

# Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Boletín Dos

**Elaborado por**

**Grupo de Investigación en Economía Regional GIER**

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad de Cuenca

Agosto 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.....	19
5.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca .....	19
5.4.1	Elección del Alojamiento .....	19
5.4.2	Duración de La Estancia .....	20
5.4.3	El costo de la Estancia .....	22
5.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca .....	24
5.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	24
5.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad .....	24
5.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino .....	26
5.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita.....	26
6	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca .....	28
6.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	28

6.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	28
6.1.2	Procedencia del Turista .....	29
6.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista .....	29
6.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista .....	31
6.2	Motivación del Turista.....	32
6.2.1	Motivación.....	32
6.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico .....	32
6.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	33
6.3	Organización del Viaje.....	35
6.3.1	Con quien viaja el Turista .....	35
6.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	36
6.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca .....	36
6.4.1	Elección del Alojamiento .....	36
6.4.2	Duración de La Estancia .....	38
6.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	39
6.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional.....	39
6.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca .....	41
6.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos .....	41
6.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad .....	41
6.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino .....	43
7	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	45
7.1	Edad, Género y Procedencia .....	45
7.2	Estado Civil y Ocupación de Turista .....	47
7.3	Organización del Viaje y Motivación .....	48
7.4	Medios de Información Utilizados .....	49
7.5	Duración de la Estancia .....	49
7.6	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	50
7.7	Medio de transporte utilizado .....	50
8	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca .....	51
9	Metodología del Estudio .....	51
9.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio? .....	51

9.2	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? .....	52
10	Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca .....	52
10.1	Principales indicadores de oferta turística.....	52
10.1.1	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	52
10.2	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	54
10.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas .....	56
10.4	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	57
10.5	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera .....	59
11	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales .....	61
	Hostales Tres Estrellas.....	61
11.1	Hostales dos estrellas.....	62
11.2	Tarifa RevPar .....	64
12	Bibliografía .....	66
13	Bibliografía .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## 2 Presentación

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

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

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

Según la OMT la tendencia del turismo en la actualidad se concentra en la búsqueda de experiencias, actividades relacionadas con la naturaleza, la cultura y la aventura por lo que la comercialización de dichas actividades ha crecido en forma exponencial. Adicionalmente se consideran ahora actividades del ramo al turismo religioso, al turismo urbano y al turismo de compras, poniéndose siempre el énfasis en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Por ello se impulsan las actividades turísticas no invasivas y el turismo alternativo.

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

En este contexto y motivación, el presente estudio pretende dar una visión de la actividad turística en la ciudad tomando especial atención a los agentes económicos involucrados, los turistas. La primera parte constará de un diagnóstico situacional de la demanda turística en el cantón. Esta sección proporciona información relevante acerca de la tipología del turista que visita el Cantón Cuenca, para luego concentrarse en los aspectos relacionados con el comportamiento del turista en el destino. Finalmente, esta sección proporciona datos perceptivos sobre la experiencia del turista. Por su parte, el estudio de Oferta está organizado para proporcionar información sobre la tasa de ocupación hotelera en el primer cuatrimestre del año 2016 entre otros indicadores de relevancia.

### 3 La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

En el marco del diagnóstico del turismo en la Ciudad de Cuenca, el estudio de demanda turística constituye un referente y pilar fundamental para cualquier propuesta de acción, ya que responde quienes son los visitantes que llegan a la Ciudad, que esperan de su visita, como se comportan antes y durante la misma, como evalúan y si recomendarían el destino luego de retornan 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 al a Ciudad de Cuenca por un tiempo limitado.
- c. Las personas en viaje de negocios (incluidos empleados de las empresas comerciales e industriales que acudieron a la ciudad a instalar maquinaria, brindar capacitación y otros)
- d. Los estudiantes o jóvenes que residen fuera de la ciudad, así como también los que acudieron a realizar trabajos temporales o estudios cortos
- e. Los viajeros que visitaron a la ciudad en tránsito al menos durante 24 horas.
- f. Los tripulantes de medios de transporte interprovinciales e inter cantonales.
- g. Los músicos o los artistas que hicieron escala de gira en la ciudad durante el periodo de relevamiento.

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

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

## 4.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?

Las encuestas, 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 tamaño<sup>1</sup>. 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.

---

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

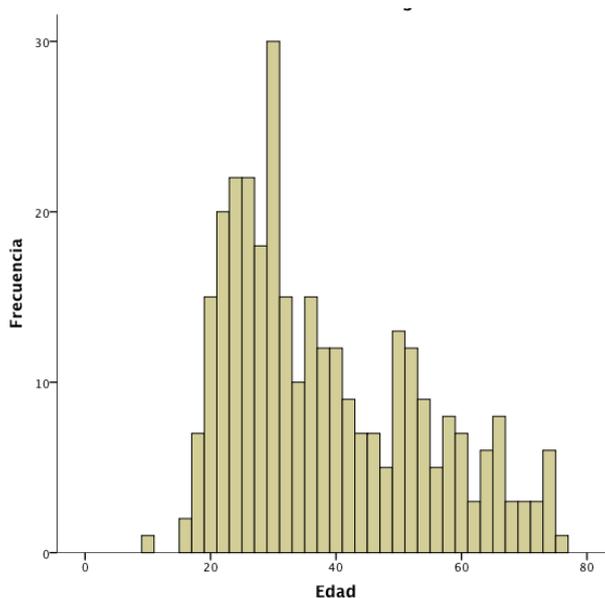
## 5 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

### 5.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

#### 5.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

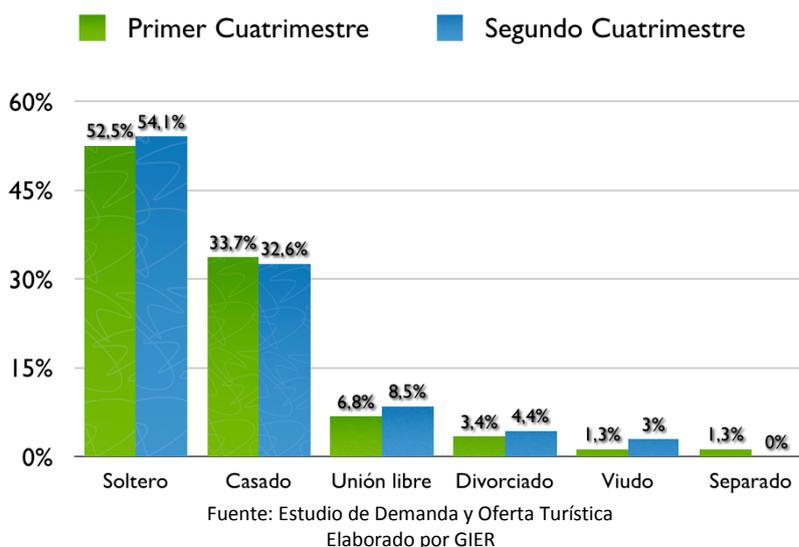
Al igual que en en Boletín 1, una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 1 Los resultados revelan que el visitante en el segundo cuatrimestre se encuentra entre los 20 y los 76 años con una concentración mayor entre los 20 y 40 años. Esto lo siguen caracterizando como un adulto contemporáneo. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 37,9 años, una mediana de 33 años y una moda de 22 años.

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



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 primer y segundo cuatrimestres son mínimas. Aún existe predominancia de turistas solteros (54,1%) y de casados con una incidencia del 32,6%.

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



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.

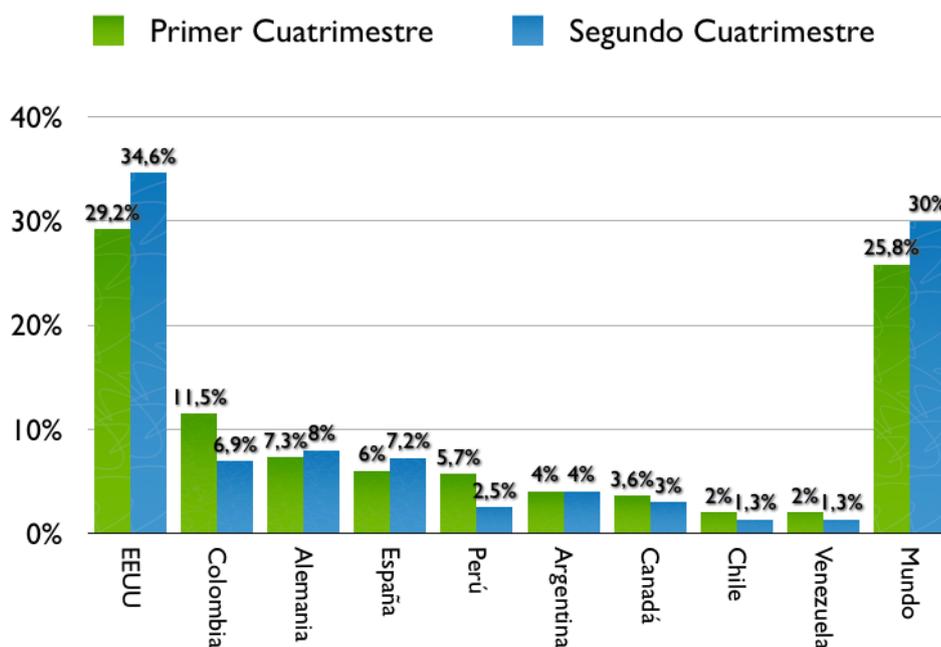
### 5.1.2 Procedencia del Turista

Aún 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 (34,6%), lo cual es congruente con la cercanía geográfica y con la utilización del dólar. Luego se encuentran, aunque en proporciones mucho menores, los turistas colombianos (6,9%) alemanes (8%), españoles (7,2%) y peruanos (2,5%). Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (25,8%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

Ahora bien, una vez hechos los comparativos, algunos comportamientos salen a la luz. En primer lugar existe un incremento del 17% de visitantes de los Estados Unidos, así como incrementos menores en el flujo de españoles y alemanes lo cual es congruente con la estación veraniega. A su vez, se nota un reducción de los flujos procedentes de países latinoamericanos entre los cuales se encuentran Colombia y Perú con descensos de un 40% y 56% respectivamente. Asimismo el crecimiento del flujo procedente del resto del mundo se incrementa impulsado por un ingreso de turistas del Benelux y las Islas Británicas.

Gráfico 3

Procedencia del Turista Extranjero en la Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

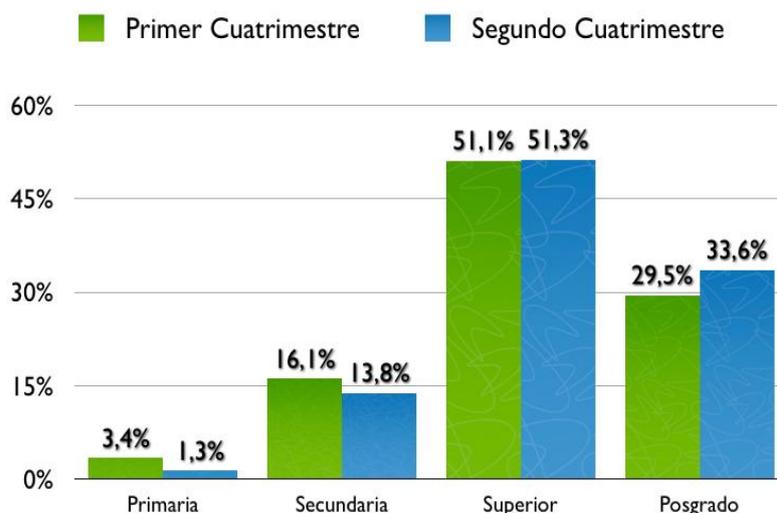
Elaborado por GIER

En este segundo periodo, los resultados revelan una mayor disgregación entre las ciudades de procedencia de los turistas. A pesar de ello, hay tendencias que se mantienen, por ejemplo, New York sigue constiruyéndose en el principal foco de turistas de los Estados Unidos, así como Barcelona lo es para aquellos procedentes de España. Además se mantiene una proporción importante de turistas colombianos que residen dentro del Ecuador.

### 5.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

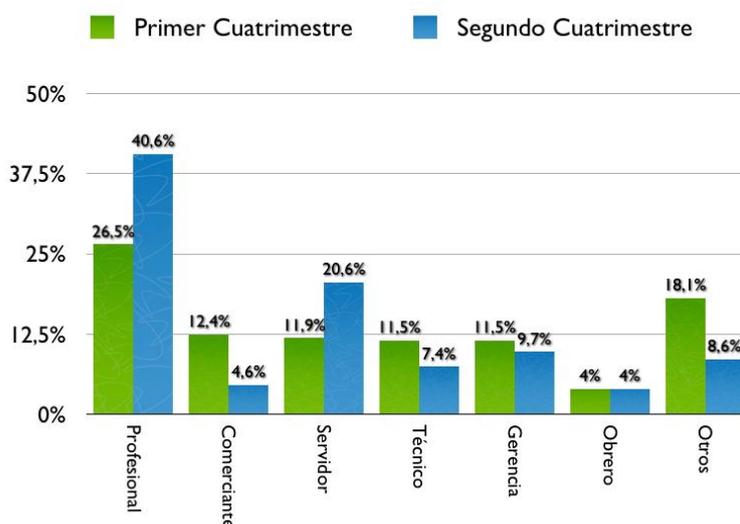
Es importante recalcar que el cambio de temporada no ha implicado un cambio en la tipología del turista. Así con respecto a las variables de educación y situación laboral se puede encontrar consistencia en los resultados de ambos periodos lo que a su vez sugiere robustez en el estudio. En este segundo 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) (84,9%). Sin embargo existe un incremento de 13 puntos porcentuales en el grupo profesional independiente (de 26,5% a 40%) como se aprecia en el Gráfico 5.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

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

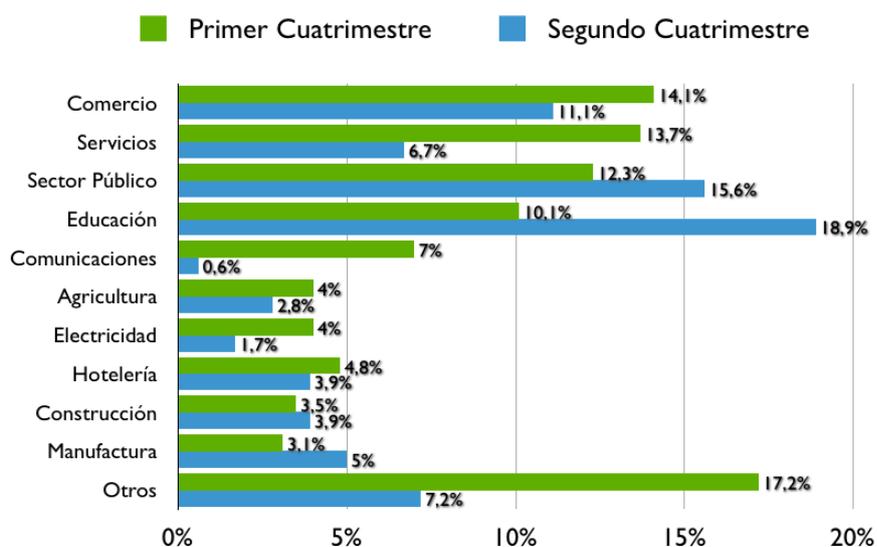


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas extranjeros se dedica a actividades comerciales ha caído en 3 puntos (de 14.1% a 11,1%). Situación contraria a la de turistas que laboran en el sector público en sus respectivos países (de 12,3% a 15,6%). Existe además un descenso claro en la fracción de visitantes que se dedican a servicios profesionales (del 13,7% al 6,7%) y un

impresionante repunte en turistas que labora en el sector educativo (del 10,1% al 18,1%). El restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual.

Gráfico 6  
Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 5.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

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

Cuadro 1  
Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	Cuatrimestre	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
VIVE SOLO	2	23,1%	,7%	2,2%		2,2%	,4%	28,7%
PADRES E HIJOS	2	23,1%	6,0%	25,0%		2,2%		56,3%
PADRES, HIJOS Y OTROS FAMILIARES	2	8,6%	1,9%	4,1%		,4%		14,9%
Total	2	54,9%	8,6%	31,3%		4,9%	,4%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, no existen cambios bruscos en la composición. Cerca de una cuarta parte de los visitantes viven solos y son solteros, pero un no menos significativo 23,1% está

conformado por turistas solteros que viven con sus padres. Asimismo, un 25% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos..

