente, los grupos que más erogan en servicios de transporte son aquellos que vienen estudios, tratamientos de salud y compras en esta parte del año.

Cuadro 7

Gasto Promedio Diario por Persona

		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Tercer Cuatrimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	59,97	46,42	\$49,50
	Visita a familiares o amigos	62,79	79,21	\$32,00
	Negocios, actividades profesionales	112,72	148,38	\$67,67
	Congresos, conferencias	95,38	0,00	\$16,88
	Estudios, investigación	45,95	33,93	\$101,17
	Tratamiento de salud	12,17	8,33	\$130,67
	Motivos religiosos	21,88	11,82	\$17,88
	Compras o servicios personales	26,88	300,00	\$105,00
	Otros	47,5	87,50	\$92,17
	GLOBAL	53,92	79,51	\$54

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

5.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

5.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

En general los resultados revelan que los turistas siguen sin presentar mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto continúa en este tercer periodo ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

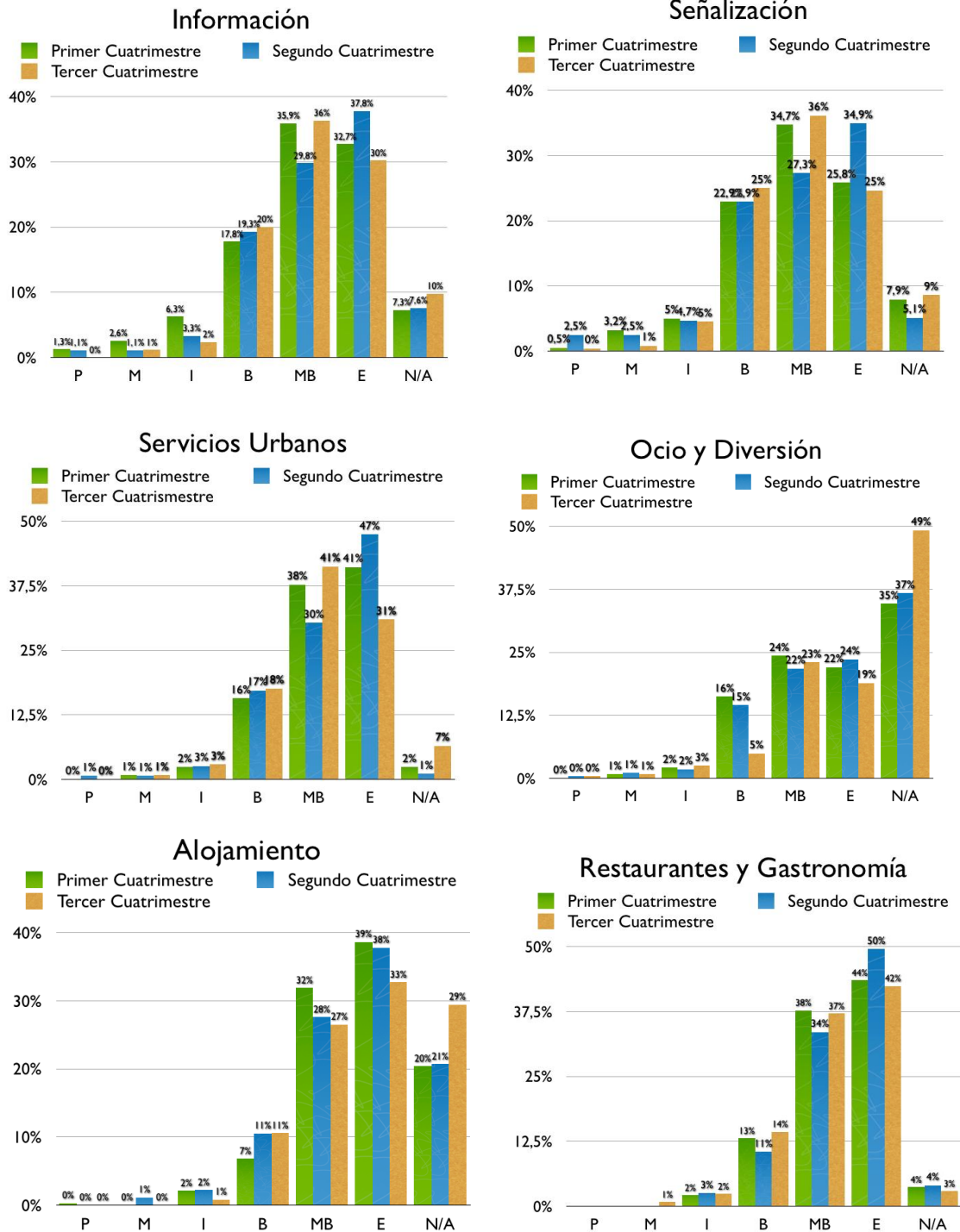
5.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados revelan que el turista extranjero que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes (con deterioros hacia el muy bueno en este segundo parcial,

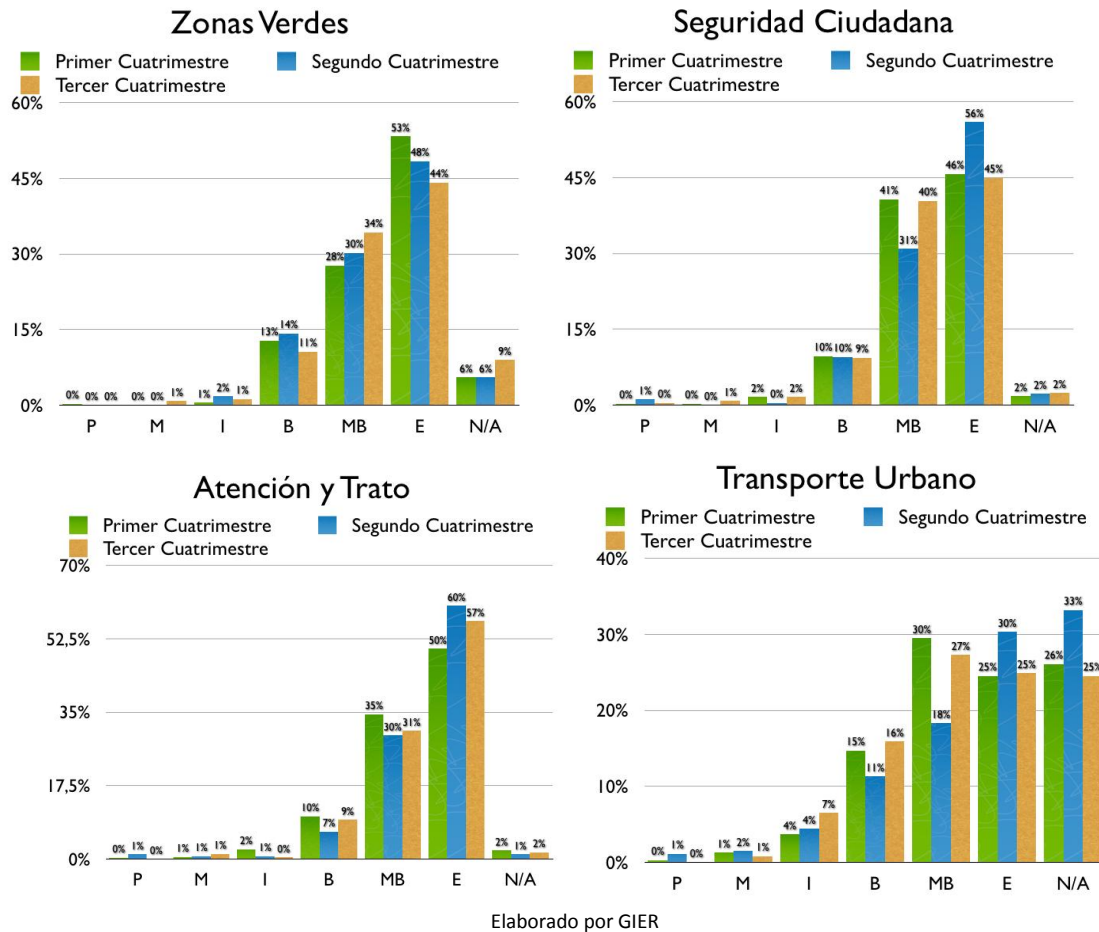
Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 14.

Gráfico 14

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



Como se puede apreciar, hay una caída en la percepción de excelencia en todos los ítems, lo que indica que, a pesar de que el turista extranjero tiene una buena imagen de la ciudad, factores diversos hacen que éste no perciba tan bien a la ciudad como aquellos que la visitaron en el primer y segundo cuarto del año. Dicho de otra manera, el excelente como norma dio paso al muy bueno como regla.



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

5.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

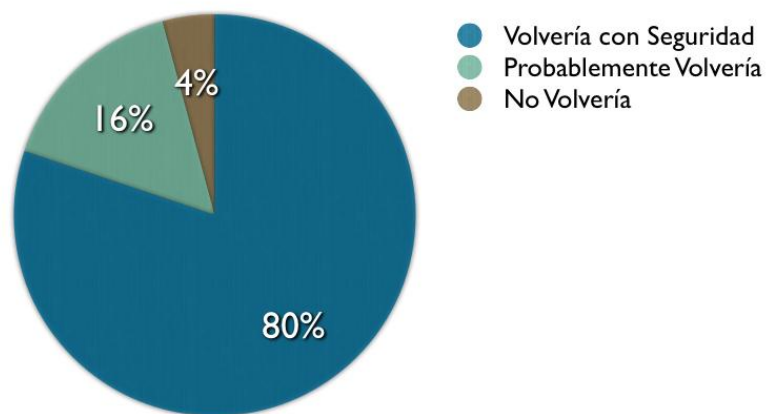
Como constan en los gráficos 15 y 16, cerca del 80% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 16% probablemente regresaría y solo un 4% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 78% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, solo un 20% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es menor al 2%. Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

5.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita

Alrededor del 80% 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. Este resultado es consistente con el obtenido en las primera y segunda partes del estudio.

Gráfico 15

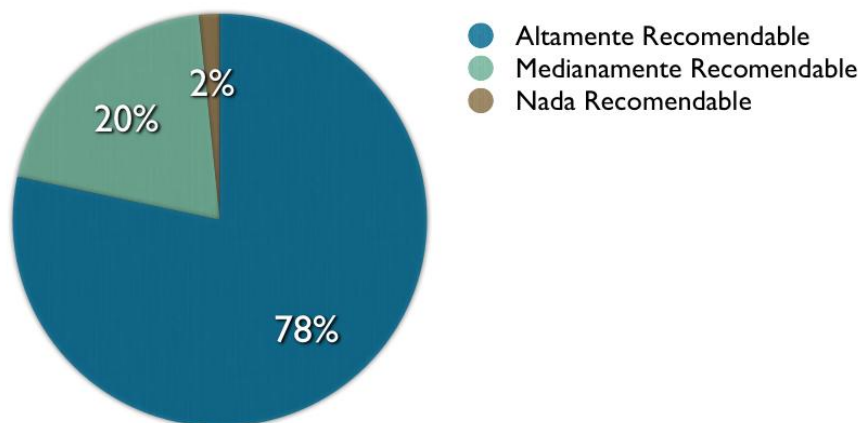
Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 16

Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

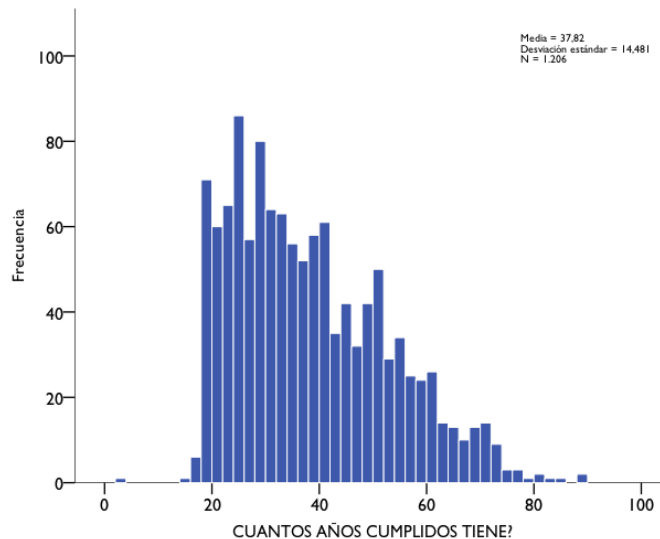
6 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

6.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

6.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

En lo que respecta al turista nacional, en este segundo cuatrimestre, los resultados revelan que el visitante se encuentra entre los 20 y los 80 años con una concentración mayor alrededor de la media de 37 años, lo cual es consistente con la media obtenida en las primera y segunda partes del estudio. La caracterización es la de un adulto contemporáneo.

