

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

BOLETÍN UNO  
Enero-Marzo 2017

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional  
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Abril 2017



## Contenido

---

Presentación

Demanda Turística en Cuenca

Metodología de demanda

Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

## CONTENIDO

1	
1.	Tabla de Ilustraciones ..... 4
2.	Índice de tablas ..... 5
3.	Presentación ..... 7
4.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca ..... 8
5.	Metodología del Estudio ..... 9
5.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio? ..... 9
5.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio? ..... 10
5.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? ..... 10
6.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca ..... 11
6.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero ..... 11
6.1.1	Edad, Género Y Estado Civil..... 11
6.1.2	Procedencia del Turista ..... 12
6.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista ..... 13
6.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista ..... 15
6.2	Motivación del Turista..... 16
6.2.1	Motivación..... 16
6.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico ..... 17
6.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista..... 18
6.3	Organización del Viaje..... 19
6.3.1	Con quien viaja el Turista ..... 19
6.3.2	Forma de Organización del Viaje..... 21
6.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca ..... 21
6.4.1	Elección del Alojamiento ..... 21
6.4.2	Duración de La Estancia ..... 22
6.4.3	El costo de la Estancia ..... 24
6.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca ..... 26
6.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos ..... 26
6.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad ..... 26
6.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino ..... 28

6.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita.....	28
7.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca .....	30
7.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	30
7.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	30
7.1.2	Procedencia del Turista .....	31
7.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista .....	31
7.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista .....	33
7.2	Motivación del Turista.....	34
7.2.1	Motivación.....	34
7.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico .....	35
7.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	35
7.3	Organización del Viaje.....	37
7.3.1	Con quien viaja el Turista .....	37
7.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	39
7.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca .....	39
7.4.1	Elección del Alojamiento .....	39
7.4.2	Duración de La Estancia .....	40
7.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	42
7.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional.....	42
7.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca .....	44
7.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	44
7.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad .....	44
7.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino .....	46
8.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	48
8.1	Edad, Género y Procedencia .....	48
8.2	Estado Civil y Ocupación de Turista .....	51
8.3	Organización del Viaje y Motivación .....	52
8.4	Medios de Información Utilizados .....	54
8.5	Duración de la Estancia .....	54
8.6	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	55
8.7	Medio de transporte utilizado .....	56

9.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca .....	56
9.1	Metodología del Estudio .....	57
9.1.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio? .....	57
9.1.2	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? .....	57
9.2	Principales indicadores de oferta turística.....	58
9.2.1	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	58
9.2.2	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	59
9.2.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas.....	60
9.2.4	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	61
9.2.5	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera .....	62
9.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales .....	63
9.3.1	Hostales Tres Estrellas.....	63
9.3.2	Hostales dos estrellas.....	64
9.3.3	Hostales una estrella .....	65
9.4	Tarifa RevPar .....	66
10.	Bibliografía .....	68
11.	Anexos.....	68

## 1. Tabla de Ilustraciones

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

Ilustración 17: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	30
Ilustración 18: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca .....	30
Ilustración 19: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca .....	31
Ilustración 20: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca .....	32
Ilustración 21: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca .....	32
Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional .....	33
Ilustración 23: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca .....	35
Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca .....	35
Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	36
Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	37
Ilustración 27: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	37
Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo .....	38
Ilustración 29: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista Nacional .....	45
Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero .....	47
Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	47
Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel.....	48
Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones.....	49
Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene .....	49
Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero .....	50
Ilustración 36: Edad del turista en el hotel.....	50
Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	51
Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero .....	51
Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero .....	52
Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero .....	52
Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña .....	53
Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros .....	53
Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista .....	54
Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	54
Ilustración 45: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel .....	55
Ilustración 47: Gasto Personal Diario durante la estadía .....	55
Ilustración 48: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad .....	56

## 2. Índice de tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	15
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje .....	21
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	22
Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento .....	23
Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento .....	24
Tabla 6: Motivo Principal vs Gasto Turístico por cuatrimestre .....	25
Tabla 7: Gasto Diario por Persona.....	26
Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional .....	33
Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje .....	39
Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento por cuatrimestre.....	40
Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional por cuatrimestre .....	41
Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento .....	42

Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico .....	43
Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	44
Tabla 18: Datos generales de relevamiento .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

### 3. 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, 1.235 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo el 2016. Esto implica una impresionante movilidad de recursos en concordancia con el crecimiento del sector. Con respecto al año anterior, hubo un crecimiento de turistas de 3,9% y se espera un crecimiento entre 3% y 4% para el año 2017. 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 indica que la recepción de turistas en América creció un 4% en el 2016 con respecto al año 2015, lo que implica un incremento de 8 millones de turistas en el año 2016 con respecto al año anterior. El mayor crecimiento de recepción de turistas (6%) se dio en América del Sur y América Central, en comparación con el Caribe y Norte América (4%). El organismo prevee que en el año 2017 la recepción de turistas en América crecerá entre 4 y 5% (UNWTO, 2017).