Con esta información se pueden inferir dos perfiles ya consistentes y robustos de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

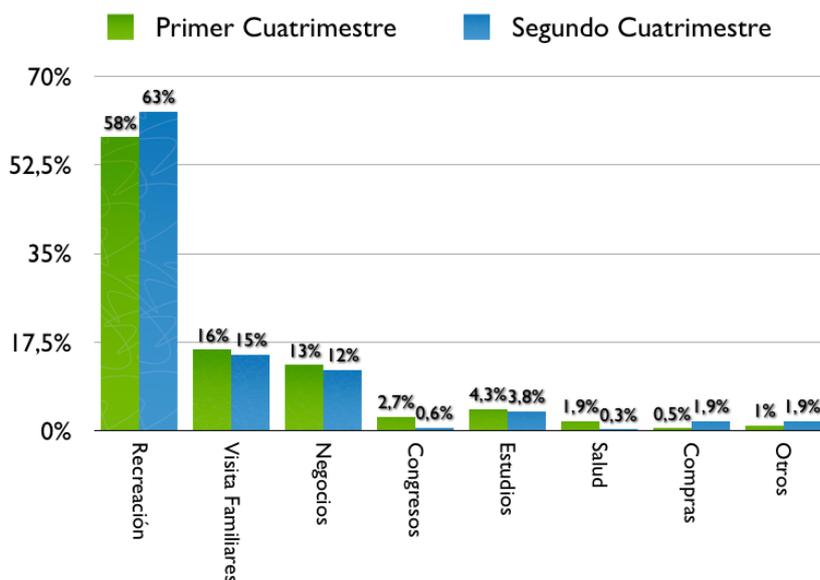
- Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven solos, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior 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 este segundo periodo los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 7, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca sigue siendo la recreación (63%) , seguida muy de lejos por otras actividades tales como negocios (12%) o visitas a familiares (15%). Es importante acotar que el único rubro es presenta una mejora es el recreativo.

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



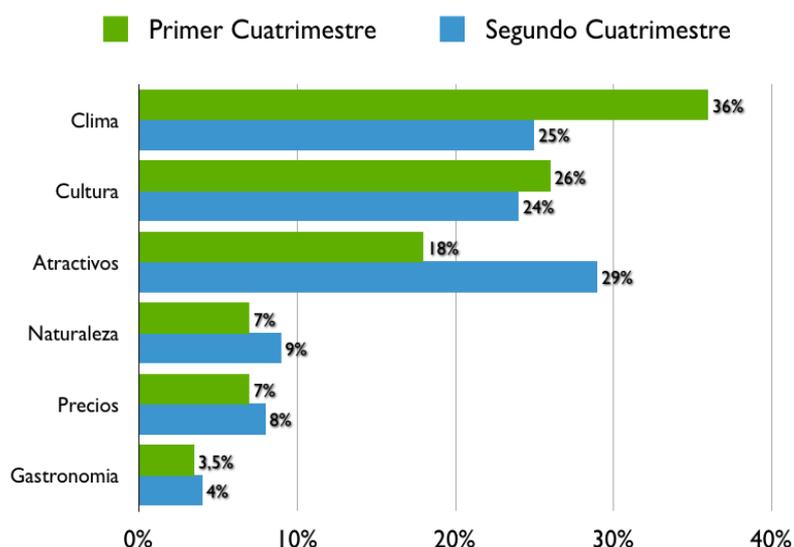
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 5.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

A pesar de no existir ninguna sorpresa con respecto al perfil, en este segundo periodo existen cambios notorios en la razón de elección del destino. Como era de esperarse ahora elige el destino Cuenca principalmente por sus atractivos turísticos (del 18% al 29%), El turismo que vino a la ciudad por clima se redujo del 36% al 25% y los atractivos culturales se ubican en un 24%. A diferencia de otros destinos en el país, los paisajes naturales siguen sin representar un atractivo superior para el turista.

Gráfico 8

#### Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

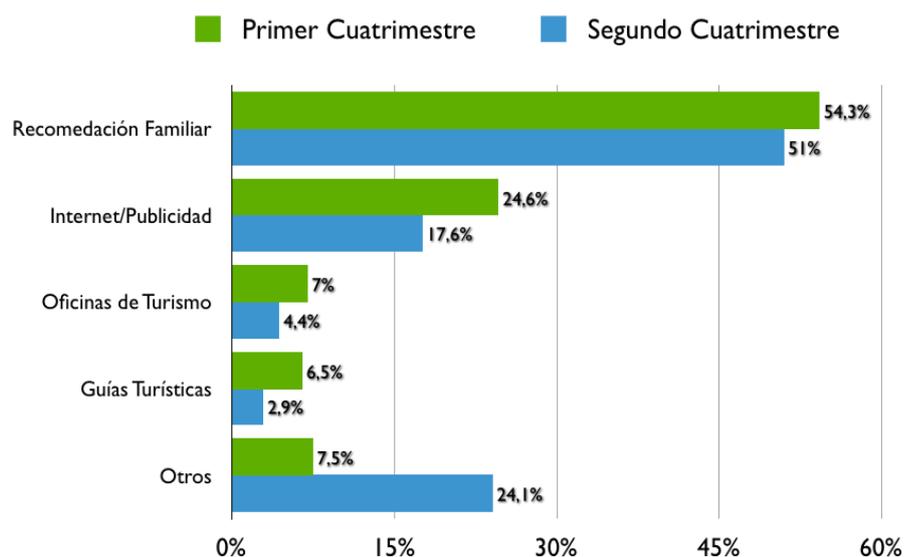
Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 65% de los entrevistados son visitantes de primera vez, mientras que existe una tasa de retorno del 35% lo cual es congruente con el primer cuatrimestre. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, conclusión ya obtenida en la primera fase del estudio.

### 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 la reducción en la incidencia del internet y el crecimiento de otras fuentes de información. Así un porcentaje representativo siguen utilizando medios como Google (47,6%), Tripadvisor (18%), Lonely Planet presenta un descenso significativo (del 13,16% al 2,1%). La Revista International Living solo fue citada como fuente de información relevante de la ciudad por un 2% de los entrevistados en comparación con el 4% del primer cuatrimestre.

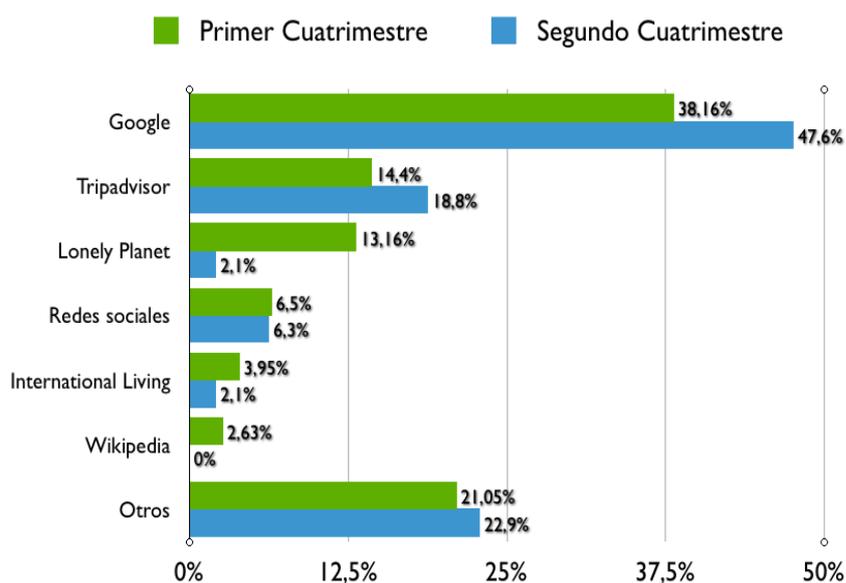
Estos resultados se presentan en los Gráficos 9 y Gráficos 10.

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 78% prefirió no contestar. Asimismo, de aquellos turistas que escogieron otros medios de internet para informarse, el 27,3% lo hizo a través de GringoPost, el 18,2% por Trip&Buy y el restante dividido en partes iguales entre Express, Olx, Routard, World Travel, La Prefectura del Azuay y Yo amo Cuenca.

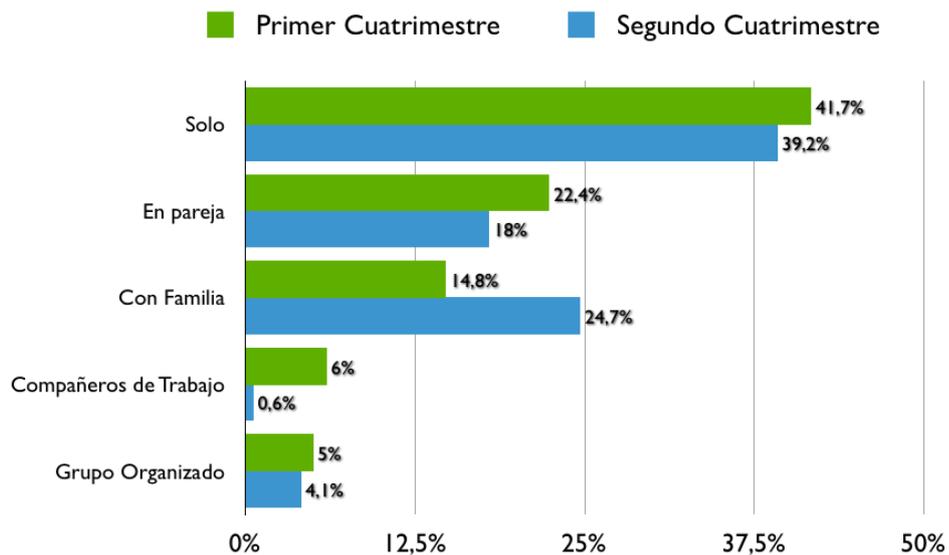
### 5.3 Organización del Viaje

#### 5.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, aunque con una menor incidencia que en el primer cuatrimestre vienen solos (41,7% a, 39,2%) o en parejas, también con una menor incidencia (22,4% al 18%). Sin embargo existe un repunte de 10 puntos de los turistas que vienen en un grupo familiar. Esto se explica por la temporada vacacional que permite una mayor movilidad familiar. Ver Gráfico 11.

Gráfico 11

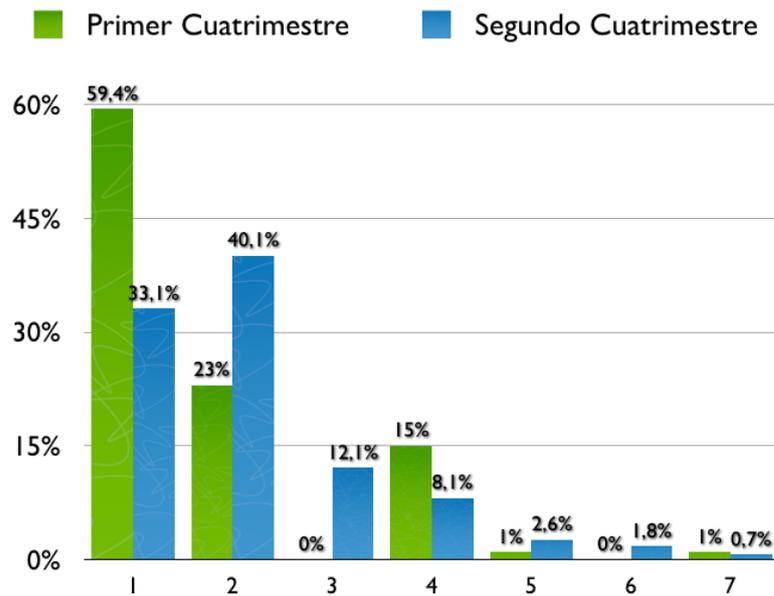
#### Con quien viaja el Turista extranjero que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Gráfico 12

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Además en el gráfico 12 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección siguen 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 esparcimiento familiar en los meses vacacionales, lo cual no se observaba en la primera parte del estudio. En el resto del cuadro los resultados se presentan estables en el tiempo.

**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	1	21,20%	1,30%	8,00%	18,20%	8,30%	2,70%	59,80%
		2	19,49%	2,94%	15,44%	16,54%	12,13%	0,37%	66,91%
	Visita a familiares o amigos	1	8,30%	0,50%	3,20%	2,10%	1,10%	0,50%	15,80%
		2	6,62%		4,78%	1,47%	0,74%		13,60%
	Negocios, actividades profesionales	1	7,80%	1,10%	1,10%	0,50%		2,70%	13,10%
		2	9,56%	0,74%	0,74%			0,37%	11,76%
	Congresos, conferencias	1	1,30%	0,80%		0,30%	0,30%		2,70%
		2	0,37%						0,37%
	Estudios, investigación	1	1,90%	1,60%	0,30%	0,30%		0,30%	4,30%
		2	1,47%	0,37%		0,37%	0,37%		2,57%
	Tratamiento de salud	1	0,50%		0,80%	0,50%			1,90%
		2			0,37%				0,37%
	Motivos religiosos	1	0,30%		0,30%				0,50%
		2		0,37%	0,74%				1,10%
	Compras o servicios personales	1			0,30%	0,30%			0,50%
		2	1,10%			0,74%			1,84%
	Otros	1	0,30%		0,50%	0,50%			1,30%
		2	0,37%			0,37%	0,74%		1,47%
Total		1	38,97%	4,41%	22,06%	19,49%	13,97%	0,74%	100,00%
		2	<b>41,60%</b>	<b>5,40%</b>	<b>14,50%</b>	<b>22,80%</b>	<b>9,70%</b>	<b>6,20%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 5.3.2 Forma de Organización del Viaje

Al igual que en el primer cuarto, los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros siguen organizando su viaje en forma independiente y por cuenta propia (89%).

## 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 (incluso con un incremento de 10 puntos porcentuales.. Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como compras, congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma 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 ya no prefieren el alquiler mensual o semanal de un departamento amoblado sino más bien se inclinan por el establecimiento hotelero. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de salud se aprecia una probabilidad de un 50/50 de que elija un hotel o un departamento lo que se sugiere que se encuentra ligado a la duración del tratamiento. Y un caso especial corresponde a los turistas que arriba por motivos religiosos los cuales ahora tienden a elegir el hospedaje en cada de amigos o familiar y una porción menor 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	1	76,4%	10,0%	11,4%	0,9%	1,4%	100%	
		2	84,6%	4,4%	56,8%		0,5%	100%	
	Visita a familiares o amigos	1	23,3%	23,3%	<b>53,3%</b>			100%	
		2	37,8%	5,4%	<b>56,8%</b>			100%	
	Negocios, actividades profesionales	1	66,0%	10,0%	20,0%	2,0%	2,0%	100%	
		2	78,8%	6,1%	15,2%			100%	
	Congresos, conferencias	1	90,0%	10,0%				100%	
		2	0%	100%				100%	
	Estudios, investigación	1	31,3%	<b>50,0%</b>	18,8%			100%	
		2	57,1%		28,6%		14,3%	100%	
	Tratamiento de salud	1	42,9%	42,9%	14,3%			100%	
		2			100%			100%	
	Motivos religiosos	1				50,0%	50%	100%	
		2	33,3%		66,7%			100%	
	Compras o servicios personales	1	100%					100%	
		2	40%	20%	20%		20%	100%	
	Otros	1	80%		20%			100%	
		2	100%					100%	
	Total		<b>1</b>	<b>64,0%</b>	<b>14,2%</b>	<b>19,4%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,3%</b>	100%
			<b>2</b>	<b>75,1%</b>	<b>5,1%</b>	<b>18,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,7%</b>	100%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

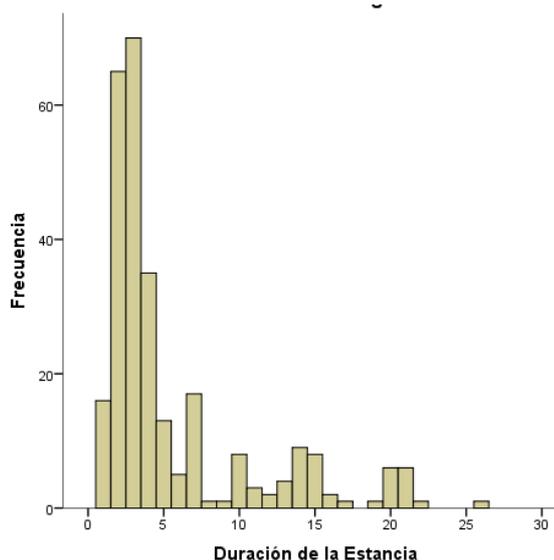
#### 5.4.2 Duración de La Estancia

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 media<sup>2</sup>.

Gráfico 13

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

### Duración de la Estancia del Total de Turistas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Cuadro 4

### Motivo Principal vs Días de Alojamiento

Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.		Segundo Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
		Moda	Moda
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3,00 días	3,00 días
	Visita a familiares o amigos	3,00	3,00
	Negocios, actividades profesionales	2,00	2,00
	Congresos, conferencias	3,00	14,00
	Estudios, investigación	7,00	14,00
	Tratamiento de salud	1,00	3,00
	Motivos religiosos	1,00	11,00
	Compras o servicios personales	4,00	2,00
	Otros	2,00	2,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Bajo estas condiciones es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad (resultado análogo al obtenido en la primera parte del estudio). El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 3 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de hasta 2 días. Un caso que llama la atención es el incremento de la estadía de aquel turista que viene por congresos o conferencias y por motivos educativos de 3 a 14 días y de 7 a 14 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 incremento en la estancia de 1 a 11 días, lo cual explica su comportamiento al momento de escoger alojamiento.

Cuadro 5

**Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento**

		Días de Estancia para visitantes de menos de 30 días	
		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
		Moda	Moda
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2,00 días	3,00 días
	APARTAMENTO	2	5
	FAMILIA, AMIGOS	2	3
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	1	0
	OTROS	1	10

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

En este segundo 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, y aquellos que vienen por negocios en este relevamiento son inexistentes, lo cual explica la falta de datos.