Gráfico 17

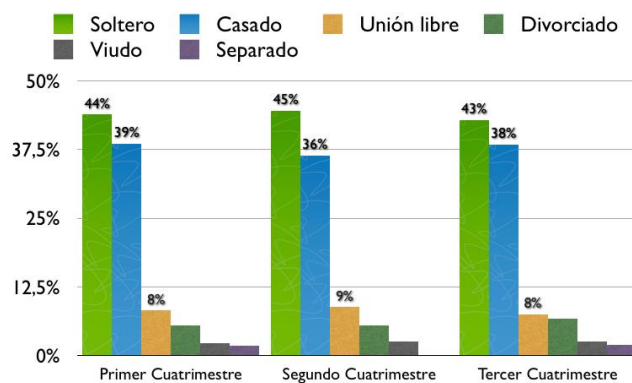


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 18, los resultados de este segundo relevamiento sugieren que el turista nacional, al igual que su contraparte extranjera sigue siendo mayoritariamente soltero (43%) y a su vez, los turistas nacionales casados representan el 38% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil. En este sentido no hay variaciones significativas en el perfil detectado en la primera y segunda partes del estudio.

Gráfico 18

Estado Civil del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca

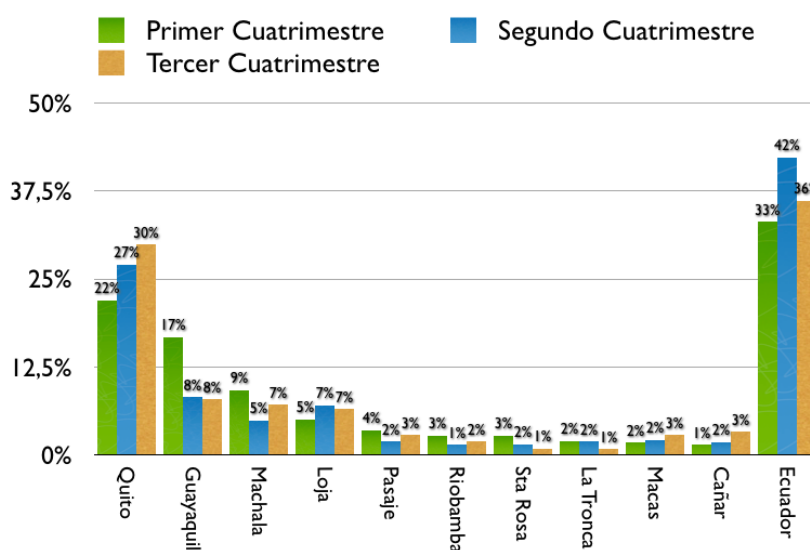


En lo concerniente al género, la encuesta realizada en este periodo arrojó aleatoriamente una proporción un 50 % de varones frente a un 50% de mujeres. Por lo que se indica, a diferencia que, con sus contrapartes extranjeras, que no hay preponderancia de un tipo específico de turista y se concluye que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca. Así la diferencia sigue explicándose en este tercer cuatrimestre por factores aleatorios.

6.1.2 Procedencia del Turista

Al igual que en el primer cuatrimestre existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 19, la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por turistas de Quito (con un incremento del 27% al 30%)⁷. Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (con un dato estable al 8%) machaleños (con un incremento del 5% al 7%), y lojanos (con un estadístico estable alrededor del 7%). Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del Ecuador es grande (36%), las procedencias siguen siendo al final del año desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Sin embargo, es interesante notar que las variaciones en los flujos de otras provincias del segundo al tercer cuatrimestre se pueden deber solo a perturbación estadística.

Gráfico 19
Procedencia del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

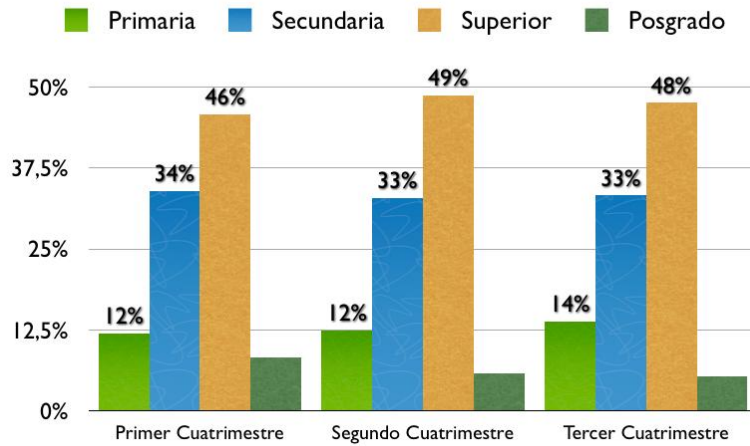
Como se ha expuesto en los boletines primero y segundo, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón. En ese sentido, los

⁷ Es importante acotar que el relevamiento se llevó a cabo en una semana ordinaria, fuera de fechas festivas o feriados. Además, del total de turistas provenientes de Quito, el 12,5% viene por razones recreativas, el 24,7% por visita familiares y amigos y 52,2% por motivos de negocios o actividades profesionales. El restante porcentaje corresponde a otras formas de turismo.

resultados de este segundo periodo, como se aprecia en el Gráfico 20 revelan que el turista nacional que visita la Ciudad posee un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (53%), aunque con una incidencia mayor de visitantes con título de bachiller (33%) y labora como profesional independiente (con un incremento 30% al 27%) como se aprecia en el Gráfico 21. En esta tercera parte adicionalmente, hay un incremento de 5 puntos porcentuales en el grupo de comerciantes.

Gráfico 20

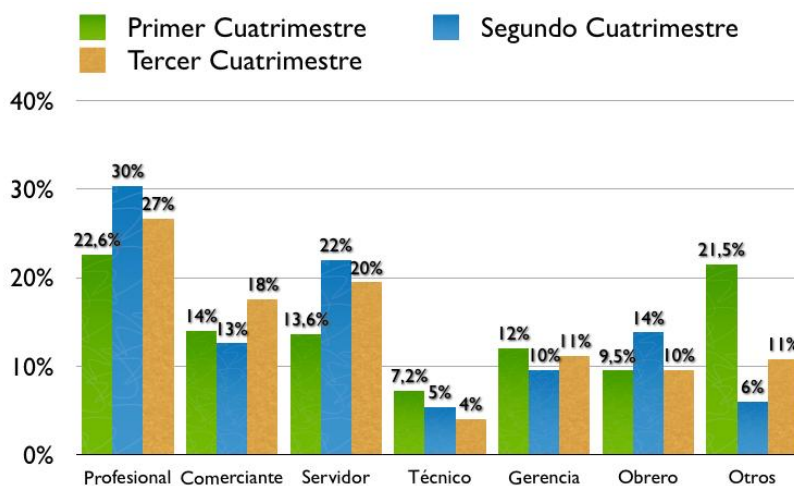
Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 21

Profesión del Turista Nacional que visita la Ciudad de Cuenca



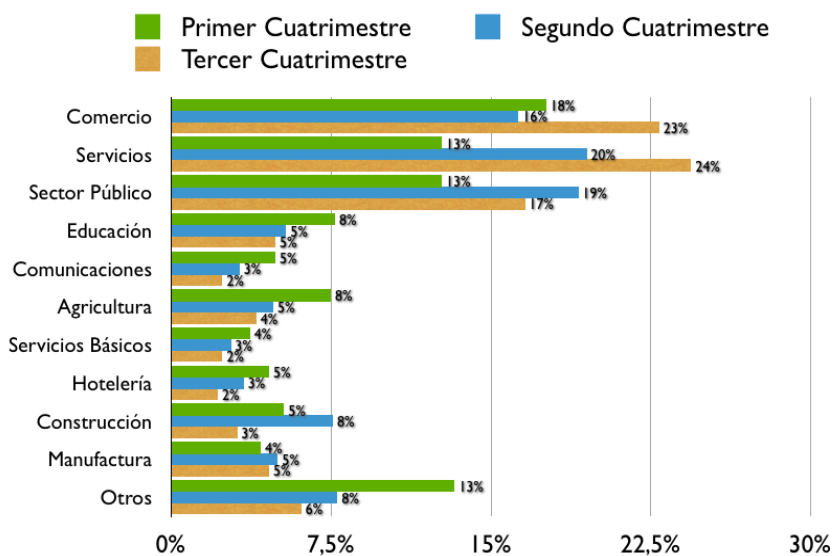
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas nacional se dedica al sector servicios (24%) y en el sector público (con una reducción del 19% al 17%). No menos importante resulta, en concordancia con el resultado anterior la fracción de visitantes que se dedican a actividades

comerciales (23%). El sector construcción presenta el cambio más significativo intercuatrimestral (del 8% al 3%), lo que parece indicar que esta actividad tiene una relación de carácter estacional con la ciudad.

Gráfico 22

Sector Económico en que labora el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

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

Cuadro 8

Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

	Cuatrimestre	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
VIVE SOLO	2	8,3%	0,2%	0,4%	0,3%	1,7%	0,5%	11,4%
PADRES E HIJOS	2	29,7%	7,2%	34,2%	1,5%	4,1%	2,0%	78,7%
PADRES, HIJOS Y OTROS FAMILIARES	2	4,9%	0,1%	3,7%	0,1%	1,0%		9,8%
Total	2	42,9%	7,5%	38,4%	1,9%	6,7%	2,5%	100%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que en los primer y segundo cuatrimestres, un 30% de los visitantes viven con su familia y son solteros y un 5% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres

y otros familiares. Asimismo, un 34,2% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Al reunir estos resultados con los obtenidos en los dos relevamientos se consolidan los dos perfiles definidos de turistas nacionales definidos anteriormente:

- c. 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.
- d. 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.

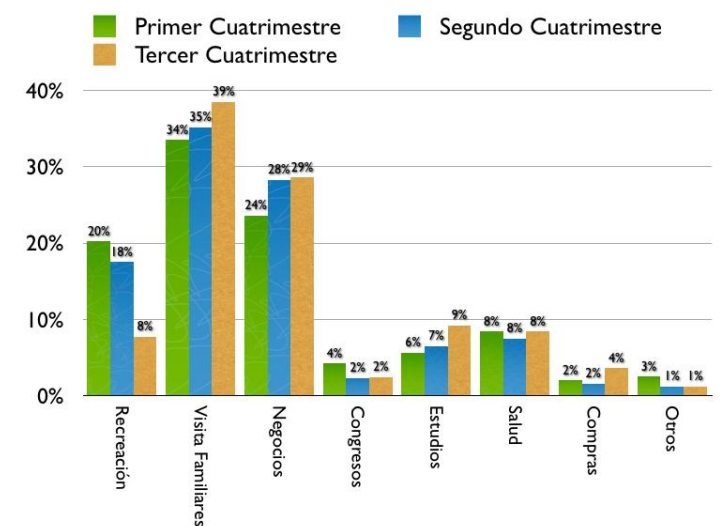
6.2 Motivación del Turista

6.2.1 Motivación

Los resultados del estudio en esta tercera parte revelan, como se aprecia en el Gráfico 23, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca sigue siendo la visita de amigos y familiares (Con una variación del 35% al 39%), seguida no muy de lejos por otras actividades tales como negocios (29%) mientras que las actividades recreativas registran una fuerte caída del 18% al 8%. Estos resultados (exceptuando los de turistas recreativos) son consistentes con los encontrados en los primeros y segundo periodos. Los incrementos en la incidencia de turistas de salud y estudios se atribuyen a discrepancia estadística.

Gráfico 23

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

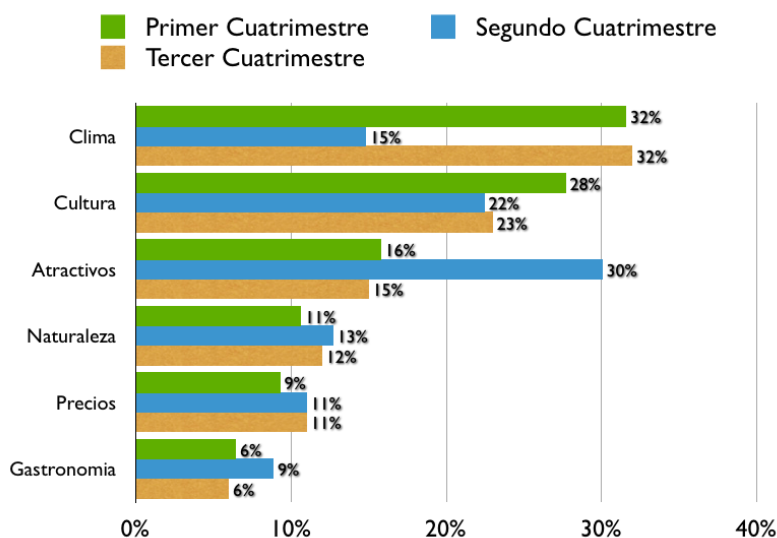
Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, en este cuatrimestre el turista elige el destino Cuenca principalmente por su clima (32%). Atractivos turísticos, a diferencia del segundo periodo, se ubicó en tercer lugar, (15%) y los atractivos naturales se ubican

atren a un 12% de turistas nacionales. La reversión de resultados es consistente con los obtenido con los turistas locales. La agradable temperatura registrada en diciembre en la zona puede explicar esta reversión en comparación con lo obtenido en el segundo periodo.

Gráfico 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% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 8% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura. En este sentido el resultado es exacto al presentado a los boletines primero y segundo lo que le resulta en un indicador de robustez.

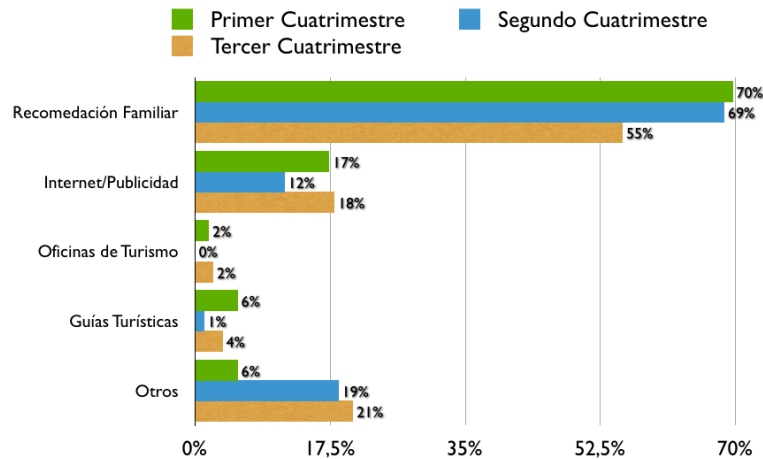
6.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista nacional recibe, en concordancia con los resultados previos, mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (aunque con una reducción en la incidencia del 69% al 55%). Adicionalmente en este periodo hay un repunte del Internet y la publicidad como medio de información. Un alto porcentaje utilizó medios como Google (30%), redes sociales (26%) y sitios especializados en viajes (22%). Las páginas oficiales presentan una incidencia menor que los otros cuatrimestres con una caída de 5 puntos porcentuales.

Como se indicó en boletines anteriores, esta tendencia es congruente con resultados de otros estudios son que la investigación independiente se concentra alrededor de portales no necesariamente especializados pero que concatenan una mayor cantidad de información como son el caso de Google.

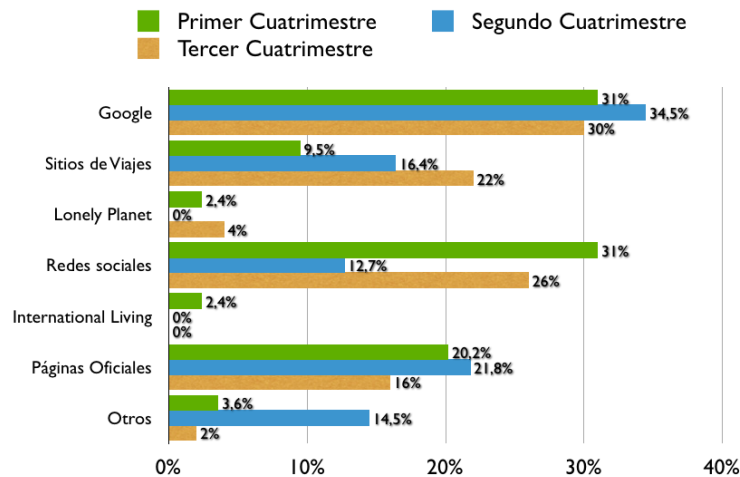
Estos resultados se presentan en los Gráficos 25 y Gráficos 26.

Gráfico 25
Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 26
Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas que manifestaron informarse en otros medios de información. Asimismo, de aquellos turistas que escogieron otros medios de internet para informarse, hay una variedad de sitios de internet que incluyen la páginas públicas o privadas de diversa índole. Adicionalmente, las empresas e instituciones dónde labora el turista contribuyen también en informar sobre la ciudad.

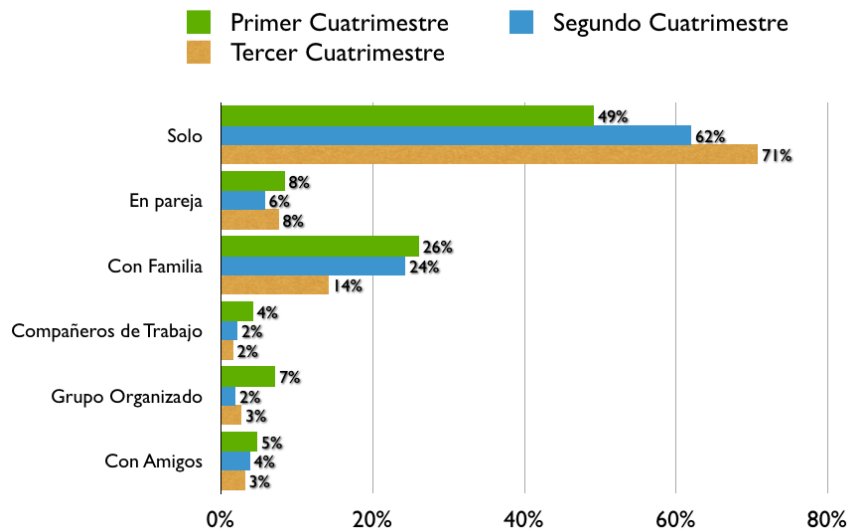
6.3 Organización del Viaje

6.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas nacionales que arriban a la ciudad en este cuatrimestre vienen solos (con un incremento del 62% al 71%) o en con sus familias (aunque con un reducción del 24% al 14%) Solamente un 8% de los turistas vinieron con su pareja. Ver Gráfico 27.

Gráfico 27

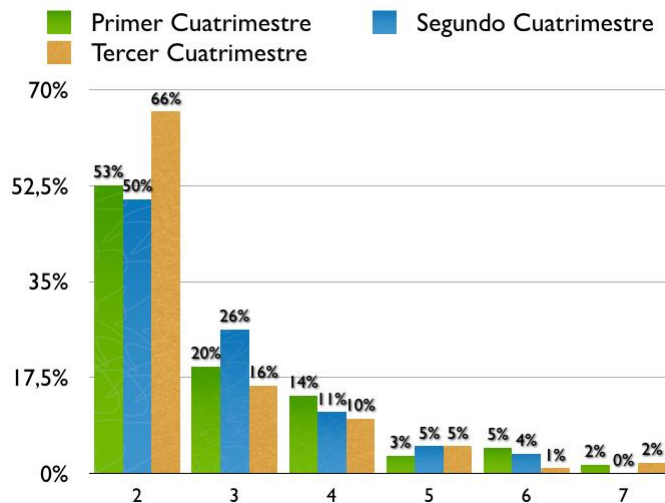
Con quien viaja el Turista Nacional que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 28

Número de Personas en el Grupo



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 sigue siendo el hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor siguen siendo escasos. Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que no existen cambios bruscos en el

comportamiento intercuatrimestral, lo cual es consistente con el observado en el resto de variables de perfil.

Cuadro 9
Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		Cuatri.	¿CON QUIEN REALIZO EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	39,1%	3,3%	22,8%	26,1%	7,6%	1,1%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	3	75,1%	0,4%	15,4%	7,4%	1,5%	0,2%	100,0%
	Negocios, actividades profesionales	3	77,8%	5,3%	5,3%	5,0%	2,9%	3,8%	100,0%
	Congresos, conferencias	3	62,1%	13,8%	6,9%	6,9%	3,4%	6,9%	100,0%
	Estudios, investigación	3	74,3%	2,8%	12,8%	3,7%	6,4%		100,0%
	Tratamiento de salud	3	51,5%	1,0%	37,6%	8,9%		1,0%	100,0%
	Motivos religiosos	3	66,7%				33,3%		100,0%
	Compras o servicios personales	3	81,4%		9,3%	2,3%	4,7%	2,3%	100,0%
	Otros	3	46,2%	7,7%	23,1%	7,7%	15,4%		100,0%
Total	3	70,6%	2,7%	14,3%	7,7%	3,2%	1,6%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales que arribaron en este tercer parcial organizan su viaje en forma independiente y por cuenta propia (92%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística sigue siendo menor al 8% (aunque representa el doble con respecto al segundo cuatrimestre).

6.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

6.4.1 Elección del Alojamiento

El cuadro 10 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere (a diferencia de lo observado en el boletín anterior) el hospedaje en establecimiento hotelero. A su vez, este tipo de alojamiento sigue siendo 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, éstos continúan prefiriendo el alquiler mensual o semanal de un departamento amoblado o sean bien recibidos por un familiar. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de salud se aprecia una probabilidad de un 62% de que escoja quedarse con un familiar al igual que los turistas que arriba por motivos religiosos (50%).

Cuadro 10

Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		CUATRIMESTRE	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?				TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	57,6%	4,3%	37,0%		1,1%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	3	11,3%	2,6%	85,5%	0,2%	0,4%	100,0%
	Negocios, actividades profesionales	3	62,4%	11,1%	22,7%		3,5%	100,0%
	Congresos, conferencias	3	82,8%	3,4%	10,3%		3,4%	100,0%
	Estudios, investigación	3	10,0%	37,3%	51,8%		0,9%	100,0%
	Tratamiento de salud	3	25,7%	5,9%	62,4%		5,9%	100,0%
	Motivos religiosos	3	33,3%		50,0%		16,7%	100,0%
	Compras o servicios personales	3	37,2%	4,7%	46,5%		11,6%	100,0%
	Otros	3	61,5%	7,7%	23,1%	7,7%		100,0%
Total		3	33,9%	8,8%	54,6%	0,2%	2,4%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

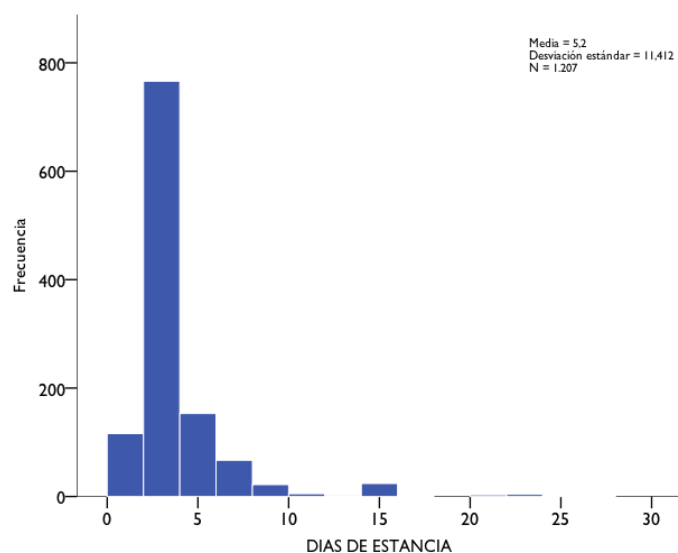
6.4.2 Duración de La Estancia

En este periodo, los resultados revelan, al igual que con los turistas extranjeros un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la mediana y no la media⁸.

⁸ 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.

Gráfico 29

Duración de la Estancia del Total de Turistas Nacionales



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cuadro 11

Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional

		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Tercer Cuatrimestre
		DIAS	DIAS	DIAS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2	3	3
	Visita a familiares o amigos	2	2	2
	Negocios, actividades profesionales	2	2	2
	Congresos, conferencias	2	4	2
	Estudios, investigación	2	2	2
	Tratamiento de salud	2	2	2
	Motivos religiosos	2	2	2
	Compras o servicios personales	1	2	2
	Otros	2	2	2

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Bajo estas condiciones, al igual que en los parciales anteriores, es recomendable realizar una desagregación 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 3 días en la ciudad. El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 2 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de hasta 2 mientras que el que viene por congresos o conferencias se queda 2 días. Los que vienen por tratamiento de salud suelen realizar una estancia corta de 2 días. Los que arriban por motivos de compras suelen permanecer alrededor de dos días en la ciudad. Asimismo, se observa que el uso de apartamento sube de cae de 15 a 5 días y que en este ha pernoctado en la ciudad se queda 16 días.