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	1	\$50,59	\$33,99	\$67,29	\$10,98	\$6,91	\$10,15	\$179,91
		2	<b>47,17</b>	<b>42,47</b>	<b>23,00</b>	<b>15,47</b>	<b>4,48</b>	<b>6,66</b>	<b>139,25</b>
	Visita a familiares o	1	\$17,29	\$39,17	\$90,79	\$16,77	\$7,27	\$17,08	\$188,37
		2	<b>22,13</b>	<b>89,09</b>	<b>85,53</b>	<b>18,76</b>	<b>5,63</b>	<b>16,51</b>	<b>237,64</b>
	Negocios, actividades profesionales	1	\$74,66	\$39,86	\$94,27	\$8,14	\$3,41	\$5,10	\$225,44
		2	<b>76,20</b>	<b>64,63</b>	<b>132,71</b>	<b>18,23</b>	<b>0,13</b>	<b>4,86</b>	<b>296,76</b>
	Congresos, Conferencias	1	\$120,92	\$29,59	\$82,48	\$42,84	\$7,41	\$2,89	\$286,14
		2	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>	<b>N/D</b>
	Estudios, Investigación	1	\$101,67	\$55,13	\$146,10	\$4,52	\$6,30	\$7,93	\$321,65
		2	<b>162,50</b>	<b>142,50</b>	<b>87,50</b>	<b>17,50</b>	<b>15,00</b>	<b>50,00</b>	<b>475,00</b>
	Tratamiento de salud	1	\$2,79	\$4,58	N/D	\$3,22	\$0,00	\$0,10	\$12,17
		2	<b>0,00</b>	<b>20,00</b>	<b>N/D</b>	<b>1,67</b>	<b>0,00</b>	<b>3,33</b>	<b>25,00</b>
	Motivos Religiosos	1	\$0,00	\$6,11	N/D	\$2,04	\$2,04	\$0,00	\$21,88
		2	<b>110,00</b>	<b>25,00</b>	<b>100,00</b>	<b>5,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>130,00</b>
Compras o Servicios Profesionales	1	\$48,26	\$48,26	N/D	\$3,22	\$1,07	\$0,00	\$107,52	
	2	<b>300,00</b>	<b>100,00</b>	<b>0,00</b>	<b>100,00</b>	<b>50,00</b>	<b>50,00</b>	<b>600,00</b>	
Otros	1	\$44,78	\$35,18	\$97,18	\$5,84	\$5,40	\$1,61	\$190,00	
	2	<b>50,00</b>	<b>40,00</b>	<b>0,00</b>	<b>25,00</b>	<b>10,00</b>	<b>50,00</b>	<b>175,00</b>	
PROMEDIO GLOBAL		1	\$51,22	\$32,43	\$96,35	\$10,84	\$4,42	\$4,98	\$170,34
		2	<b>73,11</b>	<b>58,19</b>	<b>53,59</b>	<b>22,40</b>	<b>9,47</b>	<b>20,15</b>	<b>230,96</b>

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vienen por motivos religiosos o de salud, presentan un gasto inferior al promedio ya que se hospedan y se alimentan en establecimientos hoteleros de bajo coste o con familiares y amigos. Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud siguen sin gastar en actividades culturales o lúdicas.

Es interesante notar que los grupos que vienen por recreación o a visitar familiares siguen 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 en este segundo periodo. Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a utilizar en mayor grado los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión en esta parte del año.

Finalmente, los grupos que más erogaron en servicios de transporte son aquellos que vienen por negocios.

**Cuadro 7**  
**Gasto Promedio Diario por Persona**

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

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

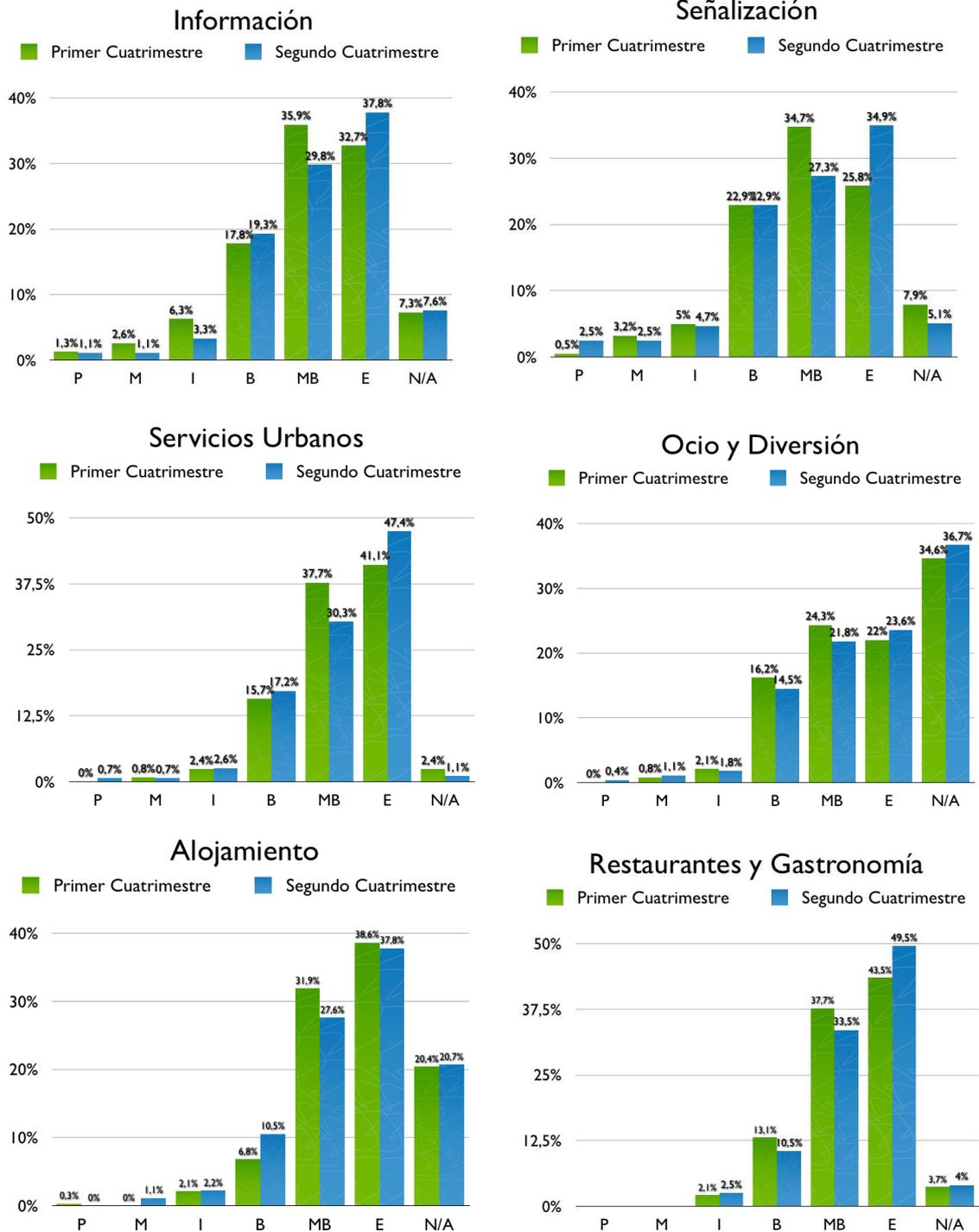
En general los resultados revelan que los turistas siguen sin presentar mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto continua ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

### 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 mejoras hacia el excelente en este segundo parcial, excepto en los rubros de alojamiento y áreas verdes) Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 14.

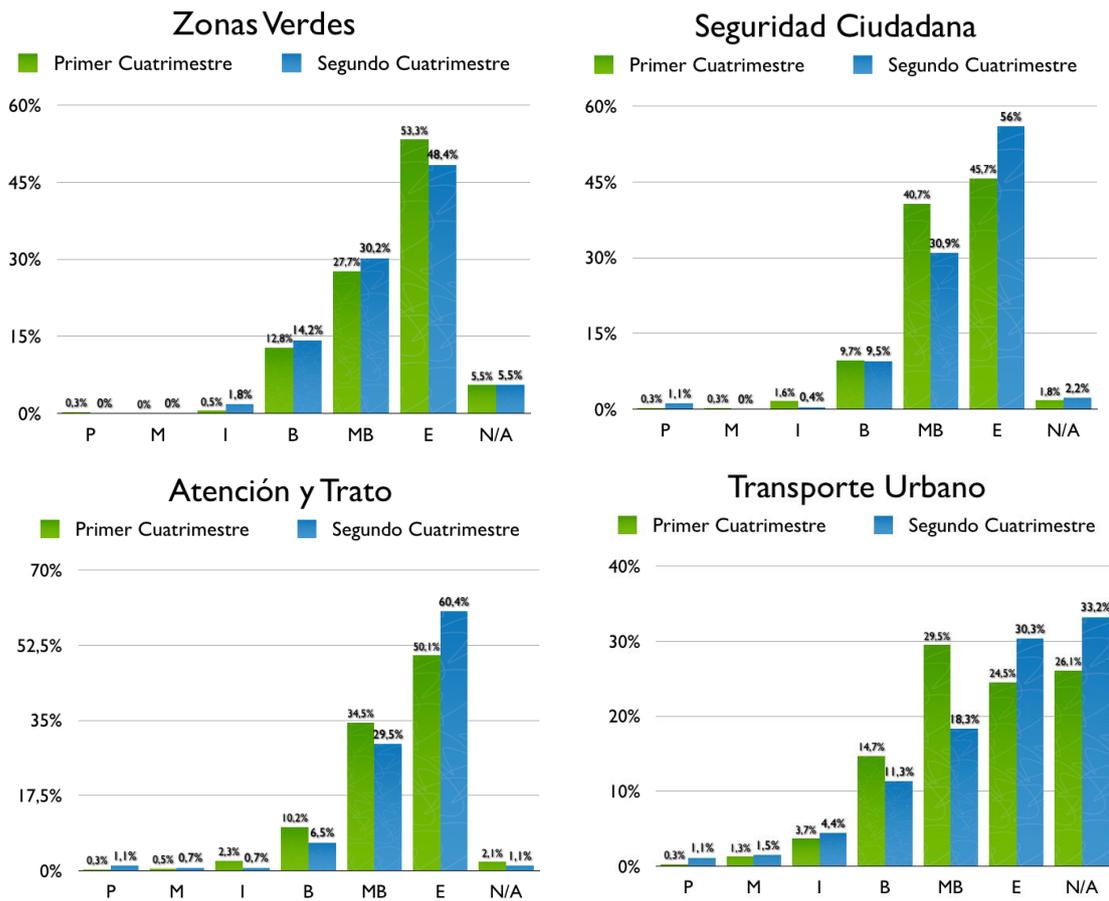
Gráfico 14

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



Talvez dónde se sigue contabilizando una mayor divergencia de opiniones se encuentra en los servicios de ocio y diversión dónde la calificación que prima es muy buena con una alta

incidencia de turistas que califican solamente como buena a la oferta en diversiones que ofrece la ciudad.



Elaborado por GIER

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

### 5.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

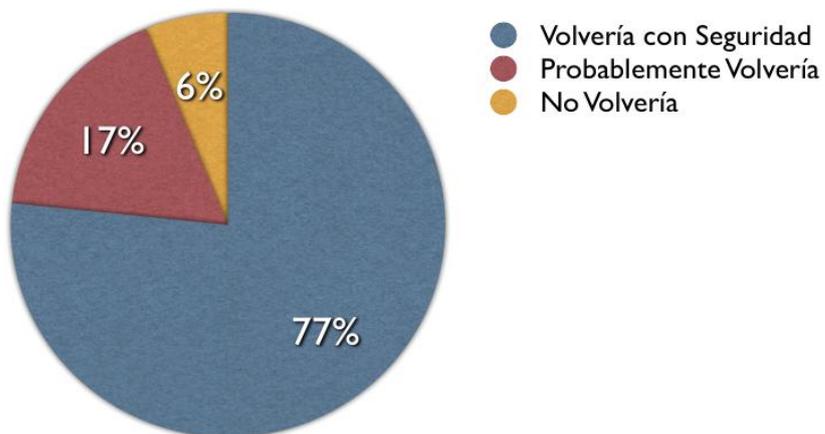
Como constan en los gráficos 15 y 16, cerca del 77% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 17% probablemente regresaría y solo un 6% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 76% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, solo un 21% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es menor al 3%. Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

### 5.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita

Alrededor del 82,6% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo. Este resultado es consistente con el obtenido en la primera parte del estudio.

Gráfico 15

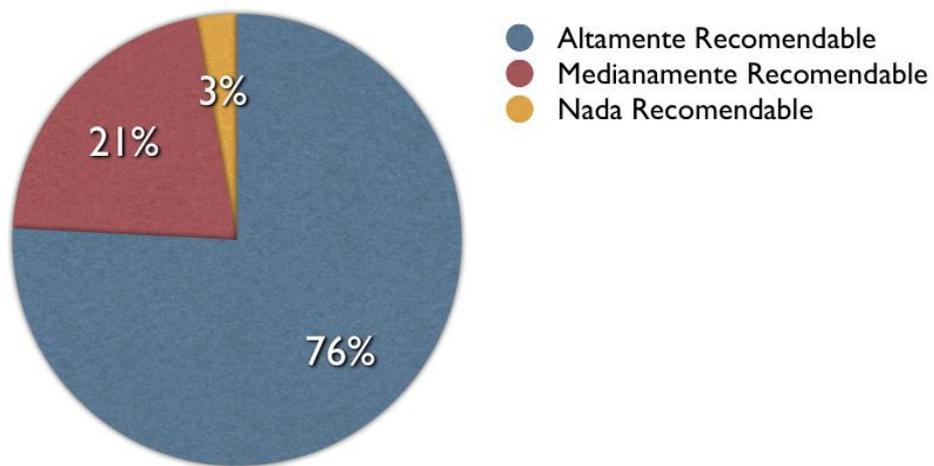
**Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero**



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

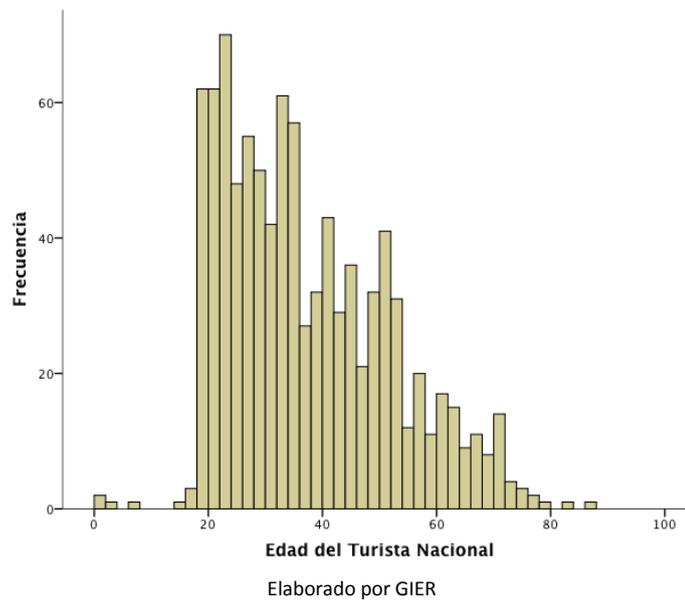
## 6 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

### 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 36 años, lo cual es consistente con la media obtenida en la primera parte del estudio. Esto lo sigue caracterizando como un adulto contemporáneo.

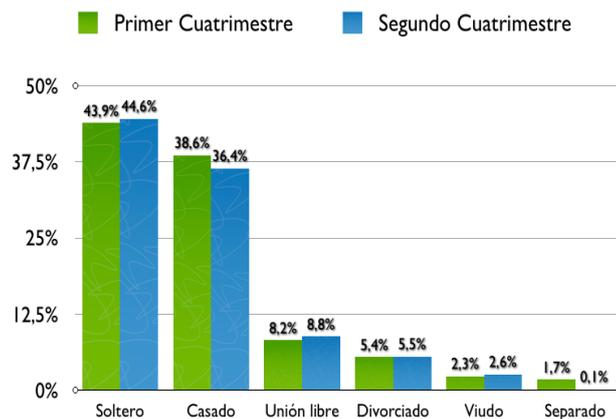
Gráfico 17



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 (44,6%) y a su vez, los turistas nacionales casados representan el 36,4% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil. En este sentido no hay variaciones significativas en el perfil de cuatrimestre a cuatrimestre.