Cuadro 12

Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		Días de Estancia para visitantes de menos de 30 días		
		Tercer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Tercer Cuatrimestre
		DIAS	DIAS	DIAS
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2	2	2
	APARTAMENTO	2	15	5
	FAMILIA, AMIGOS	2	2	2
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	1	0	16 ⁹
	OTROS	2	2	4

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

6.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos.

Como se indicó en boletines anteriores el costo de la Estancia viene determinada por diversos factores entre lo que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje.

6.4.4 Gasto Realizado por el Turista Nacional

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

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

Sin embargo, este tercer parcial se caracteriza por una caída generalizada en el gasto turístico, excepto entre aquellos turistas que vienen por actividades de estudio o motivos religiosos. Al resumir el gasto diario personal en este trimestre ha caído un 14% con respecto al segundo parcial. Especial atención es la caída del gasto promedio diario del turista recreativo que se contabiliza en un 27% y del turista de negocios (42%) con respecto al mismo cálculo en el periodo anterior.

⁹ Como en los cuatrimestres anteriores, corresponde al porcentaje de turistas que se hospedaron en cantones cercanos como Paute y Gualaceo pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

Cuadro 13

Motivo Principal vs Gasto Turístico

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

Turista Nacional		Cuatrimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado modal del cuadro 11)						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	2	23,24	41,72	38,07	21,09	4,88	13,62	142,62
		3	\$28,10	\$23,24	\$33,19	\$9,53	\$0,78	\$10,17	\$105,00
	Visita a familiares o Amigos	2	6,63	20,2	12,2	11,73	1,2	6,76	58,72
		3	\$6,00	\$13,24	\$14,42	\$7,54	\$0,63	\$3,17	\$45,00
	Negocios, actividades profesionales	2	63,76	50,3	71,73	17,17	0,84	6,16	209,96
		3	\$33,85	\$26,57	\$42,78	\$10,83	\$1,12	\$4,84	\$120,00
	Congresos, Conferencias	2	113,42	77,6	67,96	23,9	4,05	16,92	303,84
		3	\$58,85	\$27,97	\$70,98	\$7,00	\$0,25	\$3,62	\$168,67
	Estudios, Investigación	2	22,15	23	7,79	7,76	0,7	3,32	64,72
		3	\$23,46	\$22,11	\$6,47	\$9,11	\$0,39	\$5,46	\$67,00
	Tratamiento de salud	2	5,49	18,38	N/D	12,52	0,21	4,3	43,86
		3	\$8,34	\$11,42	\$3,13	\$10,21	\$0,25	\$2,64	\$36,00
	Motivos Religiosos	2	11,09	20,33	7,21	8,78	0	15,71	63,1
		3	\$8,08	\$5,39	\$42,04	\$5,17	\$0,00	\$4,31	\$65,00
	Compras o Servicios Profesionales	2	25,93	30,11	36,38	22	1,25	7,11	122,78
		3	\$14,12	\$19,32	\$13,18	\$4,12	\$2,11	\$2,15	\$55,00
	Otros	2	0	5,6	0	8,4	0	0	14
		3	\$21,40	\$13,64	\$15,63	\$5,74	\$0,00	\$11,10	\$67,50
PROMEDIO GLOBAL		2	30,19	31,91	30,17	14,82	1,46	8,21	113,73
		3	\$19	\$19	\$24	\$9	\$1	\$4	\$76

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a no utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión. En vez de ello, prefieren establecimientos hoteleros más económicos que sus similares que vinieron en el segundo parcial. Finalmente, los grupos que más erogaron en servicios de transporte son aquellos que vienen por congresos y conferencias y por actividades comerciales.

Cuadro 14

Gasto Promedio Diario por Persona del Turista Nacional

		Primer Cuatrimestre USD	Segundo Cuatrimestre USD	Tercer Cuatrimestre USD
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	40,48	47,54	\$35,00
	Visita a familiares o amigos	31,35	29,36	\$22,50
	Negocios, actividades profesionales	69,88	104,98	\$60,00
	Congresos, conferencias	77,93	75,96	\$84,34
	Estudios, investigación	18,64	32,36	\$33,50
	Tratamiento de salud	27,47	21,93	\$18,00
	Motivos religiosos	26,93	31,55	\$32,50
	Compras o servicios personales	29,97	61,39	\$27,50
	Otros	57,63	7	\$33,75
	GLOBAL	42,25	45,79	\$36,7

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

6.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca

6.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

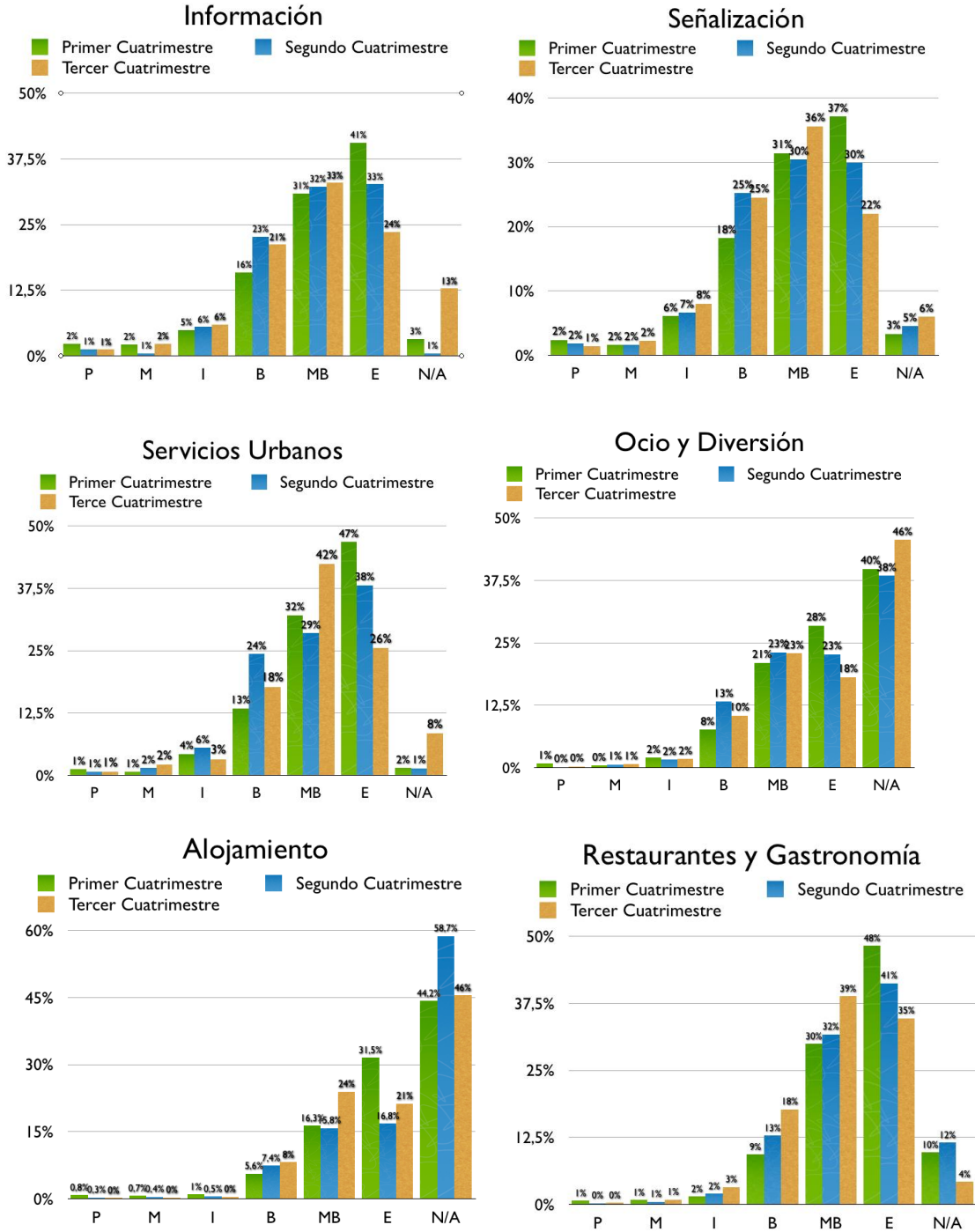
Al igual que en cuatrimestres anteriores, en general los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto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

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

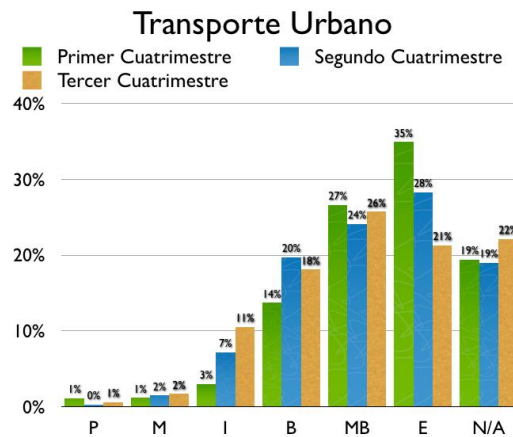
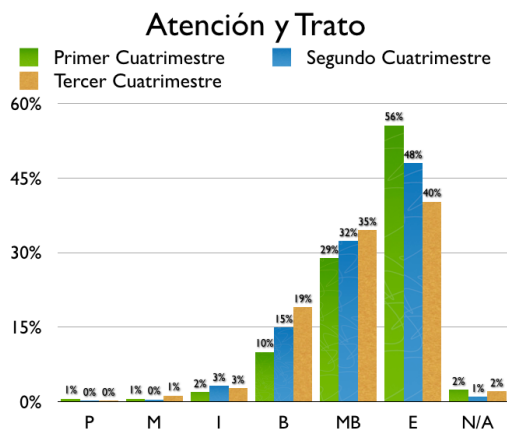
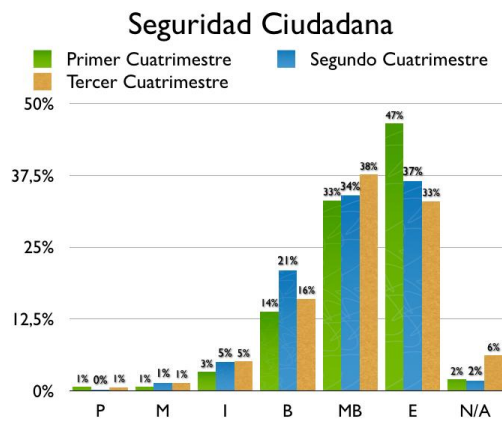
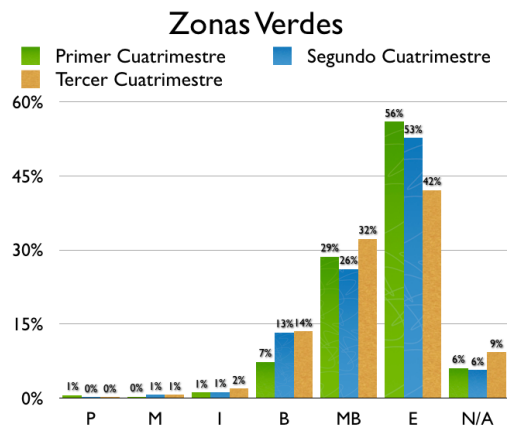
Los resultados revelan que el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes. Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico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

Gráfico 30

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



Aunque estos resultados son consistentes en el tiempo, la tendencia es observar que hay un desplazamiento del Excelente al Muy bueno en todos los rubris, lo cual denota un deterioro perceptivo que ya no es casual. Al comparar estos datos con algunos del primer parcial sugiere una tendencia a una caída generalizada en la percepción de la ciudad como destino.



Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Fuente:

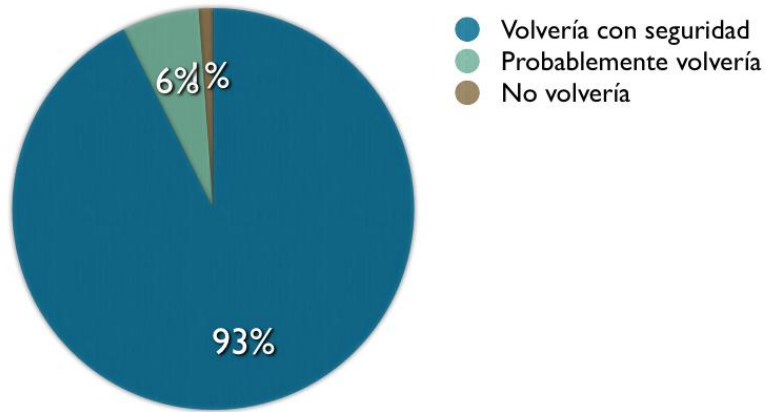
Hay un ligero deterioro perceptivo en Seguridad Ciudadana y en el servicio de transporte urbano. Incluso ítems icónicos de la ciudad como atención y trato muestran un ligero retroceso.

6.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

Como se aprecia en los gráficos 31 y 32, cerca del 93% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 6% probablemente regresaría y menos del 1% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 80% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, aunque un 19% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable bajó al 1%. Aunque con un deterioro marginal, la tasa de satisfacción acerca de la ciudad sigue siendo alta.

Gráfico 31

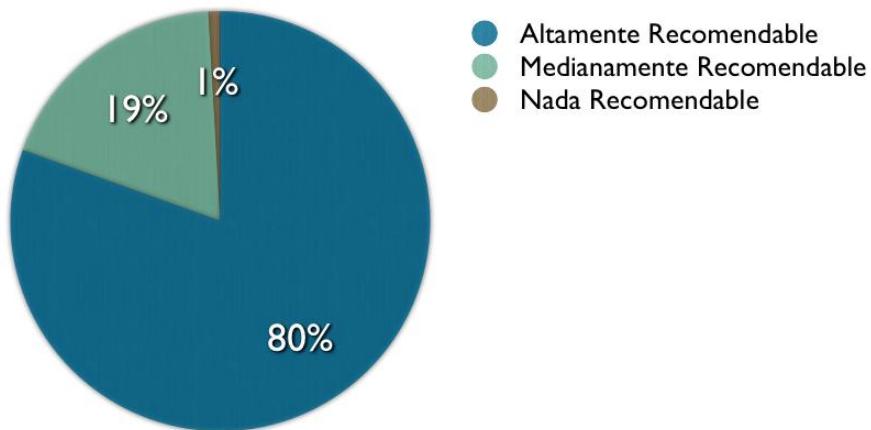
Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Gráfico 32

Recomendabilidad del Destino Cuenca



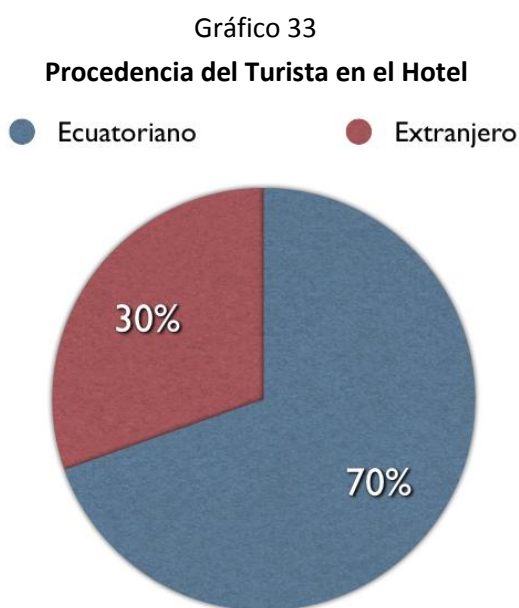
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7 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 quimestre Abril-Agosto 2016 se ponen a consideración a continuación.

7.1 Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, y en concordancia con la proporción obtenida en los terminales, el 70% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales contra un 30% de extranjeros.

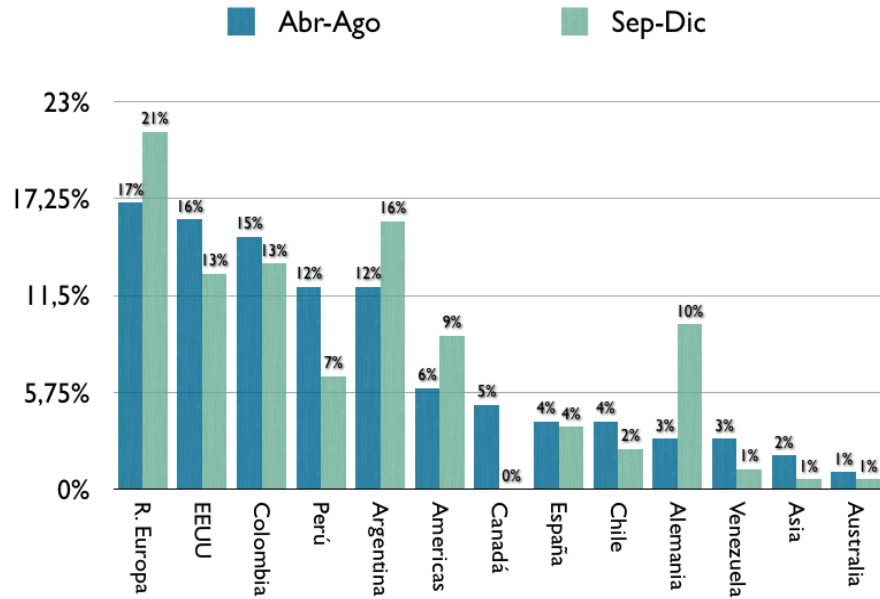


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, el 13% proviene de Colombia, el 7% de Perú. El 21% proviene de los Estados Unidos de América. Adicionalmente existe una proporción del 16% de turistas argentinos y un 10% de alemanes. La incidencia de chilenos, españoles y canadienses y venezolanos es menor que el 6% del total de entrevistados. Los visitantes del restante de Europa (incluido países no comunitarios) representan sin embargo el 21%. (Mayormente de Holanda, Francia y el Benelux). La representatividad de otros países de América del 6% al 9% entre el periodo Abril-Agosto y el de Septiembre-Diciembre.

Gráfico 34

Procedencia del Turista Extranjero en Establecimiento Hotelero

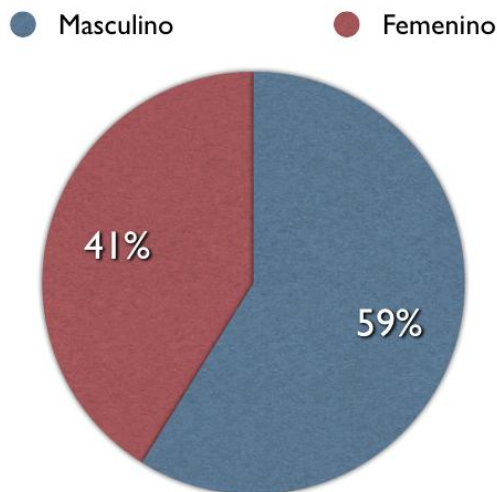


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, existe predominancia clara de una 59% de encuestados varones versus un 41% de mujeres. Esta proporción es similar a la obtenida en el periodo Abril-Agosto.

Gráfico 35

Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero

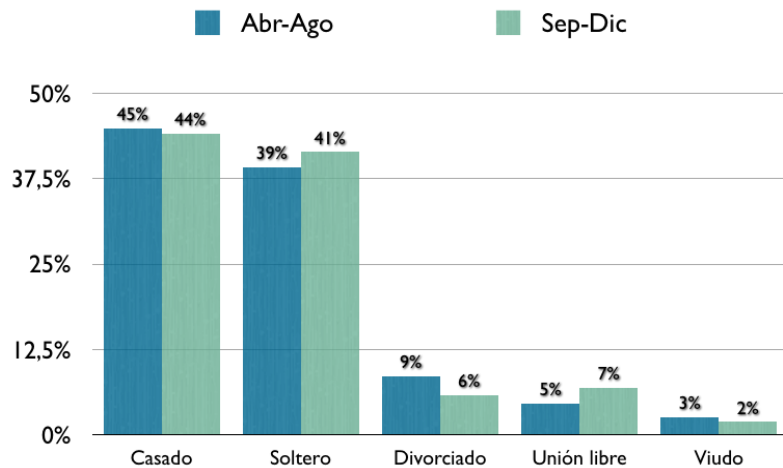


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, el 44% es casado mientras que el 41% son solteros. Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación. Esto de va de la mano con los resultados obtenidos en los terminales en el segundo relevamiento. El resultado entre los dos periodos indica consistencia y otorga robustez al estudio.

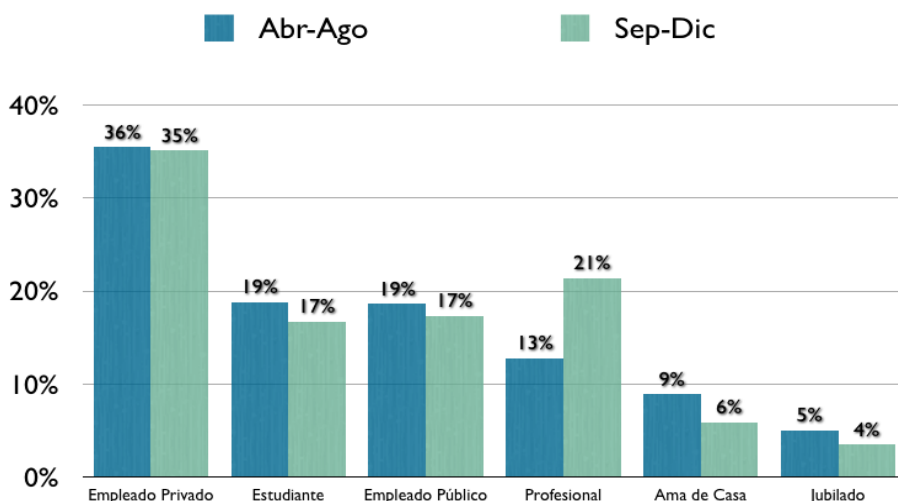
Gráfico 36
Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los resultados revelan que el 35% de los turistas en hoteles son empleados privados. La incidencia de empleados públicos es del 17%, mientras que los estudiantes representan el 17% del total. Del total de entrevistados el 21% revelaron trabajar como profesionales independientes. (Lo cual representa un incremento de 8 puntos porcentuales con respecto al periodo Abril-Agosto) La incidencia de jubilados y amas de casa es menor al 10% en cada caso.

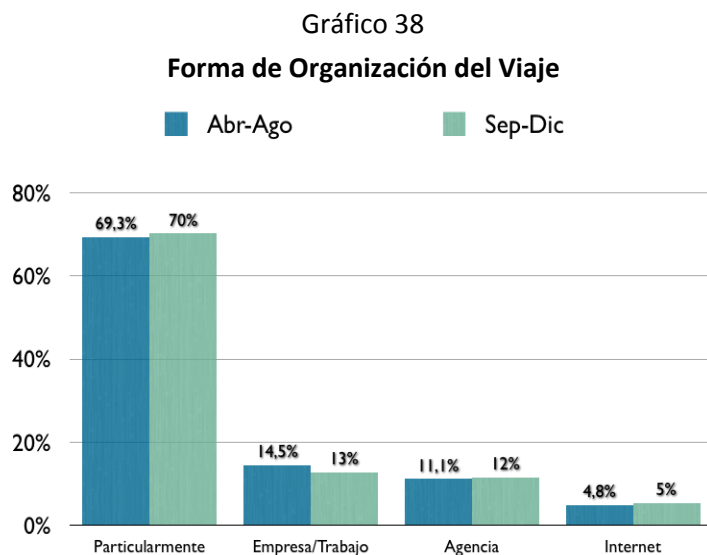
Gráfico 37
Ocupación del Turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

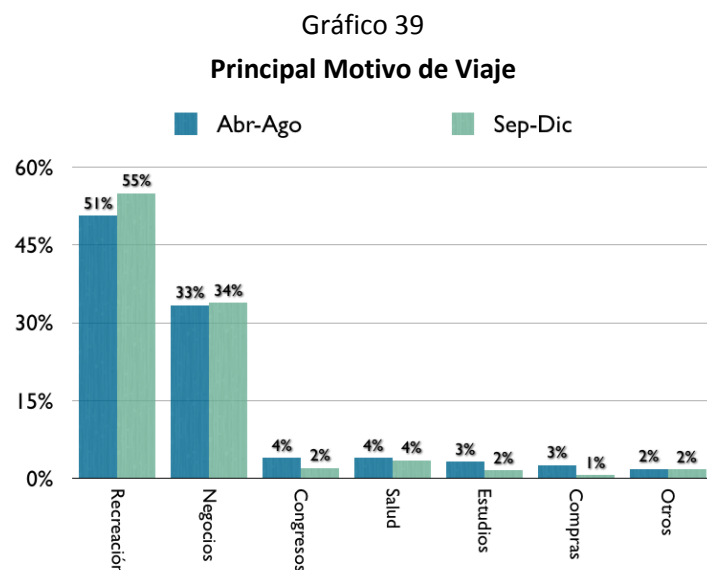
7.3 Organización del Viaje y Motivación

Los resultados revelan, como se puede apreciar en el gráfico 38 que la gran mayoría (70%) de los turistas organizan su viaje en forma independiente. Un 13% lo hace a través de su empresa o institución. Un 12% lo hace mediante agencia de viajes. Los resultados son casi idénticos en ambos periodos.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, el turista en establecimiento hotelero viene por motivos recreativos fundamentalmente en ambos periodos, aunque hay una incidencia del 34% que viene por motivos de negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 5% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreo. Adicionalmente, el 70% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad.