Gráfico 18

#### Estado Civil del Turista Nacional en la Ciudad de Cuenca

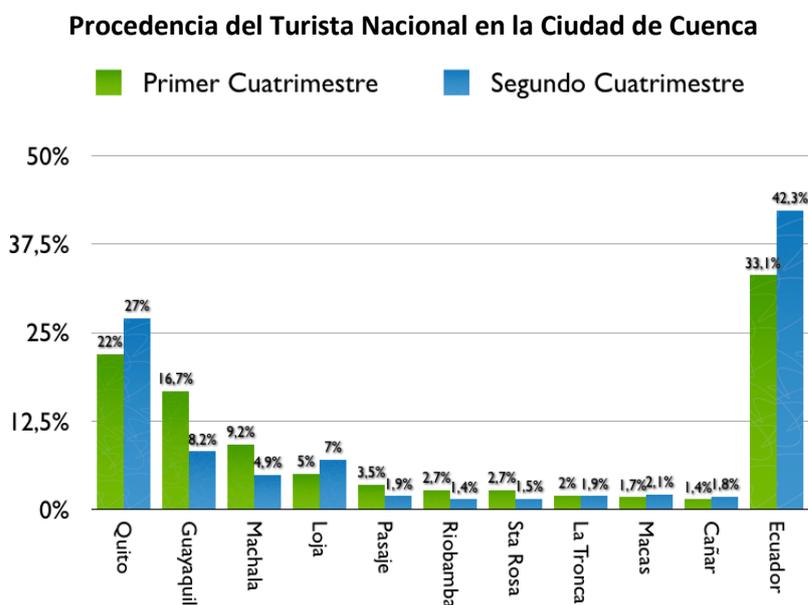


En lo concerniente al género, la encuesta realizada en este periodo arrojó aleatoriamente una proporción un 44 % de varones frente a un 56% de mujeres. Por lo que se indica, al igual que con sus contrapartes extranjeras, que no hay preponderancia de un tipo específico de turista y se concluye que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca. Así la diferencia puede explicarse 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 quiteños (con un incremento del 22% al 27%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (con un descenso 16,7% al 8,2%) machaleños (con un descenso del 9,2% al 4,95%), y lojanos (con un incremento del 5% al 7%). Aunque en el gráfico la proporción de visitantes de otras partes del Ecuador es grande (42,3%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Sin embargo, es interesante notar que existe una disminución en los flujos mayoritarios provenientes de la costa y un incremento en aquellos de ciudades en la sierra en este segundo cuatrimestre.

Gráfico 19



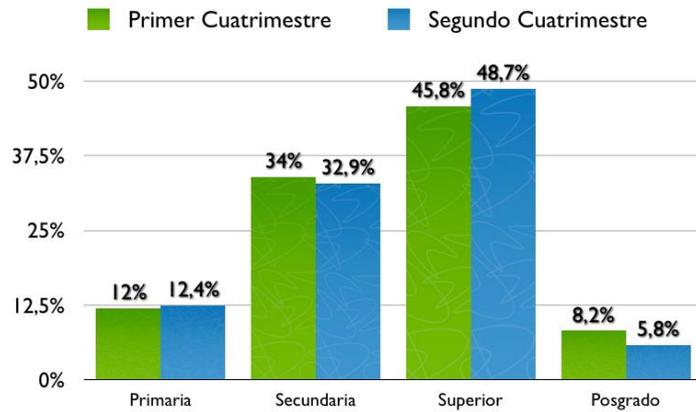
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 6.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón. En ese sentido, los resultados 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) (54, 5%), aunque con una incidencia mayor de visitantes con título de bachiller (32,9%) y labora como

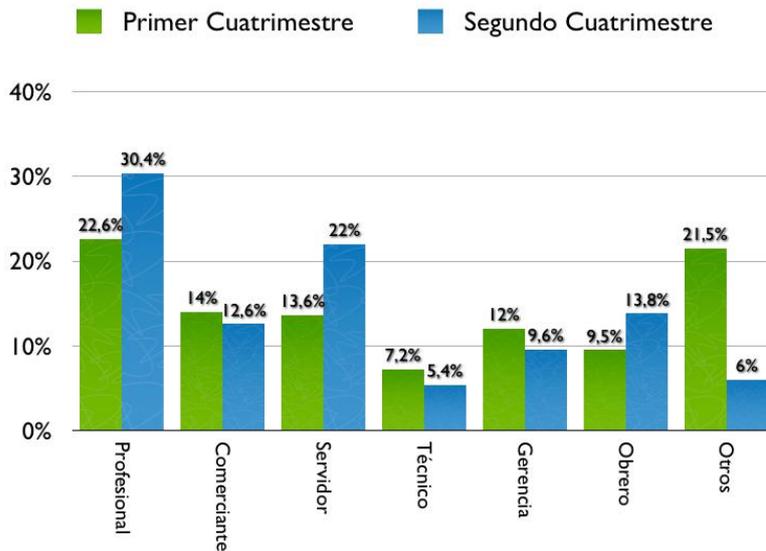
profesional independiente (con un incremento 22,6% al 30,4%) como se aprecia en el Gráfico 21.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

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

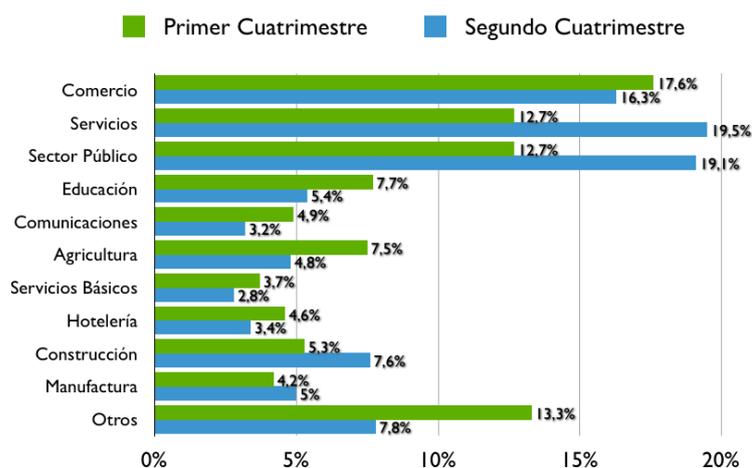


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas nacional se dedica al sector servicios (19,5%) y en el sector público (19,1%). No menos importante resulta, en concordancia con el resultado anterior la fracción de visitantes que se dedican a servicios comercial (16,3% y 5,4% respectivamente). El sector construcción presenta el cambio más significativo intercuatrimestral (del 5,3% al 7,6%).

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 segundo periodo.

Cuadro 8

**Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional**

	Cuatrimestre	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
<b>VIVE SOLO</b>	2	6,90%	0,40%	1,00%	0,80%	1,20%	1,00%	11,20%
<b>PADRES E HIJOS</b>	2	26,70%	6,90%	30,90%	0,80%	3,00%	0,80%	69,10%
<b>PADRES, HIJOS Y OTROS FAMILIARES</b>	2	11,00%	1,50%	4,40%	0,50%	1,20%	0,90%	19,50%
<b>Total</b>	2	44,70%	8,80%	36,40%	2,00%	5,40%	2,60%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Al igual que en el primer cuatrimestre, una cuarta parte de los visitantes viven con su familia y son solteros y un 11% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres y otros familiares. Asimismo, un 30,9% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

Con esta información se consolidan los dos perfiles definidos de turistas nacionales que visitan la ciudad:

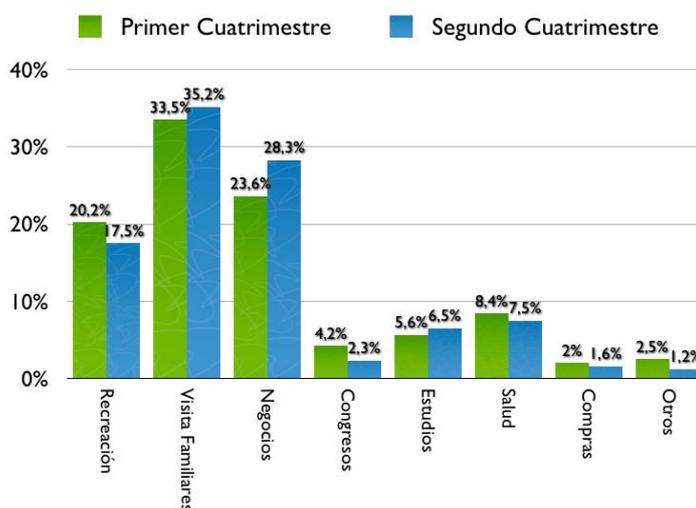
- c. Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven con su familia, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- d. Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción 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 segunda parte revelan, como se aprecia en el Gráfico 23, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca siguen siendo la visita de amigos y familiares (35,a%), seguida no muy de lejos por otras actividades tales como negocios (28,3%) o actividades recreativas (17,5%). Estos resultados son consistentes con los encontrados en el primer periodo.

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



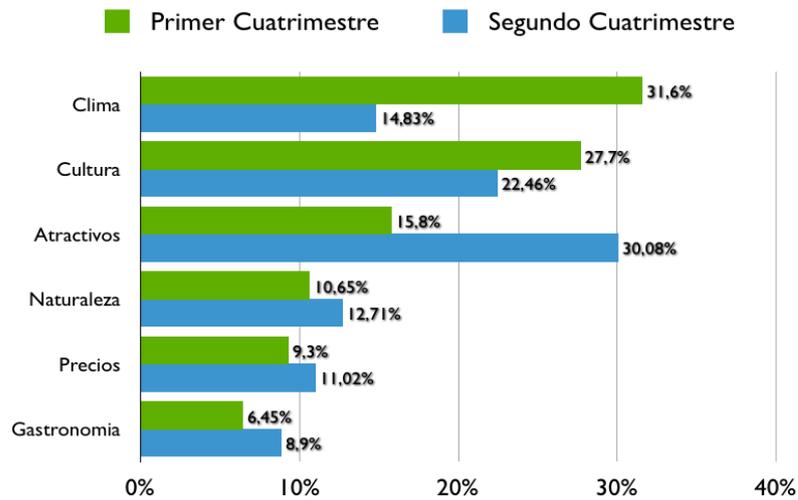
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 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 sus atractivos turísticos y culturales (30,08% y 22,46% respectivamente). El clima, a diferencia del primer periodo, se ubicó en tercer lugar, (14,83%) y los atractivos naturales se ubican atren a un 12% de turistas nacionales.

Gráfico 24

**Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 91,2% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 8,8% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura. En este sentido el resultado es exacto al presentado en el primer boletín lo que le da robustez al dato obtenido.

**6.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista**

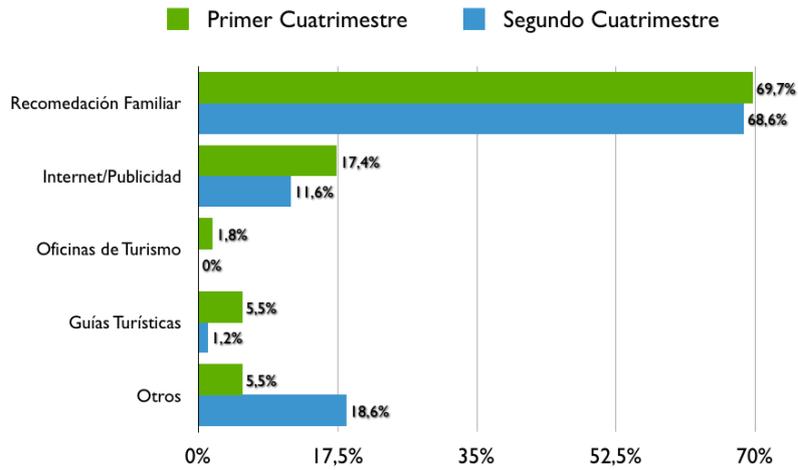
Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista nacional recibe, en concordancia con el resultado del primer cuatrimestre, mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente. Es importante notar la incidencia del internet y los medios electrónicos en la elección del destino Cuenca ya un alto porcentaje representativo utilizó medios como Google (34,5%), páginas oficiales (21,8%) y sitios especializados en viajes (16,9%),

Como se indicó en el boletín anterior, 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. El hallazgo sorprendente en este punto es la caída en la popularidad de las redes sociales para la búsqueda de información turística (del 31% al 12,7%) en este segundo parcial.

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

Gráfico 25

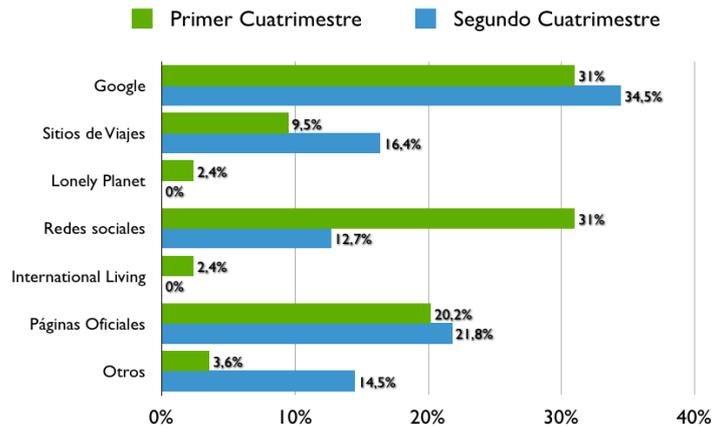
**Medios de Información utilizados por el turista nacional**



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

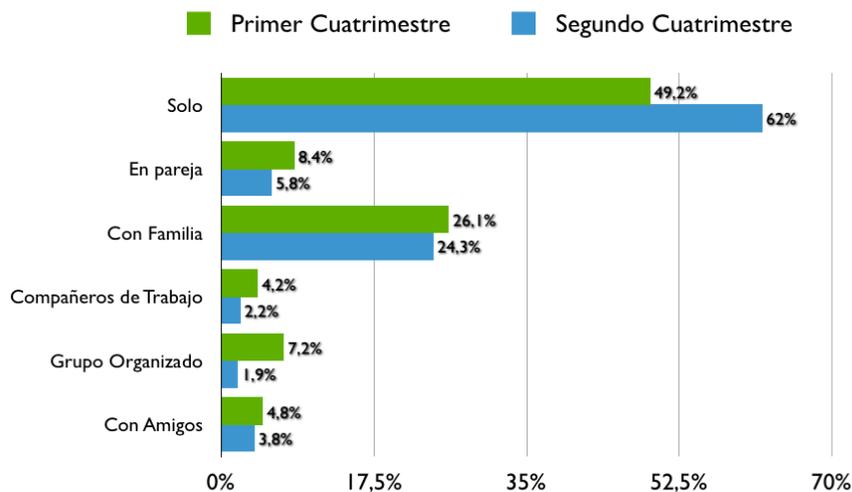
De aquellos turistas que manifestaron informarse en otros medios de información, el 13% lo hizo en un Centro de Salud, otro 31% lo hizo en su trabajo y un 56% prefirió no contestar. Asimismo, de aquellos turistas que escogieron otros medios de internet para informarse, hay una variedad de sitios de internet que incluyen la Asociación Hotelera del Azuay, Promociones en la página de Claro, La página de la empresa ETAPA y las páginas web de los hoteles sin que haya predominancia de alguna de ellas. Finalmente, entre los sitios de viajes se encuentran Tripadvisor, Visita Ecuador, Tripadvisor, Tripbug, etc.

## 6.3 Organización del Viaje

### 6.3.1 Con quien viaja el Turista

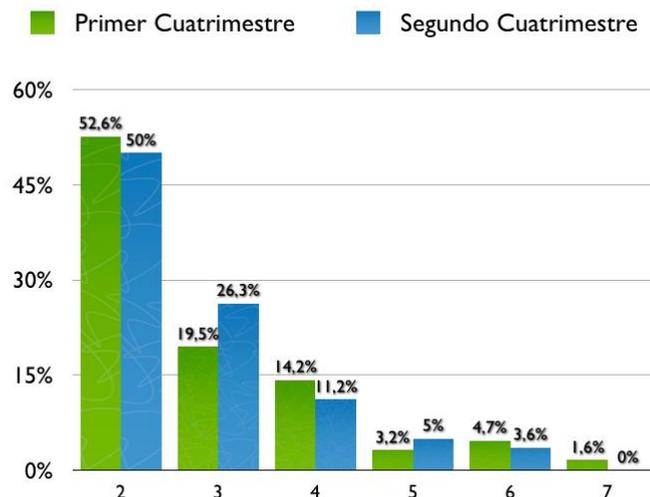
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas nacionales que arriban a la ciudad en este cuatrimestre vienen solos (con un incremento del 41,3% al 62%) o en con sus familias (24,3%). Solamente un 5,8% de los turistas vinieron con su pareja. Esto ubica a Cuenca como un destino de turismo familiar para una buena porción del turismo nacional. Ver Gráfico 27.

Gráfico 27  
Con quien viaja el Turista Nacional que viene al a Ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Gráfico 28  
Número de Personas en el Grupo



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	1	6,40%	1,40%	6,50%	3,50%	2,00%	0,30%	20,10%
		2	6,60%	0,50%	7,30%	1,50%	1,50%		17,50%
	Visita a familiares o amigos	1	17,80%	0,30%	11,70%	2,50%	1,30%	0,10%	33,60%
		2	22,70%	0,20%	9,70%	1,90%	0,50%		35,10%
	Negocios, actividades profesionales	1	<b>15,00%</b>	2,20%	2,00%	0,50%	0,70%	3,10%	<b>23,60%</b>
		2	20,70%	0,60%	3,00%	1,10%	0,90%	2,00%	28,40%
	Congresos, conferencias	1	2,20%	0,90%	0,30%	0,30%	0,30%	0,30%	<b>4,20%</b>
		2	1,60%	0,20%	0,20%	0,10%			2,20%
	Estudios, investigación	1	3,60%	0,70%	0,70%	0,30%	0,30%	0,10%	<b>5,60%</b>
		2	5,30%	0,30%	0,50%	0,10%	0,30%		6,60%
	Tratamiento de salud	1	3,10%	0,30%	3,70%	1,10%		0,10%	<b>8,30%</b>
		2	4,00%		2,50%	0,90%	0,20%		7,60%
	Motivos religiosos	1	0,10%	0,10%	0,80%	0,30%			<b>1,20%</b>
		2	0,20%		0,30%		0,20%		0,80%
	Compras o servicios personales	1	1,30%	0,10%	0,30%	0,10%	0,30%		<b>2,00%</b>
		2	0,60%		0,50%	0,20%	0,10%	0,10%	1,60%
	Otros	1	0,30%	0,30%	0,30%	0,10%	0,10%	0,20%	<b>1,30%</b>
		2	0,20%		0,20%				0,40%
Total		1	<b>49,80%</b>	<b>6,30%</b>	<b>26,30%</b>	<b>8,50%</b>	<b>4,80%</b>	<b>4,20%</b>	<b>100%</b>
		2	61,90%	1,90%	24,40%	5,80%	3,80%	2,20%	100,00%

### 6.3.2 Forma de Organización del Viaje

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

## 6.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

### 6.4.1 Elección del Alojamiento

El cuadro 10 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere (a diferencia de lo observado en el boletín anterior) el hospedaje con familia y

amigos. Sin embargo, el hospedaje hotelero 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 74% de que escoja quedarse con un familiar al igual que los turistas que arriba por motivos religiosos (57%).