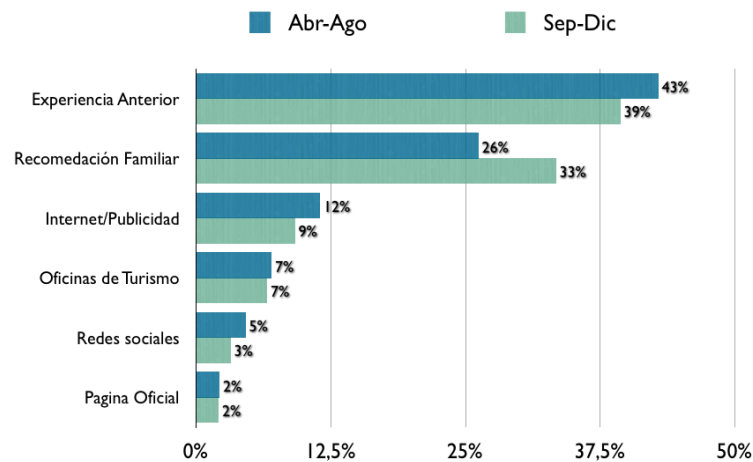


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior. El 39% de los turistas en hoteles basan su conocimiento de la ciudad en experiencias previas. A su vez, el 33% recibe recomendaciones e información por parte de familiares y amigos (lo que representa un incremento de 7 puntos porcentuales con respecto al periodo anterior, un 9% se informa por internet o publicidad y un 7% lo hace a través de oficinas de turismo oficiales. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 6%.

Gráfico 40
Principales Medios de Información del Turista en Hoteles

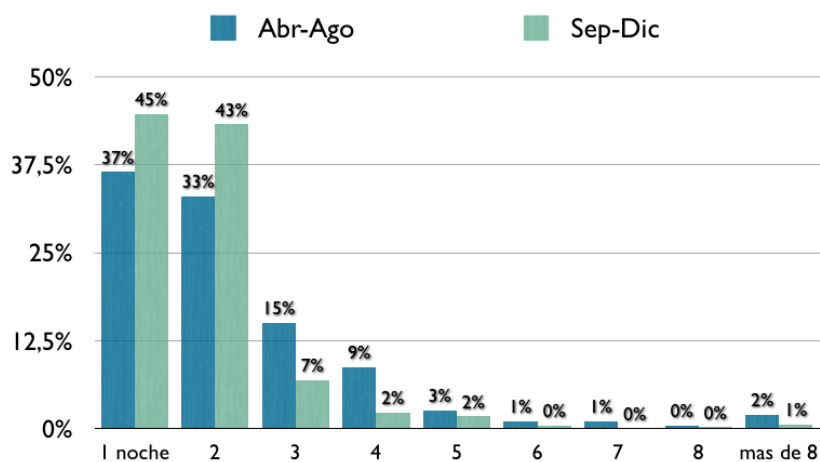


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.5 Duración de la Estancia

El gráfico 41 revela que la porción mayor de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 1 noche, un 43% se quedó dos noches y un 7% se quedó 3 noches. Estadías mayores a 4 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 2 noches extra.

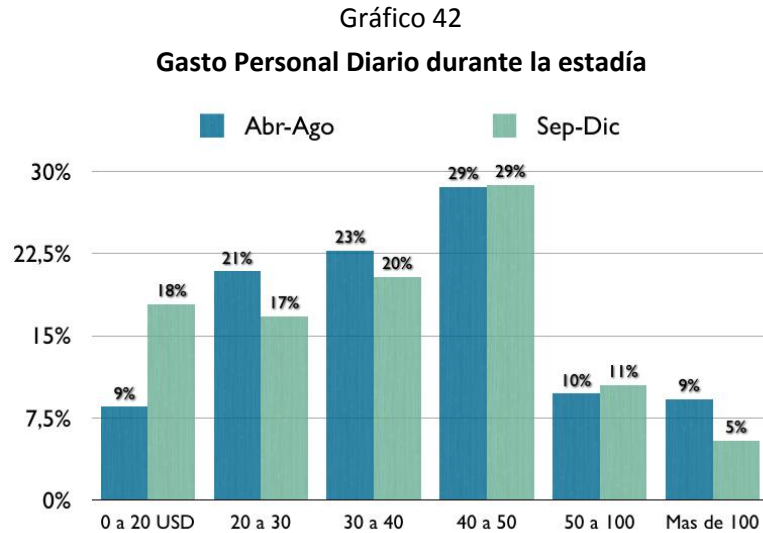
Gráfico 41
Duración de la Estancia del Turista en este Hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

7.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

El gráfico 42 revela que el 66% de los turistas alojados gastan diariamente un rango entre 20 y 50 dólares, siendo el prevalente el gasto entre 40 y 50 dólares (49%). La fracción que gastó entre 30 y 40 dólares diarios es el 20% y la porción que gastó entre 20 y 30 dólares por persona diariamente bajó del 21% al 17%.

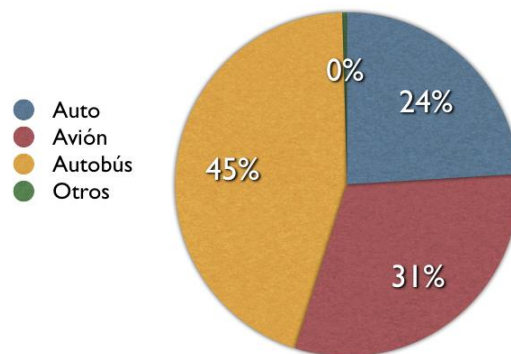


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.7 Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en hotel, el 24% vino en auto privado. Un 45% lo hizo en autobús y un 31% lo hizo por avión¹⁰. Menos del 1% de los turistas utilizó en este trimestre medios como motocicleta o busetas¹¹.

Gráfico 43
Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

¹⁰ Lo cual es consecuencia de la reapertura del Aeropuerto Mariscal Lamar en el Mes de Agosto

¹¹ 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.

8 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.

9 Metodología del Estudio

9.1 ¿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 las encuesta de oferta y demanda, de estos entre 69 y 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

Cuadro 15

Datos generales de relevamientos

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

9.2 ¿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.

9.3 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 a diciembre de 2016, 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.¹² 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 pone información de Hostales y otros establecimientos, dentro de cada tabla se analizan la información para los doce meses investigados en el relevamiento.

¹² 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 recategorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los meses.

9.3.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

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

Cuadro 16
Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Total

Indicador	Nombre Mes												Promedio Anual
	ENERO Media	FEBRERO Media	MARZO Media	ABRIL Media	MAYO Media	JUNIO Media	JULIO Media	AGOSTO Media	SEPTIEMBRE Media	OCTUBRE Media	NOVIEMBRE Media	DICIEMBRE Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 35,17	\$ 35,43	\$ 34,32	\$ 34,00	\$ 31,91	\$ 33,34	\$ 32,58	\$ 30,68	\$ 33,53	\$ 37,35	\$ 33,39	\$ 32,88	\$ 33,71
Porcentaje de huéspedes nacionales	65,3%	69,3%	70,1%	67,0%	75,2%	75,3%	65,8%	74,0%	76,6%	70,3%	66,6%	65,9%	70,1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	34,7%	30,7%	29,9%	33,0%	24,8%	24,7%	34,2%	26,0%	23,4%	29,7%	33,4%	34,1%	29,9%
tasa de ocupación	43,2%	44,6%	43,0%	32,9%	22,5%	23,0%	34,1%	44,0%	30,8%	29,4%	44,9%	24,2%	34,7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Durante el año 2016 el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 65% y 76% , un promedio en el año de 70.1%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje con valores que oscilan entre el 23% y el 34%; con un promedio de 29.9%. Los meses que más extranjeros vienen son enero, julio y diciembre.

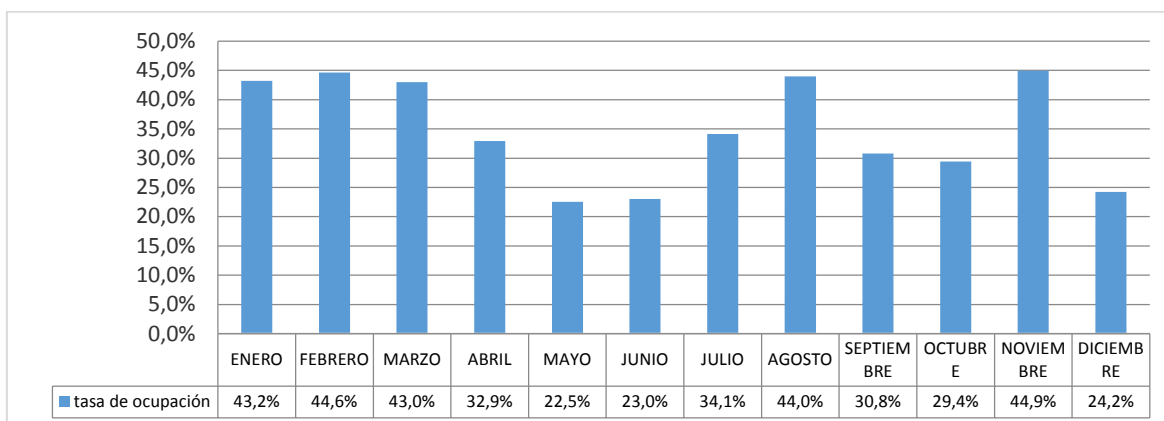
Las tarifas han tenido variaciones bajas entre \$30 a \$37,35 y un promedio de 33,71% en los doce meses. Entre mayo y agosto se experimenta disminuciones en el valor de la tarifa esto puede deberse a una disminución de la demanda que hace que se oferten precios menores. Diciembre también experimenta una disminución con respecto al último cuatrimestre que podría deberse a una disminución de la demanda lo que bajaría los precios o a promociones que se realizaron para captar más clientes.

En el siguiente gráfico se puede observar como la tasa de ocupación baja en los meses de mayo y junio, haciendo que el promedio disminuya. La disminución fuerte de los meses mayo y junio viene de la mano del cierre del aeropuerto. La construcción del tranvía es una de las razones por las que a lo largo de casi todos los meses la tasa de ocupación se mantenga en niveles por debajo del 44%. Sin embargo esta tendencia cambia en noviembre y diciembre que tienen los meses con mayor tasa de ocupación de 58,5% y 54,5% respectivamente.

Cabe anotar que octubre tiene una tasa promedio de ocupación de 29,7%, aunque las categorías de cinco y cuatro estrellas tienen tasas de ocupación relativamente altas, como veremos más adelante, los otros grupos de establecimiento informan menores tasas de ocupación lo que disminuye a esta tasa general.

Gráfico 44

Tasa de ocupación categoría: total



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

9.4 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. Dicha categorización fue variando para algunos hoteles de la ciudad y de acuerdo al grado de respuesta, los valores de los indicadores fueron fluctuando a lo largo del año.

Cuadro 17

Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 98,58	\$ 99,99	\$ 96,44	\$ 92,61	\$ 94,50	\$ 91,58	\$ 148,72	\$ 114,54	\$ 156,33	\$ 124,50	\$ 134,50	\$ 118,50	\$ 114,23
Porcentaje de huéspedes nacionales	32,0%	53,9%	64,8%	59,5%	52,4%	58,9%	30,5%	56,1%	60,0%	64,1%	52,0%	62,2%	53,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	68,0%	46,1%	35,2%	40,5%	47,6%	41,1%	69,5%	43,9%	40,0%	35,9%	48,0%	37,8%	46,1%
tasa de ocupación	59,8%	62,0%	56,5%	51,0%	21,7%	28,0%	39,0%	25,0%	42,0%	53,7%	62,0%	47,2%	45,7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

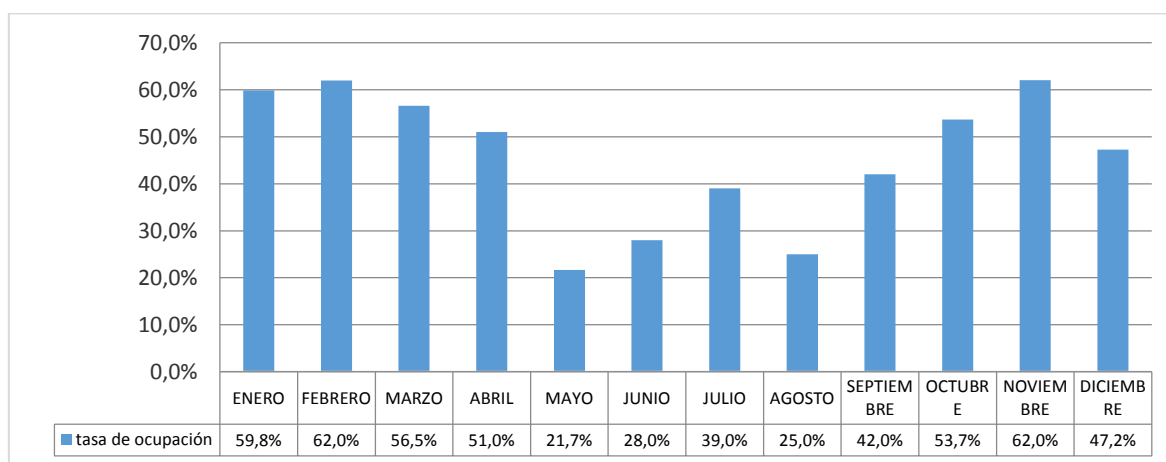
En los establecimientos de Cinco Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varía en valores que van entre 52% a 64,8% con excepción de enero que fue de 32%. Esto nos deja con una porcentaje promedio de nacionales huéspedes de 53.9%. De todas formas como se puede observar en este tipo de establecimientos el porcentaje de extranjeros es mayor que en el promedio de todas las categorías; esto se entiende por ser establecimientos de lujo y de primera. La tarifa promedio de una habitación en general es de \$91 y de \$156 en el segundo semestre se experimenta un fuerte incremento de dicha tarifa esto debido al

fuerte incremento en los valores cobrados que se dio en hoteles que antes no se consideraban como de cinco estrellas.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca es bastante alto, con valores altos en los primeros y últimos meses del año. El mes más bajo es mayo con 21,7%. Como se puede observar los establecimientos hoteleros de cinco estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos. Sin embargo, el gráfico indica una menor ocupación en los meses de mayo, agosto y junio.

Gráfico 45

Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

9.5 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-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 47,80	\$ 49,87	\$ 48,13	\$ 49,75	\$ 51,07	\$ 51,22	\$ 59,82	\$ 49,83	\$ 42,55	\$ 61,28	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 53,56
Porcentaje de huéspedes nacionales	61,1%	62,6%	56,4%	56,3%	69,6%	70,4%	70,4%	64,6%	74,3%	74,1%	73,0%	68,7%	66,8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	38,9%	37,4%	43,6%	43,7%	30,4%	29,6%	29,6%	35,4%	25,7%	25,9%	27,0%	31,3%	33,2%
tasa de ocupación	42,0%	39,2%	40,6%	36,5%	22,2%	23,9%	37,7%	47,3%	33,3%	39,8%	47,0%	31,4%	36,7%

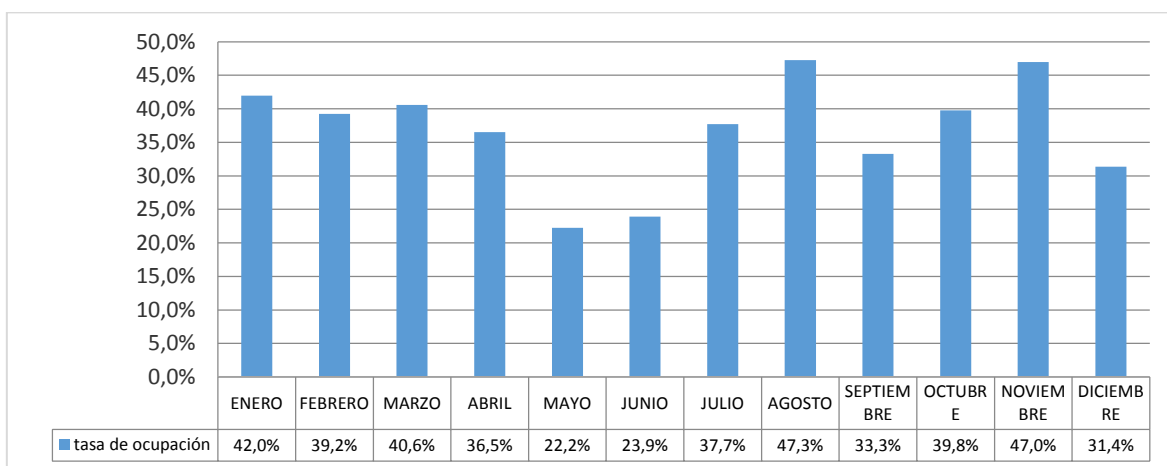
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 56% y 74%; con un promedio de 66,8%. Como se puede observar en este tipo de establecimientos el porcentaje de nacionales es mayor que en la categoría Cinco Estrellas; esto se entiende por ser establecimientos con tarifas más accesibles. La tarifa promedio de una habitación en general durante el año es de \$53,56.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cuatro estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue desde valores poco mayores a 20% en los meses de mayo y junio. Noviembre y agosto fueron los meses con mayor tasa de ocupación con 47%; la tasa promedio de ocupación del año, está en 36,7%. Como se puede observar los hoteleros de Cuatro Estrellas tienen, casi todos los meses, una tasa de ocupación algo mayor que el promedio de todos los hoteles consultados. En el gráfico, la mayor disminución de la tasa de ocupación se da en los meses de mayo y junio.

Gráfico 46

Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

9.6 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En el cuadro 19 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

Cuadro 19
Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 29,78	\$ 28,68	\$ 28,36	\$ 28,70	\$ 25,00	\$ 24,49	\$ 25,16	\$ 26,59	\$ 30,67	\$ 35,91	\$ 43,28	\$ 43,28	\$ 30,82
Porcentaje de huéspedes nacionales	83,1%	79,0%	79,7%	82,4%	89,9%	86,5%	63,0%	85,2%	88,5%	86,6%	69,9%	73,4%	80,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	16,9%	21,0%	20,3%	17,6%	10,1%	13,5%	37,0%	14,8%	11,5%	13,4%	30,1%	26,6%	19,4%
tasa de ocupación	42,5%	42,3%	35,2%	23,7%	24,4%	25,9%	22,3%	40,4%	35,4%	22,1%	32,8%	27,4%	31,2%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

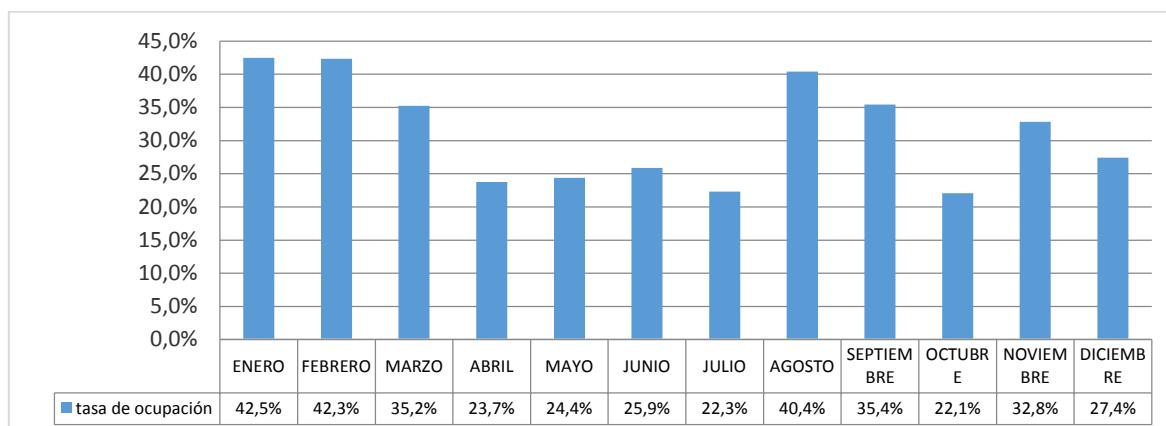
En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles es de alrededor de 82% con disminuciones en los meses de julio, noviembre y diciembre siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles el porcentaje de nacionales es mayor pues tienen flujos menores de extranjeros.

La tarifa general promedio de una habitación hasta agosto estuvo ligeramente por debajo de los treinta dólares. Desde septiembre los valores empezaron a pasar los \$30 y desde ahí suben hasta llegar a \$43,28 en los meses de noviembre y diciembre; permaneciendo con una tasa promedio de \$30,82%.

La tasa de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fluctúa entre el 22% y 42% siendo octubre el mes de menor tasa de ocupación de esta categoría llegando a 22,1% de ocupación. En promedio la tasa de ocupación fue del 31,2%

Gráfico 46

Tasa de ocupación categoría: tres estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

9.7 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.

Cuadro 20

Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 9,25	\$ 10,33	\$ 10,33	\$ 16,21	\$ 27,29	\$ 36,06	\$ 21,10	\$ 23,62	\$ 15,50	\$ 23,43	\$ 27,73	\$ 27,85	\$ 20,72
Porcentaje de huéspedes nacionales	95,8%	95,0%	96,1%	76,0%	86,4%	86,5%	71,9%	73,0%	67,6%	65,3%	57,2%	63,2%	77,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	4,2%	5,0%	3,9%	24,0%	13,6%	13,5%	28,1%	27,0%	32,4%	34,7%	42,8%	36,8%	22,1%
tasa de ocupación	43,6%	25,7%	28,7%	31,0%	24,7%	21,4%	42,1%	32,3%	20,5%	19,0%	43,1%	36,5%	30,7%

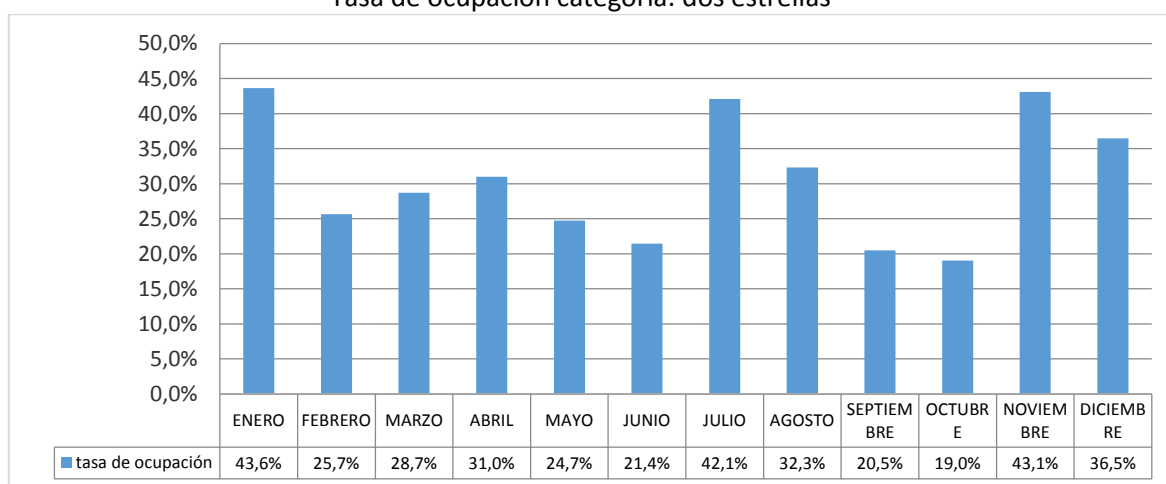
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos estrellas el mayor porcentaje de nacionales se daba en el primer trimestre, fluctuando alrededor del 95%. En los siguientes meses se experimenta incrementos de los valores sinendo el porcentaje promedio de huéspedes nacionales el 77,89%. En los meses de septiembre a diciembre baja un poco el porcentaje de extranjeros pero aún así se encuentran por encima del 57,2%.

La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en 9,25 dólares en el mes de enero. Esta tasa es muy fluctuante, esto se puede deber a los cambios de categoría que tuvieron los hoteles a lo largo del año. La tarifa general promedio es de \$20,72.

La tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca mantuvo las fluctuaciones de todas las categorías, siendo los meses más bajos los de septiembre, octubre, y junio. Los meses de mayor ocupación son los de noviembre, enero y julio. La ocupación promedio del año esta en 30,7%

Gráfico 47
Tasa de ocupación categoría: dos estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

10 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales Hostales Tres Estrellas

En esta sección también se analiza otros establecimientos, específicamente hostales.¹³ Estos hostales tienen su propia categorización en el Ministerio de Turismo. Se dividen en tres, dos y una estrella.