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	1	51,90%	11,00%	35,90%	0,80%	0,40%	100%
		2	32,50%	8,60%	57,10%		1,80%	100%
	Visita a familiares o amigos	1	13,10%	6,10%	80,10%	0,80%		100%
		2	7,60%	4,90%	87,20%		0,30%	100%
	Negocios, actividades profesionales	1	63,50%	10,50%	21,30%	2,20%	2,50%	100%
		2	56,80%	8,00%	33,30%		1,90%	100%
	Congresos, conferencias	1	82,00%	4,00%	12,00%		2,00%	100%
		2	66,70%	4,80%	28,60%			100%
	Estudios, investigación	1	22,70%	34,80%	36,40%	3,00%	3,00%	100%
		2	13,10%	32,80%	52,50%		1,60%	100%
	Tratamiento de salud	1	30,30%	7,10%	45,50%	7,10%	10,10%	100%
		2	20,00%	1,40%	74,30%		4,30%	100%
	Motivos religiosos	1	21,40%		78,60%			100%
		2	42,90%		57,10%			100%
	Compras o servicios personales	1	20,80%		66,70%	4,20%	8,30%	100%
		2	33,30%	6,70%	60,00%			100%
	Otros	1	66,70%	6,70%	26,70%			100%
		2	33,30%	6,70%	60,00%			100%
	Total	1	38,60%	9,50%	<b>48,10%</b>	1,80%	2,00%	100%
		2	29,30%	8,00%	61,30%		1,40%	100%

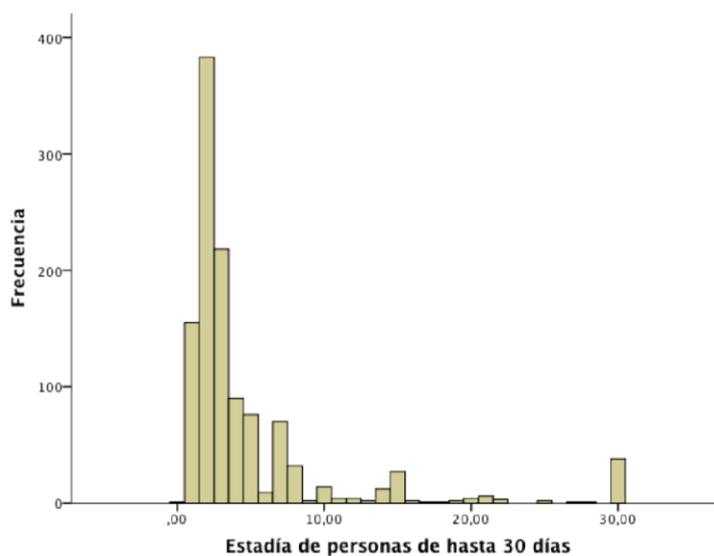
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 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 moda de días, no tanto de la media<sup>3</sup>.

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**

Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
		Moda	Moda
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2,00 días	3,00 días
	Visita a familiares o amigos	2,00	2,00
	Negocios, actividades profesionales	2,00	2,00
	Congresos, conferencias	2,00	4,00
	Estudios, investigación	2,00	2,00
	Tratamiento de salud	2,00	2,00
	Motivos religiosos	2,00	2,00
	Compras o servicios personales	1,00	2,00
	Otros	2,00	2,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

<sup>3</sup> 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.

Bajo estas condiciones, al igual que en el primer parcial, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 11 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor 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 4 días. Los que vienen por tratamiento de salud suelen realizar una estancia corta de 2 días. Los que arriban por motivos de compras suelen permanecer alrededor de dos días en la ciudad. Asimismo se observa que el uso de apartamento sube de 2 a 15 días y que en este periodo no hay turistas que no hayan pernoctado en la ciudad.

Cuadro 12

**Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento**

		Días de Estancia para visitantes de menos de 30 días	
		Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
		Moda	Moda
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2,00 días	2,00 días
	APARTAMENTO	2	15
	FAMILIA, AMIGOS	2	2
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	1	0
	OTROS	2	2

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

#### 6.4.4 Gasto Realizado por el Turista Nacional

Ahora con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 13 que el gasto promedio está en relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia se encuentran aquellas personas que vienen por motivos de negocios o conferencias. Las personas con estancias cortas, pero con gastos medios son aquellas que vienen a visitar familia y amigos. En este grupo se puede apreciar que, 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.

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	1	\$17,12	\$25,30	\$20,78	\$7,67	\$1,91	\$8,19	\$80,96	
		2	<b>23,24</b>	<b>41,72</b>	<b>38,07</b>	<b>21,09</b>	<b>4,88</b>	<b>13,62</b>	<b>142,62</b>	
	Visita a familiares o Amigos	1	\$5,48	\$28,59	\$10,19	\$11,09	\$1,55	\$6,20	\$63,10	
		2	<b>6,63</b>	<b>20,20</b>	<b>12,20</b>	<b>11,73</b>	<b>1,20</b>	<b>6,76</b>	<b>58,72</b>	
	Negocios, actividades profesionales	1	\$44,13	\$35,72	\$36,49	\$13,52	\$2,02	\$7,88	\$139,76	
		2	<b>63,76</b>	<b>50,30</b>	<b>71,73</b>	<b>17,17</b>	<b>0,84</b>	<b>6,16</b>	<b>209,96</b>	
	Congresos, Conferencias	1	\$60,33	\$35,47	\$38,59	\$13,15	\$2,49	\$5,83	\$155,86	
		2	<b>113,42</b>	<b>77,60</b>	<b>67,96</b>	<b>23,90</b>	<b>4,05</b>	<b>16,92</b>	<b>303,84</b>	
	Estudios, Investigación	1	\$14,94	\$13,98	\$0,38	\$6,40	\$0,50	\$1,08	\$37,28	
		2	<b>22,15</b>	<b>23,00</b>	<b>7,79</b>	<b>7,76</b>	<b>0,70</b>	<b>3,32</b>	<b>64,72</b>	
	Tratamiento de salud	1	\$12,83	\$20,87	N/D	\$15,07	\$0,80	\$1,62	\$54,94	
		2	<b>5,49</b>	<b>18,38</b>	<b>N/D</b>	<b>12,52</b>	<b>0,21</b>	<b>4,30</b>	<b>43,86</b>	
	Motivos Religiosos	1	\$1,47	\$17,06	N/D	\$2,24	\$0,00	\$0,00	\$53,86	
		2	<b>11,09</b>	<b>20,33</b>	<b>7,21</b>	<b>8,78</b>	<b>0,00</b>	<b>15,71</b>	<b>63,10</b>	
	Compras o Servicios Profesionales	1	\$1,27	\$16,05	\$0,00	\$9,37	\$0,00	\$3,28	\$29,97	
		2	<b>25,93</b>	<b>30,11</b>	<b>36,38</b>	<b>22,00</b>	<b>1,25</b>	<b>7,11</b>	<b>122,78</b>	
	Otros	1	\$35,81	\$23,34	\$42,74	\$10,82	\$0,57	\$1,98	\$115,26	
		2	<b>0,00</b>	<b>5,60</b>	<b>0,00</b>	<b>8,40</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>14,00</b>	
	PROMEDIO GLOBAL		1	\$21,49	\$24,04	\$21,31	\$9,93	\$1,09	\$4,01	\$81,22
			2	<b>30,19</b>	<b>31,91</b>	<b>30,17</b>	<b>14,82</b>	<b>1,46</b>	<b>8,21</b>	<b>113,73</b>

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud presentan un gasto mínimo en actividades culturales o lúdicas.

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

Cuadro 14

**Gasto Promedio Diario por Persona del Turista Nacional**

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

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

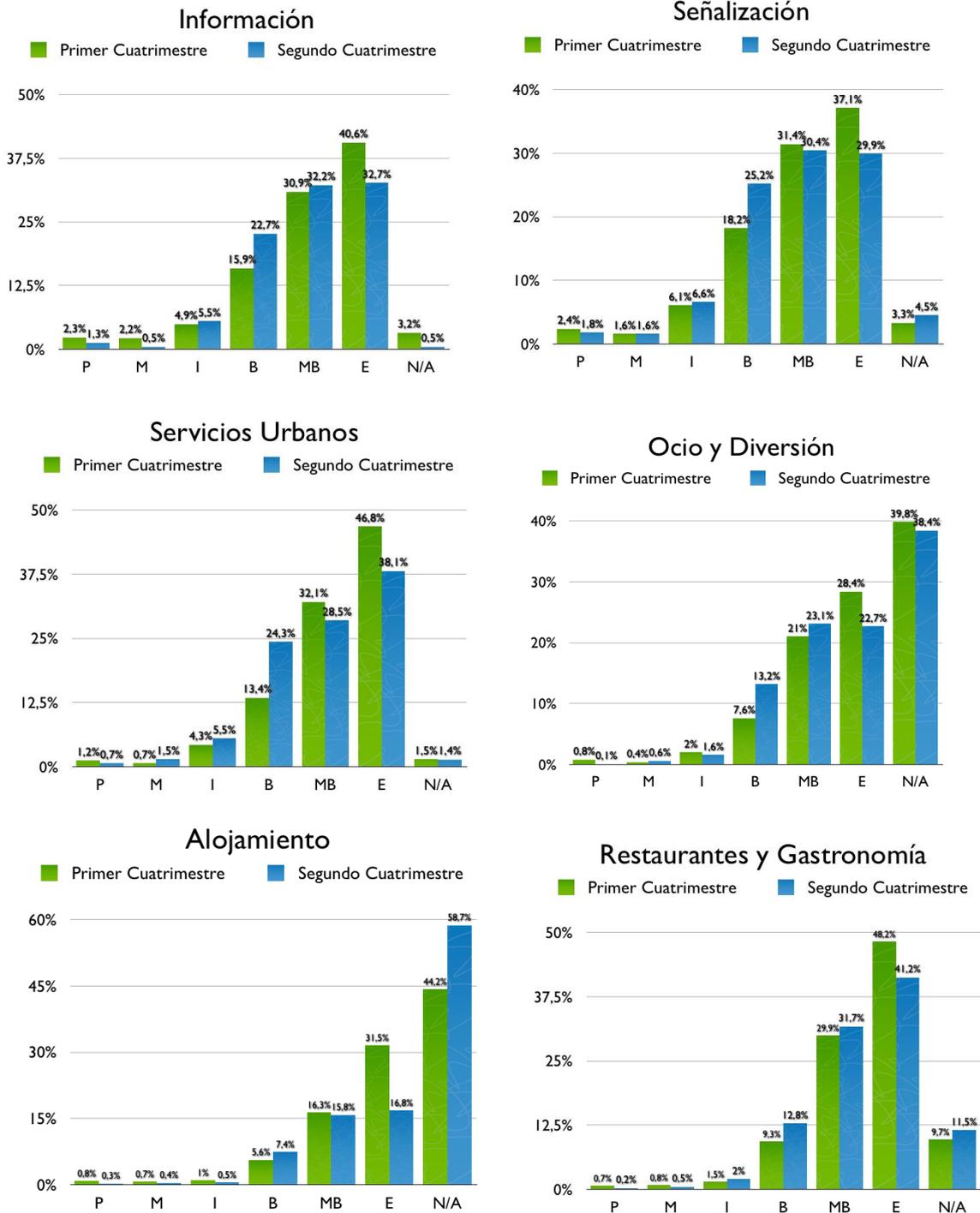
Al igual que en el primer cuatrimestre, en general los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio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

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

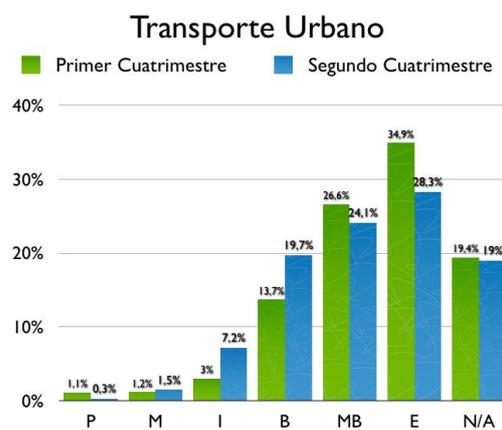
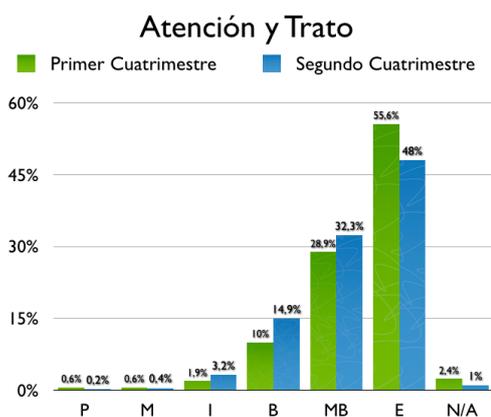
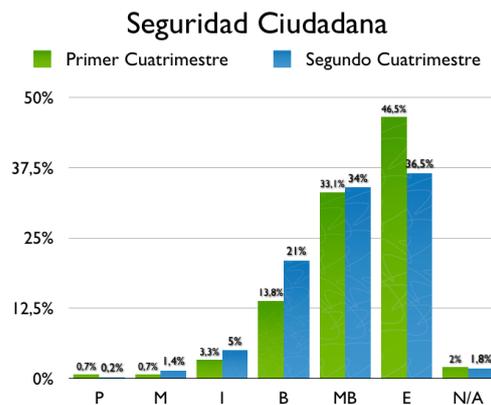
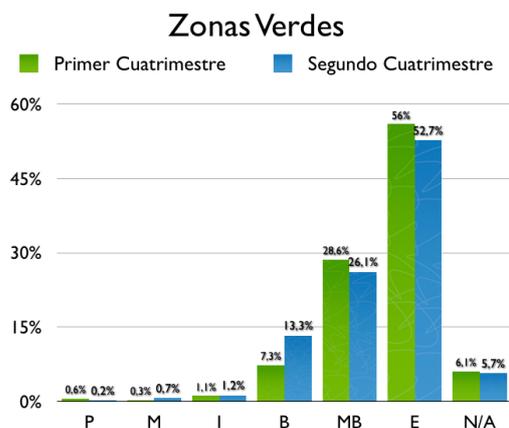
Los resultados revelan que el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes. Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 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 algunos rubros, lo cual denota un deterioro perceptivo. Aquellos rubros dónde esto es más notorio fueron Seguridad Ciudadana, Servicios Urbanos, Ocio y Diversión Y calidad del Alojamiento



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

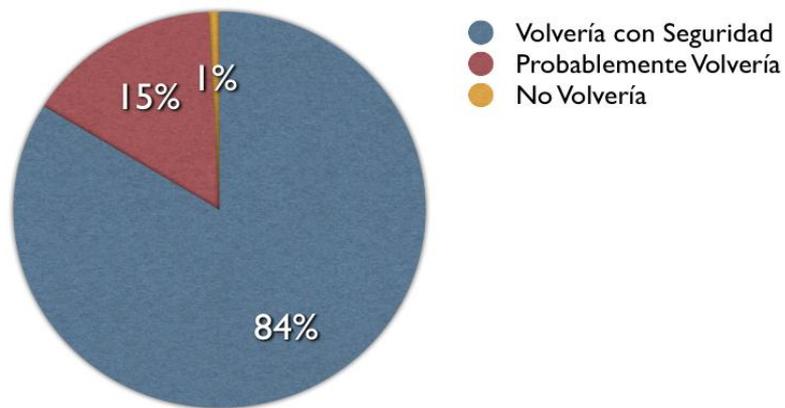
Aún así, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos.

### 6.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

Como se aprecia en los gráficos 31 y 32, cerca del 84% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 15% probablemente regresaría y menos del 2% anunció que probablemente no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 76% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, aunque un 22% la calificó como medianamente recomendable lo cual es incremento sustantivo de 7 puntos. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable subió al 2%. Aunque con un deterioro marginal, la tasa de satisfacción acerca de la ciudad sigue siendo alta.

Gráfico 31

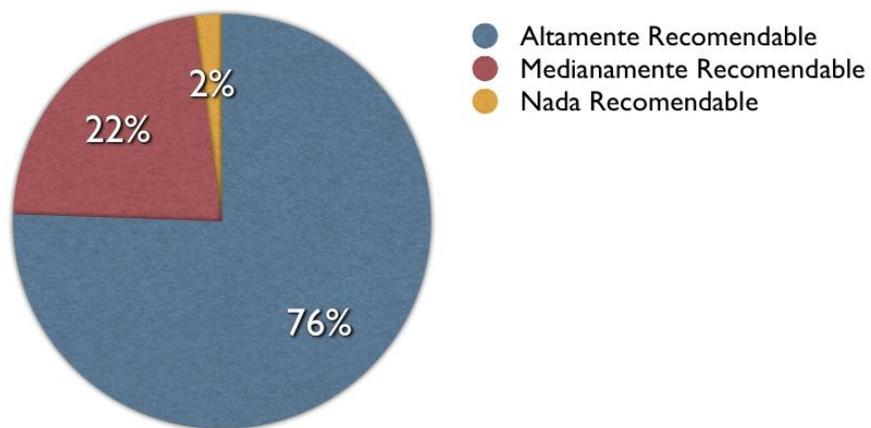
**Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Gráfico 32

**Recomendabilidad del Destino Cuenca**



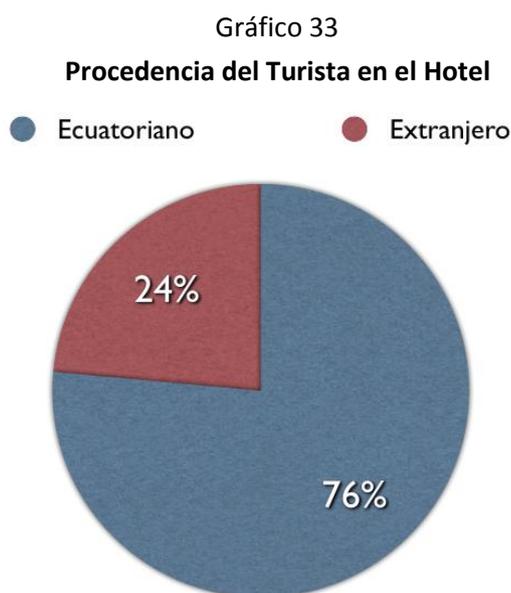
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 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

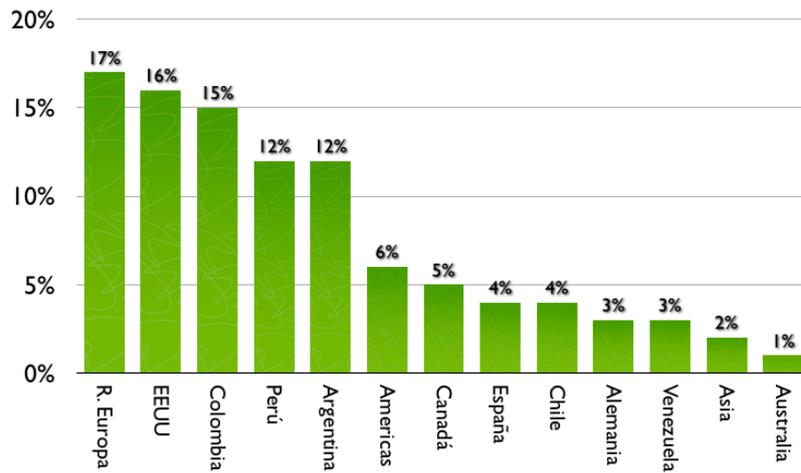
Como se puede apreciar, y en concordancia con la proporción obtenida en los terminales, el 76% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales contra un 24% de extranjeros.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, el 15% proviene de Colombia, el 12% de Perú. El 16% proviene de los Estados Unidos de América. Adicionalmente existe una proporción del 12% de argentinos y un 5% de Canadienses. La incidencia de Chilenos, Españoles 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 17%.

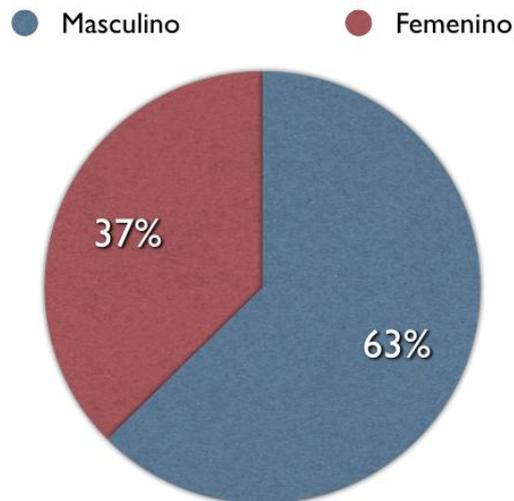
Gráfico 34  
**Procedencia del Turista Extranjero en el Hotel**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, existe predominancia clara de una 63% de encuestados varones versus un 37% de mujeres.

Gráfico 35  
**Composición de la muestra en Hotel**

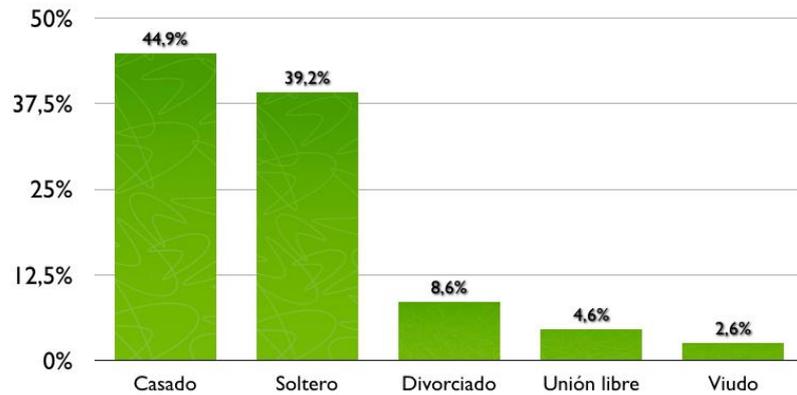


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

## 7.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, el 44,9% es casado mientras que el 39,2 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.

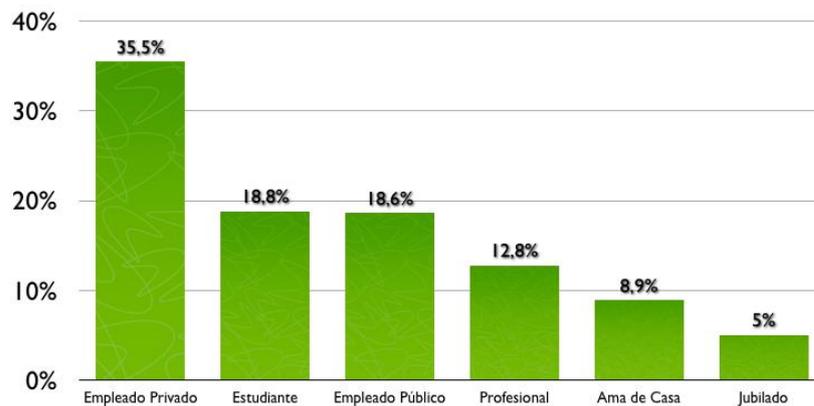
Gráfico 36  
Estado Civil del Turista en Hoteles



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Los resultados revelan que el 35,5% de los turistas en hoteles son empleados privados. La incidencia de empleados públicos es del 18,6%, mientras que los estudiantes representan el 18,8 % del total. Del total de entrevistados solo el 12,8% revelaron trabajar como profesionales independientes. La incidencia de jubilados y amas de casa es menor al 10% en cada caso.

Gráfico 37  
Ocupación del Turista

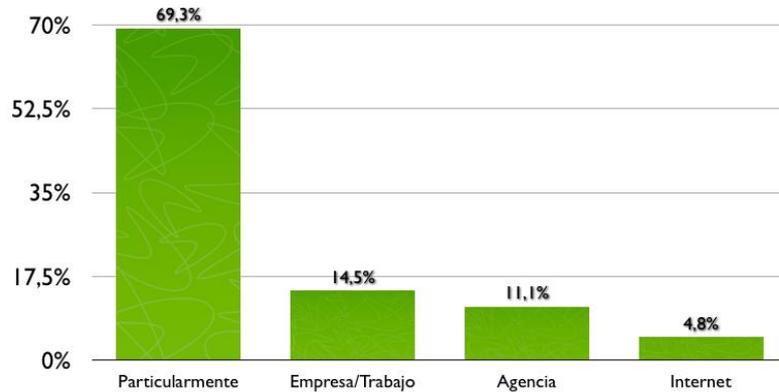


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 7.3 Organización del Viaje y Motivación

Los resultados revelan, como se puede apreciar en el gráfico 38 que la gran mayoría (69,3%) de los turistas organizan su viaje en forma independientes. Un 14,5% lo hace a través de su empresa o institución. Un 11,1% lo hace mediante agencia de viajes.

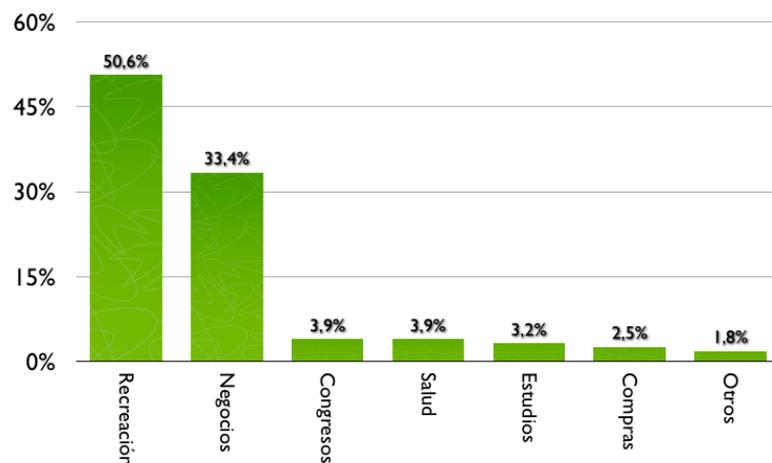
Gráfico 38  
Forma de Organización del Viaje



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Asimismo, el turista en establecimiento hotelero viene por motivos recreativos fundamentalmente, aunque hay una incidencia del 33,4% que viene por motivos de negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita son menores al 5% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreo. Adicionalmente, el 72% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad.

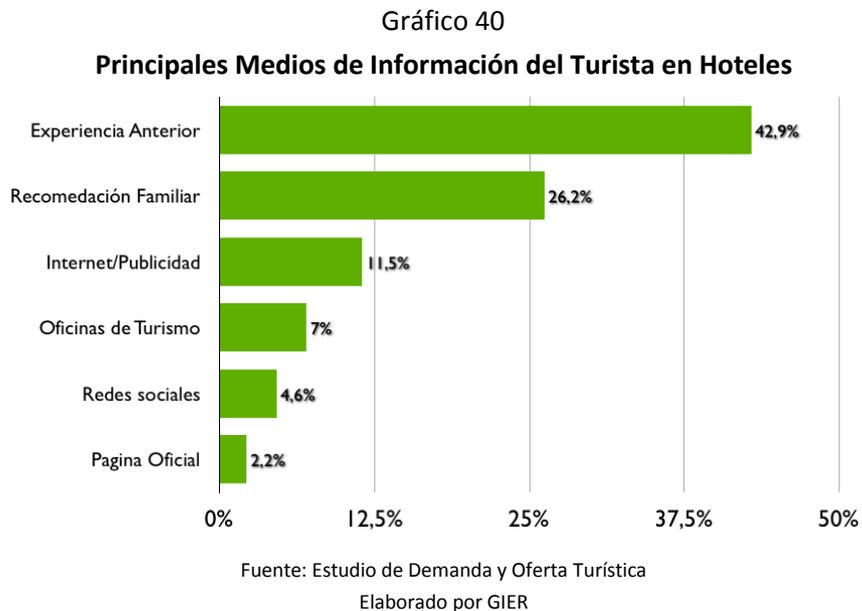
Gráfico 39  
Principal Motivo de Viaje



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

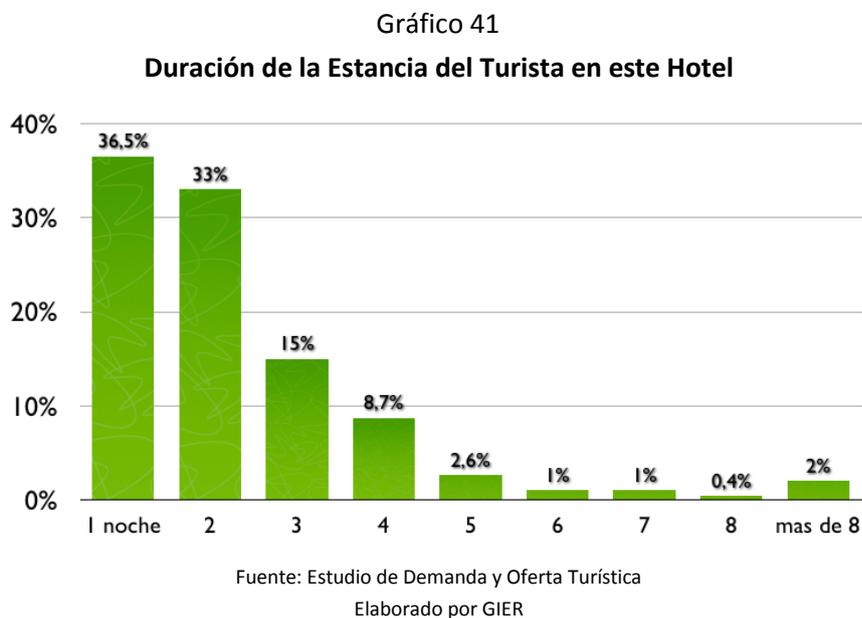
## 7.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior. El 42,9% de los turistas en hoteles basan su conocimiento de la ciudad en experiencias previas. A su vez, el 26,1% recibe recomendaciones e información por parte de familiares y amigos, un 11,5% 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%.



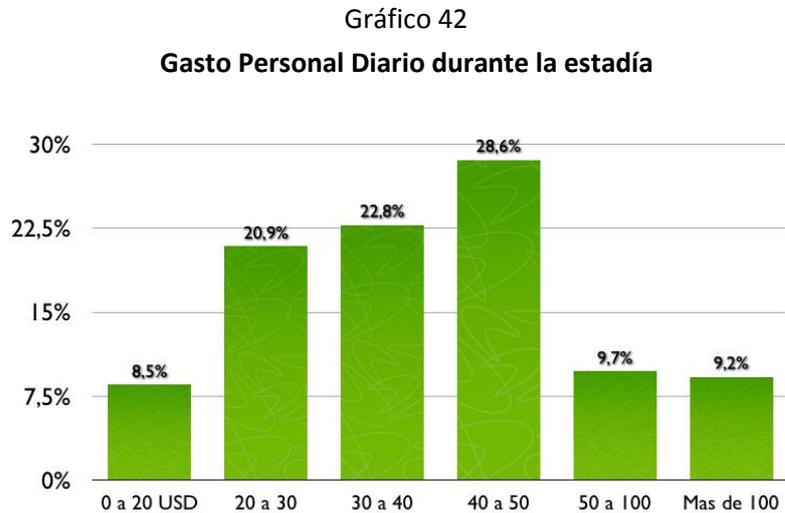
## 7.5 Duración de la Estancia

El gráfico 41 revela que la porción mayor de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 1 noche, un 33% se quedó dos noches y un 15% se quedó 3 noches. Estadías mayores a 4 días son escasas. Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel relevado, el 78% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento. Solo un 20% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común de una noche extra.



## 7.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

El gráfico 42 revela que el 72,3% de los turistas alojados gastan diariamente un rango entre 20 y 50 dólares, siendo el prevalente el gasto entre 40 y 50 dólares (28,6%). La fracción que gastó entre 30 y 40 dólares diarios es el 22,8% y la porción que gastó entre 20 y 30 dólares por persona diariamente fue del 20,9%.

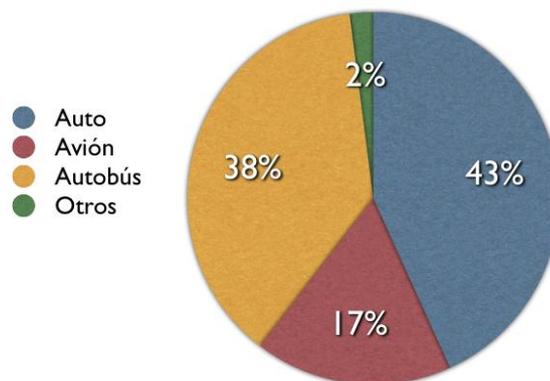


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 7.7 Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en hotel, el 43% (Como era de esperar) vino en auto privado. Un 38% lo hizo en autobús y un 17% lo hizo por avión. Solo un 2% de los turistas utilizó en este trimestre medios como motocicleta o busetas<sup>4</sup>.

**Gráfico 43**  
**Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

<sup>4</sup> 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 agosto con promedios cuatrimestrales.