Hostales tres estrellas

Cuadro 21

Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

¹³ Cabe anotar que esta categoría no se analizó, con este nivel de detalle en el primer boletín entregado.

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 37,61	\$ 38,22	\$ 36,93	\$ 32,43	\$ 24,16	\$ 26,34	\$ 31,47	\$ 27,10	\$ 27,81	\$ 34,17	\$ 30,82	\$ 30,82	\$ 31,49
Porcentaje de huéspedes nacionales	77,3%	77,2%	76,9%	74,5%	75,0%	75,0%	61,4%	70,3%	71,5%	67,4%	73,4%	76,7%	73,0%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	22,7%	22,8%	23,1%	25,5%	25,0%	25,0%	38,6%	29,7%	28,5%	32,6%	26,6%	23,3%	27,0%
tasa de ocupación	47,8%	46,5%	54,8%	40,0%	22,8%	24,6%	42,9%	42,5%	37,5%	25,5%	43,4%	27,1%	38,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

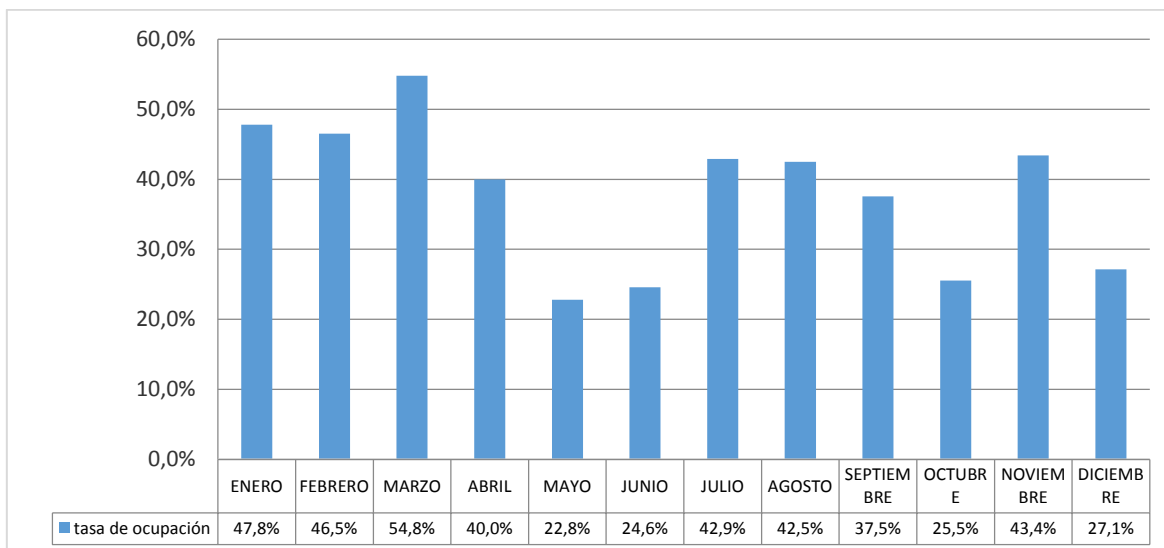
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 73%; siendo los meses de enero a marzo y diciembre los de mayor porcentaje de hospedados y el mes de junio fue el mes con menor porcentaje con 61,4%.

La tarifa promedio en estos establecimientos, durante el año fue de \$31,49 dólares. Los meses con menor tarifa general fueron los meses de mayo y junio con \$24,16 y \$24,32 respectivamente.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca fue de valores bajos en mayo y junio, al igual que las tarifas y los valores más altos son los de marzo, enero y febrero con 54,8%, 47,8% y 46,5% respectivamente. Como se puede observar los hostales tres estrellas tienen tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos, con un promedio de 38%.

Gráfico 48



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por último La tarifa promedio de una habitación en general es de \$17 y de \$19 en el segundo trimestre.

10.1 Hostales dos estrellas

En esta sección se va a analizar a los hostales de dos estrellas que son en su gran mayoría establecimientos que cambiaron su calificación con respecto a clasificaciones anteriores.

Cuadro 22

Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17,36	\$ 17,80	\$ 16,87	\$ 23,74	\$ 20,94	\$ 20,29	\$ 14,30	\$ 17,31	\$ 18,34	\$ 14,96	\$ 19,01	\$ 19,40	\$ 18,36
Porcentaje de huéspedes nacionales	91,0%	86,7%	87,9%	87,5%	87,1%	88,9%	88,6%	91,1%	80,7%	90,8%	79,3%	72,2%	86,0%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	9,0%	13,3%	12,1%	12,5%	12,9%	11,1%	11,4%	8,9%	19,3%	9,2%	20,7%	27,8%	14,0%
tasa de ocupación	34,5%	47,3%	39,9%	32,1%	17,1%	14,9%	36,7%	78,8%	26,2%	14,4%	49,3%	8,8%	33,3%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

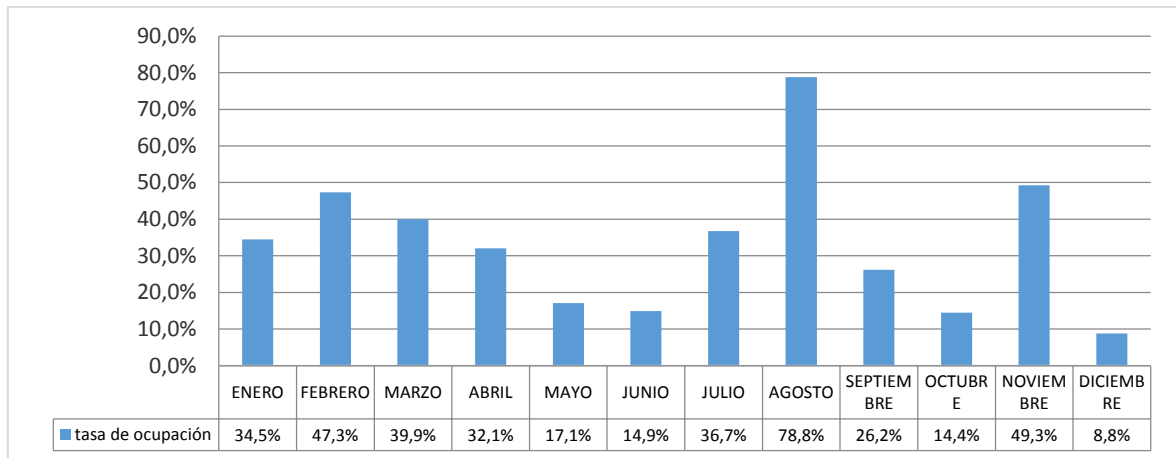
En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados es bastante alto con valores sobre el 72,2% en diciembre hasta el 91.1% de agosto. El promedio de nacionales es de 86% en esta categoría.

La tarifa general promedio del año es de \$18,35, el mes que menor tarifa tiene es julio con \$14,30 y el mes con mayor valor es diciembre con \$19,4.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue la más baja en diciembre, octubre y junio y las más alta en noviembre. La tasa de ocupación promedio de esta categoría fue de 33,3%.

Gráfico 49

Hostales dos estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

10.2 Hostales una estrella

Por último en esta sección se va a analizar a los hostales de dos estrellas 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.

Cuadro 23

Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella

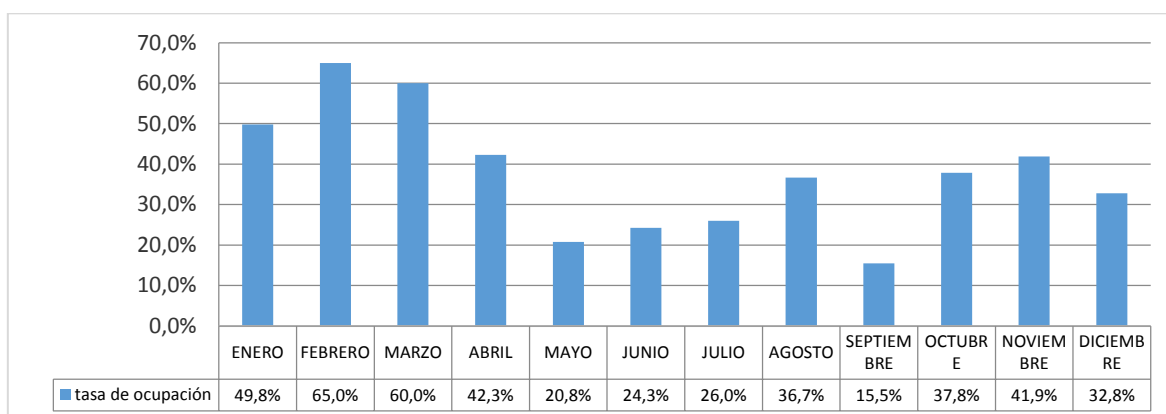
	Nombre Mes												Promedio
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 11,67	\$ 11,67	\$ 11,25	\$ 12,50	\$ 16,67	\$ 13,00	\$ 23,00	\$ 21,14	\$ 19,50	\$ 15,32
Porcentaje de huéspedes nacionales	61,9%	59,1%	76,2%	50,5%	61,1%	56,9%	32,2%	52,6%	81,0%	37,3%	76,2%	72,6%	59,8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	38,1%	40,9%	23,8%	49,5%	38,9%	43,1%	67,8%	47,4%	19,0%	62,7%	23,8%	27,4%	40,2%
tasa de ocupación	49,8%	65,0%	60,0%	42,3%	20,8%	24,3%	26,0%	36,7%	15,5%	37,8%	41,9%	32,8%	37,7%

En los establecimientos de Hostales una estrella el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 59,8%, siendo el mes con menos nacionales hospedados julio con 32,2% y los meses con mayor porcentaje, septiembre, noviembre y diciembre.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas hostales una estrella va de los meses más bajos en septiembre y mayo a los meses más altos como febrero y marzo.

Gráfico 50

Hostales una estrella



10.3 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 calculo 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.

Cuadro 24
Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos

Enero-Diciembre

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Promedio
Total	\$ 13	\$ 16	\$ 13	\$ 10	\$ 9	\$ 9	\$ 9	\$ 12	\$ 6	\$ 15	\$ 16	\$ 13	\$ 12
Cinco estrellas	\$ 48	\$ 58	\$ 50	\$ 45	\$ 37	\$ 42	\$ 58	\$ 51	\$ 39	\$ 58	\$ 71	\$ 54	\$ 51
Cuatro estrellas	\$ 22	\$ 22	\$ 21	\$ 19	\$ 22	\$ 21	\$ 21	\$ 25	\$ 9	\$ 25	\$ 30	\$ 26	\$ 22
Tres estrellas	\$ 5	\$ 13	\$ 6	\$ 4	\$ 3	\$ 3	\$ 4	\$ 10	\$ 3	\$ 8	\$ 22	\$ 13	\$ 8
Dos estrellas	\$ 1	\$ 2	\$ 2	\$ 4	\$ 3	\$ 3	\$ 6	\$ 6	\$ 4	\$ 13	\$ 16	\$ 13	\$ 6
Hostal tres estrellas	\$ 13	\$ 16	\$ 13	\$ 6	\$ 4	\$ 5	\$ 7	\$ 8	\$ 6	\$ 11	\$ 12	\$ 11	\$ 9
Hostal dos estrellas	\$ 5	\$ 6	\$ 5	\$ 5	\$ 4	\$ 4	\$ 3	\$ 6	\$ 3	\$ 5	\$ 5	\$ 7	\$ 5
Hostal una estrella	\$ 4	\$ 6	\$ 7	\$ 16	\$ 13	\$ 17	\$ 5	\$ 4	\$ 1	\$ 13	\$ 7	\$ 5	\$ 8

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

Como se observa en el Cuadro 23 la RevPar varía de \$6 en septiembre a \$22 en febrero siendo este el mes que mayor tarifa RePar tuvo seguido de diciembre, marzo y noviembre. El promedio del total de establecimientos en el año es de 12 dólares.

Siendo los establecimientos de cinco estrellas los que mayor RevPar tienen un promedio de \$51 a lo largo del año. Desde aquí los valores van bajando sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles llegando a \$7 los de dos estrellas. Sube el valor un poco en los hostales de tres, dos y una estrella con \$9 y \$13.

Este ha sido el análisis de la oferta, se puede ver, en resumen, que los meses de mayo, junio y septiembre fueron los de menores valores en casi todas las categorías y los meses de noviembre y enero los que mejores resultados tuvieron. En siguientes análisis de esta información se debería incluir valores de ventas, calificación de la situación de los establecimientos de alojamiento que realizaron los mismos encuestados. Además se debería analizar la infraestructura y el empleo del sector.

11 Bibliografía

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

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