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 el catastro de locales a visitar, mismo que fue facilitado por la Fundación Turismo para Cuenca. Se tuvo un total de 216 establecimientos dentro de la categoría de hospedaje y alojamiento, de estos 202 cumplían con los requisitos para ser considerados dentro de la muestra poblacional y que fueron visitados por los encuestadores durante los seis meses que se presentan en este informe para la aplicación de las encuestas, entre 120 y 137 locales recibieron la encuesta de oferta y demanda, de estos entre 75 y 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

Cuadro 15

Datos generales de relevamientos

Total Catastro	216
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	75 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 el catastro proporcionado por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. De todos los locales visitados entre 75 y 101 respondieron la encuesta que corresponden 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. 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. En los últimos dos meses se definió las categorías de con estrellas, siendo cinco la mayor y dos estrellas la de menor categoría y en hostales se empieza con tres estrellas. A los hoteles se los categorizaba por lujo, primera, segunda y tercera categoría

## 10 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 comparando los dos cuatrimestres por lo que la información también está separada de esa forma.

### 10.1 Principales indicadores de oferta turística

En lo que se refiere al análisis de las características de los establecimientos hoteleros se plantean los principales indicadores de ocupación por mes. Se presenta una tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel<sup>5</sup> 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 analiza la información para los tres meses investigados en el relevamiento.

#### 10.1.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

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

---

<sup>5</sup> En el caso de los establecimientos de cinco estrellas o de lujo se los unió con los de cuatro estrellas o de primera para proteger la individualidad de la información.

Cuadro 16

## Indicadores de oferta enero-agosto: Categoría Total

Indicador	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 34,98	\$ 35,43	\$ 34,25	\$ 34,07	\$ 34,68	\$ 31,80	\$ 33,24	\$ 32,58	\$ 30,68	\$ 32,07
Porcentaje de huéspedes nacionales	65,3%	69,3%	70,1%	67,0%	67,9%	75,2%	75,3%	65,8%	74,0%	72,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	34,7%	30,7%	29,9%	33,0%	32,1%	24,8%	24,7%	34,2%	26,0%	27,4%
tasa de ocupación	43%	45%	43%	33%	40,9%	23%	23%	34%	44%	30,9%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

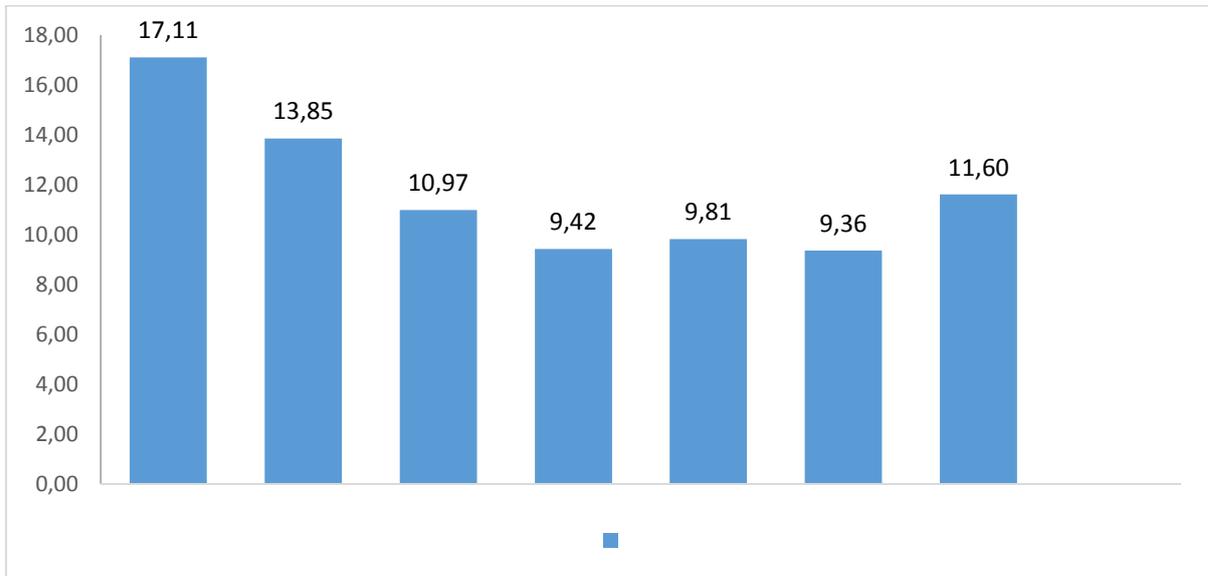
El primer cuatrimestre el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 65% y 70% siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje con un promedio de 67,9%. Durante el segundo cuatrimestre se incrementa en algo el promedio del trimestre a 72,6%.

El porcentaje de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 41% en el primer cuatrimestre, disminuyendo en el promedio del segundo trimestre a 31%. Esto puede explicar la variación de las tarifas, de \$34,68 a \$32,08 entre los dos cuatrimestres que podría deberse a una disminución de 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 todos los meses la tasa de ocupación se mantenga en niveles por debajo del 45%.

Gráfico 44

Tasa de ocupación categoría: total



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

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

## 10.2 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

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

Cuadro 17

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 82,71	\$ 85,98	\$ 84,43	\$ 92,61	\$ 86,43	\$ 94,50	\$ 91,58	\$ 135,77	\$ 156,14	\$ 119,50
Porcentaje de huéspedes nacionales	32,5%	56,3%	68,4%	59,5%	54,2%	52,4%	58,9%	33,3%	30,0%	43,7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	67,5%	43,7%	31,6%	40,5%	45,8%	47,6%	41,1%	66,7%	70,0%	56,3%
tasa de ocupación	53%	65%	61%	51%	57,7%	22%	28%	49%	40%	34,7%

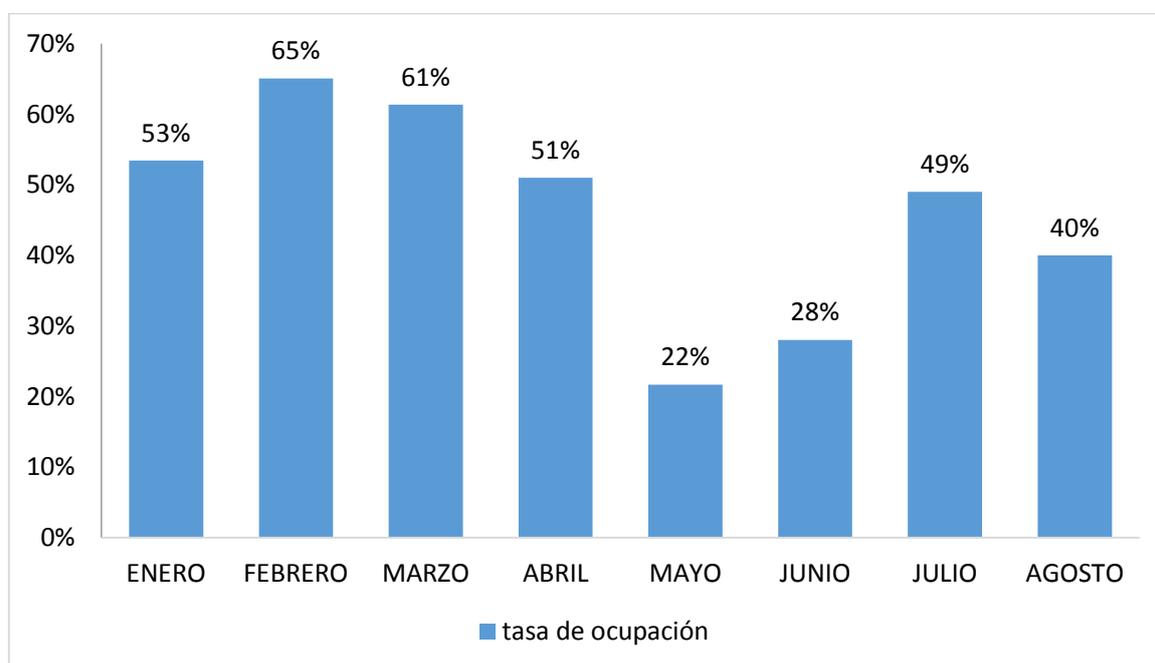
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cinco Estrellas o de Primera el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles en el primer cuatrimestre fue de 54% y en el segundo cuatrimestre fue de 44%. 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 \$86 y de \$119 en el segundo trimestre esto debido al fuerte incremento de tarifas 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 fue de 58% en el primer cuatrimestre, bajando al 34% en el segundo cuatrimestre. Como se puede observar los hoteleros de cinco estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos tanto que el segundo cuatrimestre tiene mayor porcentaje de ocupación. Sin embargo, como se puede observar en el gráfico, la disminución de la tasa de ocupación en el segundo cuatrimestre es fuerte, especialmente en los meses de mayo y junio.

Gráfico 45

Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 10.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

A continuación se presenta la información relevante de oferta hotelera de hoteles de cuatro estrellas.

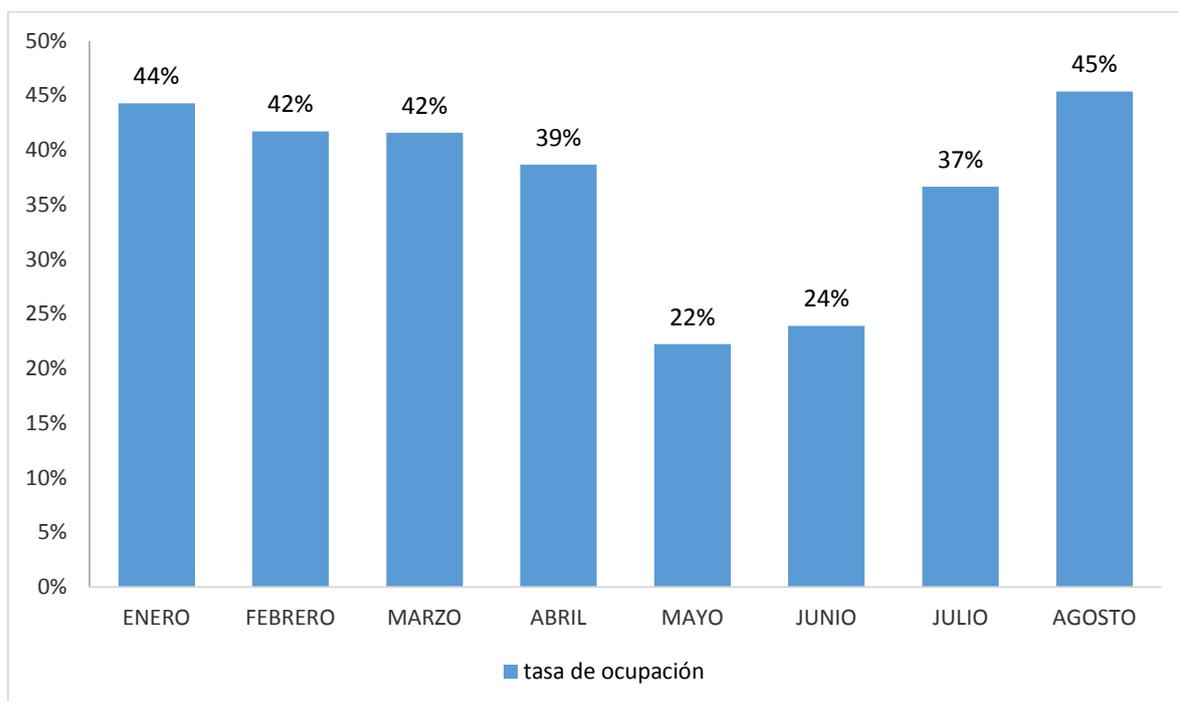
	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 49,19	\$ 50,66	\$ 48,91	\$ 47,76	\$ 49,13	\$ 51,07	\$ 51,22	\$ 59,04	\$ 43,93	\$ 51,31
Porcentaje de huéspedes nacionales	66,4%	67,1%	62,5%	57,7%	63,4%	69,6%	70,4%	70,4%	66,1%	69,1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	33,6%	32,9%	37,5%	42,3%	36,6%	30,4%	29,6%	29,6%	33,9%	30,9%
tasa de ocupación	44%	42%	42%	39%	41,6%	22%	24%	37%	45%	32,0%

En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles en el primer cuatrimestre fue de 63% y en el segundo cuatrimestre fue de 69%. 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 en el primer cuatrimestre es de \$49 y de \$51 en el segundo trimestre evidenciándose un ligero incremento de las tarifas en el segundo cuatrimestre..

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 42% en el primer cuatrimestre, bajando al 32% en el segundo cuatrimestre. Como se puede observar los hoteleros de Cuatro Estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera algo mayor que el promedio de todos los hoteles consultados. Como se puede observar en el gráfico, la disminución de la tasa de ocupación en el segundo cuatrimestre es fuerte, y esto se debe principalmente a los meses de mayo y junio.

Gráfico 46

Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas



#### 10.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En el cuadro 18 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

Cuadro 18

Indicadores de oferta enero-agosto: Categoría: tres estrellas

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 28,61	\$ 27,83	\$ 27,40	\$ 28,87	\$ 28,18	\$ 24,92	\$ 25,55	\$ 25,99	\$ 27,16	\$ 25,91
Porcentaje de huéspedes nacionales	83,1%	78,4%	79,9%	82,2%	80,9%	90,0%	86,4%	63,0%	83,5%	80,7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	16,9%	21,6%	20,1%	17,8%	19,1%	10,0%	13,6%	37,0%	16,5%	19,3%
tasa de ocupación	42%	41%	36%	25%	36,2%	22%	23%	25%	40%	27,5%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

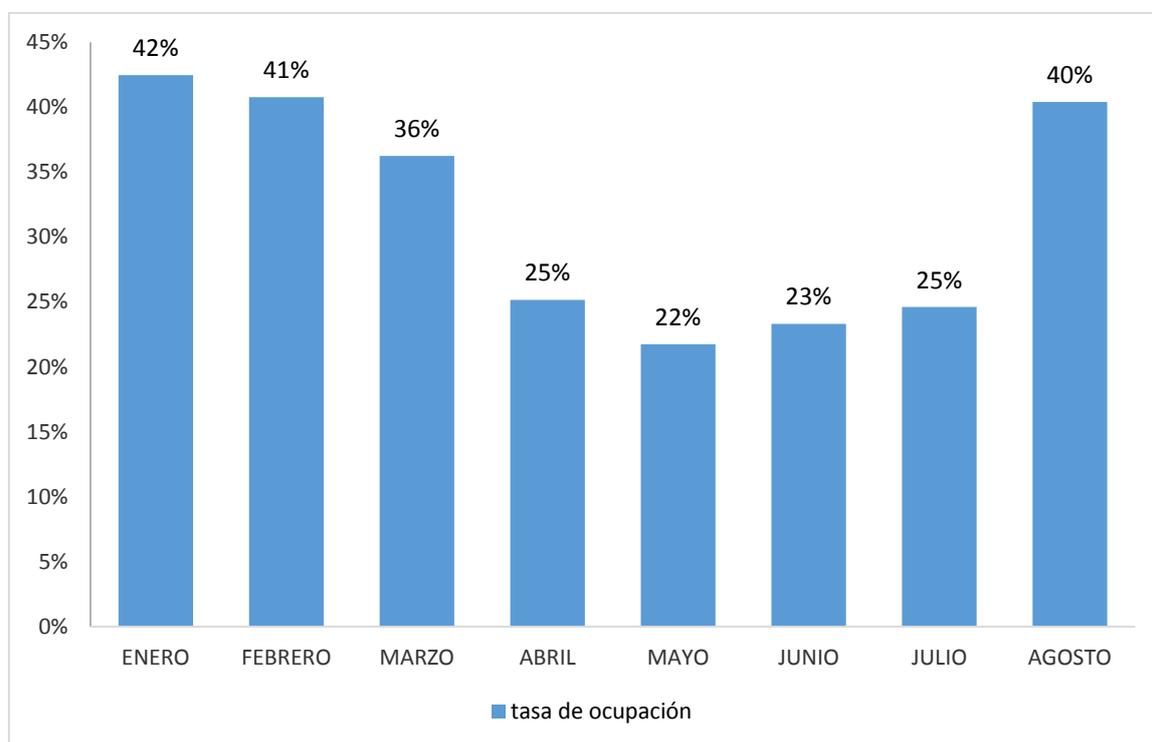
En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles en el primer cuatrimestre es de 81% y manteniéndose, con una ligera variación al alza de 81% en el segundo cuatrimestre siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje en esta categoría de hoteles el porcentaje de nacionales es mayor.

La tarifa promedio de una habitación en general de los tres meses es de 28 dólares en el primer trimestre bajando a \$26 en el segundo trimestre.

La tasa de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca es de 36% en el primer cuatrimestre, teniendo un 28% en el segundo cuatrimestre estos establecimientos hoteleros tienen una disminución de la tasa de ocupación entre abril y julio siendo agosto el mes en que la tasa incrementa a un 40% siendo una cifra que se acerca a los valores de enero y marzo.

Gráfico 46

Tasa de ocupación categoría: tres estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 10.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En el cuadro 19 se puede revisar la tasa de ocupación en los meses de

Cuadro 19  
Indicadores de oferta enero-agosto: Categoría: dos estrellas

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero- abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 9,50	\$ 10,20	\$ 10,20	\$15,57	\$ 11,37	\$27,58	\$35,45	\$ 19,37	\$ 25,68	\$ 27,02
Porcentaje de huéspedes nacionales	91,2%	86,9%	88,7%	83,0%	87,4%	86,4%	86,9%	71,0%	78,1%	80,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	8,8%	13,1%	11,3%	17,0%	12,6%	13,6%	13,1%	29,0%	21,9%	19,4%
tasa de ocupación	54%	47%	51%	35%	46,8%	23%	20%	44%	32%	29,7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

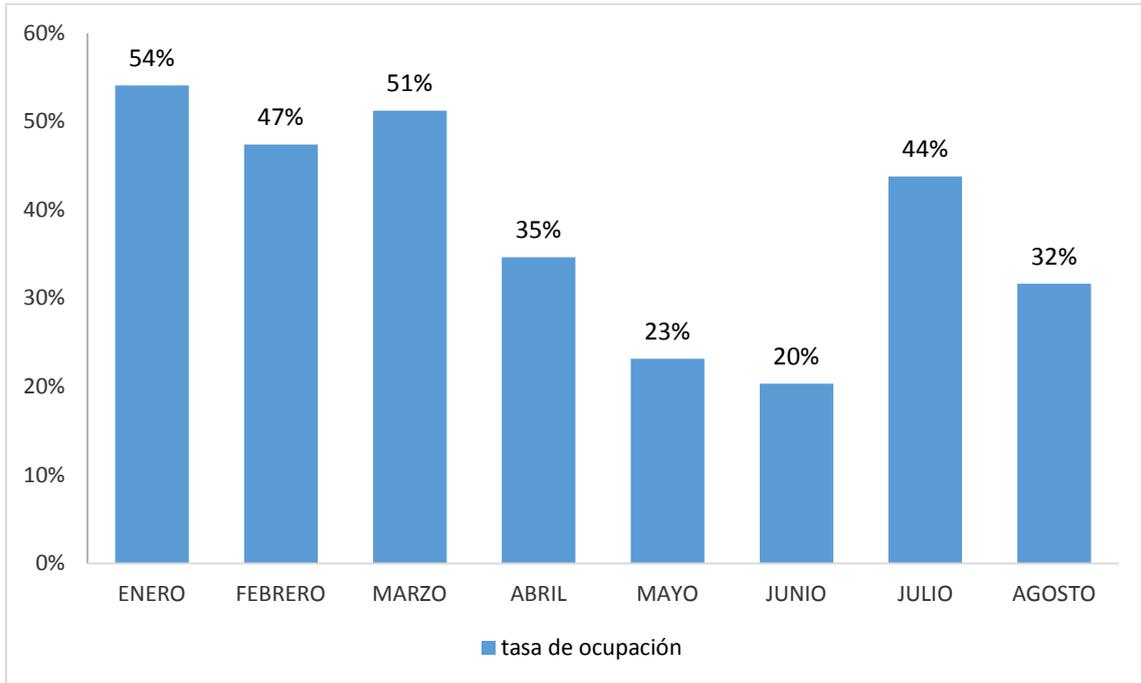
En los establecimientos de dos Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en estos establecimientos es mucho mayor que los anteriores el promedio de los cuatro meses es de 85% en el primer cuatrimestre y de 66% en el segundo cuatrimestre.

La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que el resto de tipos de establecimientos y se encuentra en 12 dólares en el promedio de los cuatro primeros meses, existiendo una disminución a 30 en el segundo trimestre.

La tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue en el promedio de los primeros cuatro meses de 45% bajando a 41% en el segundo cuatrimestre.

Gráfico 47

Tasa de ocupación categoría: dos estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 11 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

### Hostales Tres Estrellas

En esta sección también se analiza otros establecimientos, específicamente hostales.<sup>6</sup> Estos hostales tienen su propia categorización en Ministerio de Turismo. Se dividen en tres, dos y una estrella.

#### Hostales tres estrellas

Cuadro 20

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 40,44	\$ 41,33	\$ 39,33	\$ 37,04	\$ 39,53	\$ 20,83	\$ 20,40	\$ 31,23	\$ 34,99	\$ 26,86
Porcentaje de huéspedes nacionales	63,8%	61,1%	60,8%	52,3%	59,5%	75,3%	75,9%	64,9%	68,6%	71,2%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	36,2%	38,9%	39,2%	47,7%	40,5%	24,7%	24,1%	35,1%	31,4%	28,8%
tasa de ocupación	42%	39%	56%	38%	43,8%	30%	34%	39%	44%	36,9%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

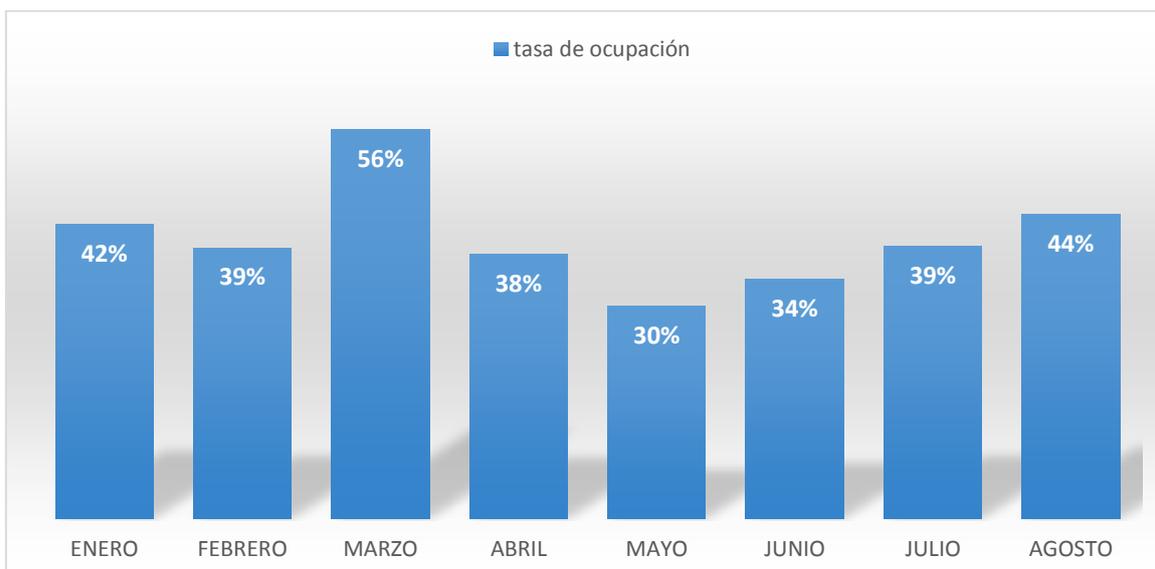
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hostería en el primer trimestre fue de 60% y en el segundo trimestre fue de 71% mostrando un fuerte cambio en la tendencia al comparar los dos trimestres.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas Otros en la ciudad de Cuenca fue de 43% en el primer trimestre, bajando al 37 % en el segundo trimestre. Como se puede observar los hostales tienen tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos, parecida al de los hoteles de lujo y de primera sin embargo el segundo cuatrimestre tiene menos porcentaje de ocupación aunque las tasas de ocupación de los meses críticos de mayo y junio la disminución de la tasa de ocupación promedio no es tan fuerte como las otras categorías.

<sup>6</sup> Cabe anotar que esta categoría no se analizó, con este nivel de detalle en el primer boletín entregado.

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.

### 11.1 Hostales dos estrellas

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17,85	\$ 18,29	\$ 17,29	\$ 24,64	\$ 19,51	\$ 21,73	\$ 21,02	\$ 14,78	\$ 17,00	\$ 18,63
Porcentaje de huéspedes nacionales	91,2%	87,6%	88,1%	86,4%	88,3%	86,2%	87,3%	87,1%	89,7%	87,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	8,8%	12,4%	11,9%	13,6%	11,7%	13,8%	12,7%	12,9%	10,3%	12,4%
tasa de ocupación	33%	46%	38%	30%	36,8%	18%	16%	40%	92%	41,1%

En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hostería en el primer trimestre fue de 88,3% y en el segundo trimestre fue de 87,6% mostrando un fuerte cambio en la tendencia al comparar los dos trimestres.

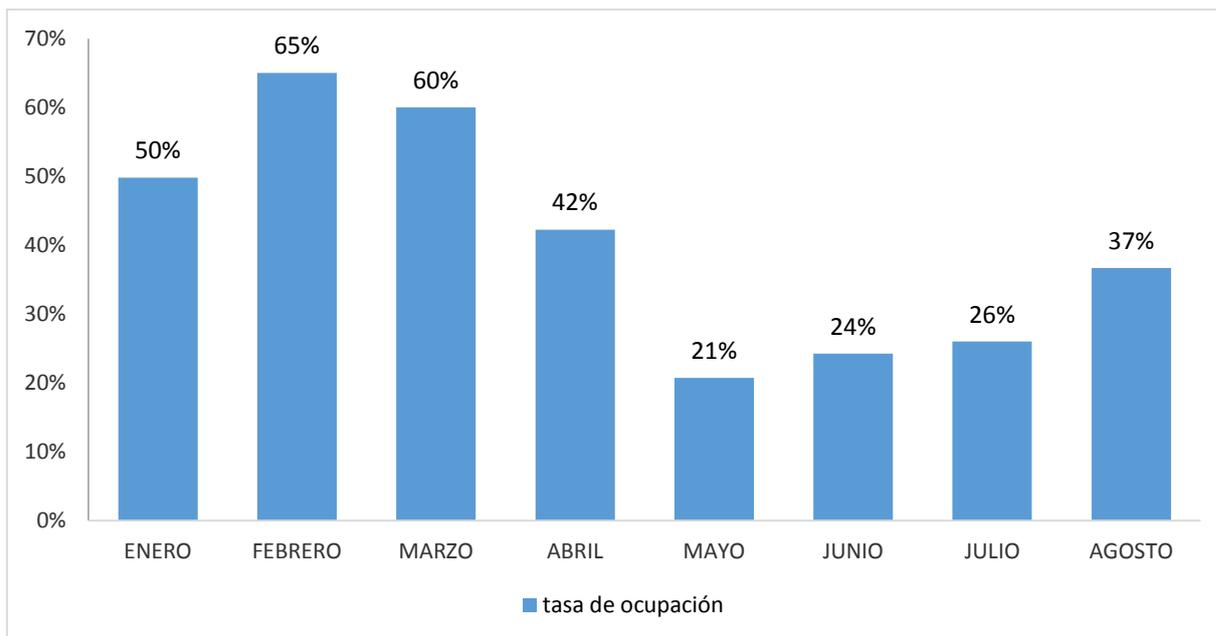
El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas Otros en la ciudad de Cuenca fue de 43% en el primer trimestre, bajando al 37 % en el segundo trimestre. Como se puede observar los hostales tienen tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos, parecida al de los hoteles de lujo y de primera sin embargo el segundo cuatrimestre tiene menos porcentaje de ocupación aunque las tasas de ocupación de los meses críticos de mayo y junio la disminución de la tasa de ocupación promedio no es tan fuerte como las otras categorías. La tarifa promedio, de esta sección es de 19,57 , bajando ligeramente en segundo a 18.83.

#### Hostales una estrella

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hostería en el primer trimestre fue de 60% y en el segundo trimestre fue de 71% mostrando un fuerte cambio en la tendencia al comparar los dos trimestres.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas Otros en la ciudad de Cuenca fue de 43% en el primer trimestre, bajando al 37 % en el segundo trimestre. Como se puede observar los hostales tienen tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos, parecida al de los hoteles de lujo y de primera sin embargo el segundo cuatrimestre tiene menos porcentaje de ocupación aunque las tasas de ocupación de los meses críticos de mayo y junio la disminución de la tasa de ocupación promedio no es tan fuerte como las otras categorías..

	Nombre Mes									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	promedio enero-abril	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	Promedio mayo- agosto
	Media	Media	Media	Media		Media	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 11,67	\$ 13,79	\$ 11,67	\$ 11,25	\$ 12,50	\$ 16,67	\$ 13,02
Porcentaje de huéspedes nacionales	61,9%	59,1%	76,2%	50,5%	61,9%	61,1%	56,9%	32,2%	52,6%	50,7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	38,1%	40,9%	23,8%	49,5%	38,1%	38,9%	43,1%	67,8%	47,4%	49,3%
tasa de ocupación	50%	65%	60%	42%	54,3%	21%	24%	26%	37%	26,9%



## 11.2 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 21**  
**Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar**  
**Promedio por tipo de establecimientos**  
**Enero-Junio**

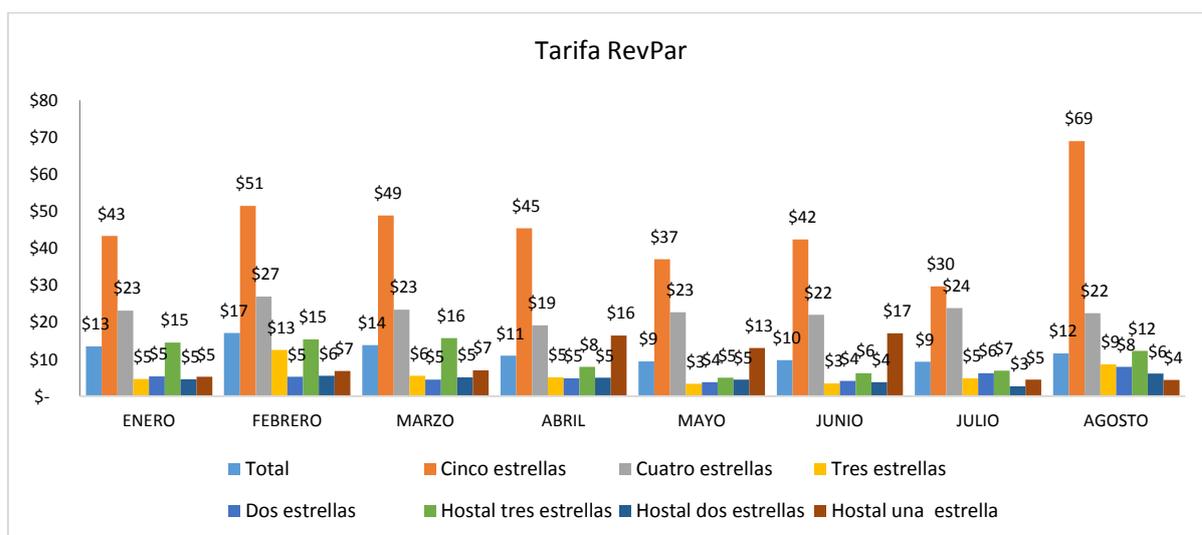
Rubro	Nombre Mes									
	ENERO Media	FEBRERO Media	MARZO Media	ABRIL Media	promedio enero- abril	MAYO Media	JUNIO Media	JULIO Media	AGOSTO Media	Promedio mayo- agosto
Total	\$ 13,48	\$ 17,11	\$ 13,85	\$ 10,97	\$ 13,85	\$ 9,42	\$ 9,81	\$ 9,36	\$ 11,60	\$ 10,05
Cinco estrellas/Lujo	\$ 43,31	\$ 51,45	\$ 48,86	\$ 45,35	\$ 47,24	\$ 37,01	\$ 42,33	\$ 29,70	\$ 68,92	\$ 44,49
Cuatro estrellas/Primera	\$ 23,18	\$ 26,97	\$ 23,42	\$ 19,20	\$ 23,19	\$ 22,75	\$ 21,99	\$ 23,81	\$ 22,43	\$ 22,74
Tres estrellas/Segunda	\$ 4,72	\$ 12,57	\$ 5,58	\$ 5,09	\$ 6,99	\$ 3,41	\$ 3,49	\$ 4,90	\$ 8,70	\$ 5,12
Dos estrella/Tercera	\$ 5,42	\$ 5,33	\$ 4,55	\$ 4,91	\$ 5,05	\$ 3,84	\$ 4,22	\$ 6,28	\$ 7,98	\$ 5,58
Otro 3 estrellas	\$ 14,53	\$ 15,42	\$ 15,73	\$ 7,99	\$ 13,42	\$ 5,06	\$ 6,21	\$ 6,93	\$ 12,28	\$ 7,62
Otro 2 estrellas	\$ 4,65	\$ 5,54	\$ 5,09	\$ 5,03	\$ 5,08	\$ 4,52	\$ 3,86	\$ 2,68	\$ 6,12	\$ 4,30
Otro 1 estrella	\$ 5,31	\$ 6,87	\$ 7,01	\$ 16,42	\$ 8,90	\$ 13,10	\$ 17,04	\$ 4,52	\$ 4,45	\$ 9,77

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

Como se observa en el Cuadro 22 la RevPar promedio del total de establecimientos en el primer cuatrimestre es de 14 dólares y en el segundo trimestre baja sensiblemente a \$10.

Siendo los establecimientos de cinco estrellas los que mayor RevPar tienen con \$47 en el primer cuatrimestre, bajando a \$44.

En las demás categorías de establecimientos la tarifa RevPar es mucho menor. En los de cuatro estrellas la RevPar es de \$23,19 en el primer cuatrimestre, disminuyendo a \$22,74 en el segundo cuatrimestre. En los de tres estrellas la tarifa es de \$6,99 para el primer cuatrimestre bajando a \$5.12 en el segundo cuatrimestre. En los establecimientos de dos estrellas la tarifa es de \$5.05 en el primer cuatrimestre y de \$5,58 en el segundo. En lo que se refiere a la categoría hostales tres estrellas la tarifa es la menor con \$13,42 en el primer cuatrimestre y en el segundo de \$7,62 siendo aún menor en las otras dos categorías otros (hostales). Es importante anotar que en todas las categorías la tarifa RevPar baja en los dos cuatrimestres.



## 12 Bibliografía

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

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