Además, según datos de la OMT, el turismo tiene un efecto del 10% sobre el PIB, y representa uno de cada once empleos en el mundo, a la par representa el 7% de exportaciones mundiales, convirtiéndose como indica la Organización Mundial del trabajo en un sector clave en el progreso económico, debido a su crecimiento de largo plazo superando las crisis que se han presentado a nivel mundial, generando empleo, nuevas empresas e ingresos de exportaciones. (UNWTO, 2016)

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, teniendo 1.563.256 llegadas de no residentes ecuatorianos en el año 2016 según datos provisionales, y con un nivel del 55% de ocupación en establecimientos hoteleros de lujo, y 28% en establecimientos de primera al mes de Enero 2017. A la par, el consumo turístico por parte de los turistas no residentes en el Ecuador tiene un peso de 1,5% con respecto al PIB en el tercer trimestre del año 2016, y una importancia del 68,9% con respecto a la exportación de servicios en el cuarto trimestre del mismo año, ubicándose en el tercer puesto en relación a la exportación total de productos no petroleros solo después del banano y camarón, con un 6,5% de aporte al empleo total en el último trimestre del año 2016 según informa el Ministerio de Turismo del Ecuador. (MINTUR, 2015a)

Como se indicó en el informe final del estudio de demanda y oferta turística en el año 2016 realizado por el Grupo de Investigación Económica Regional, la mayor proporción de turistas extranjeros que visita la ciudad de Cuenca son estadounidenses y colombianos, según el reporte del MINTUR, los estadounidenses gastan en promedio por viaje 1.899 USD, una alta proporción tienen entre 35 y 49 años, y el 82% de ellos viajan por ocio; con respecto a los colombianos, el gasto promedio por viaje es 873 USD, la mayor proporción de ellos tienen entre 35 y 49 años, y el 80% de ellos viajan por ocio (MINTUR, 2015b).

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, es así que en el año

2015 el 53% de turistas que viajaron en el mundo lo hicieron por actividades de ocio, recreo y vacaciones, el 14% por negocios y motivos profesionales, y un 27% por salud, religión y otros. 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 trimestre del año 2017 entre otros indicadores de relevancia.

#### 4. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

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

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

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



- f. La creación de un sistema de indicadores que permitan estimar la evolución de la actividad turística en el Cantón.

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

## 5. 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.

### 5.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

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

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

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

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

## 5.2 ¿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.

## 5.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

En el aeropuerto Mariscal Lamar y Terminal Terrestre se utilizó el método de muestreo por conglomerados unietápico, asumiendo conglomerados del mismo 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 un muestreo combinado en dos etapas, en la primera etapa se utilizó una muestra estratificada con afijación proporcional, y después en la segunda etapa se utilizó un muestreo por conglomerados unietápico, donde cada unidad muestral corresponde a un hotel dentro de cada estrato.

---

<sup>1</sup> Para un mayor detalle del tamaño de la muestra revisar el cuadro de Origen de los datos en el trimestre Enero-Marzo presente en el Anexo 1.

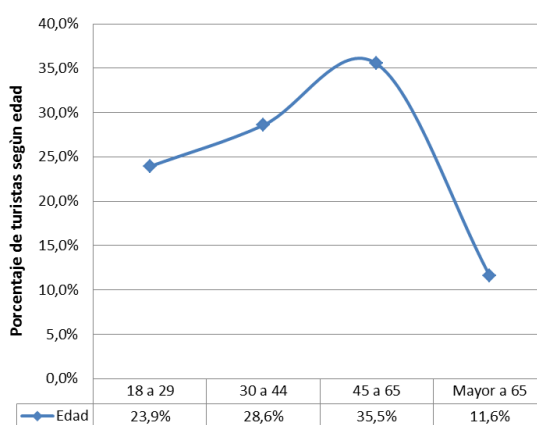
## 6. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

### 6.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

#### 6.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 1, los resultados muestran que la mayor proporción de visitantes durante el primer trimestre del año 2017, fue el grupo de turistas que tienen entre 45 a 65 años (35,5%). El 23,9% de turistas extranjeros tenían entre 18 y 29 años, un 28,6% entre 30 a 44 años, y un 11,6% tienen más de 65 años. Esto lo caracteriza como un adulto contemporáneo. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 44 años, una mediana de 43 años y una moda de 25 años.

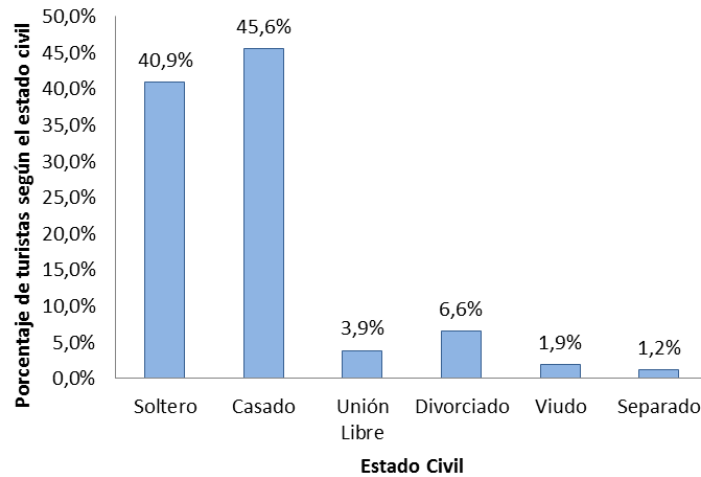
**Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 2, los resultados revelan que el turista extranjero es mayoritariamente casado (45,6%), los turistas solteros representan el 40,9% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

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



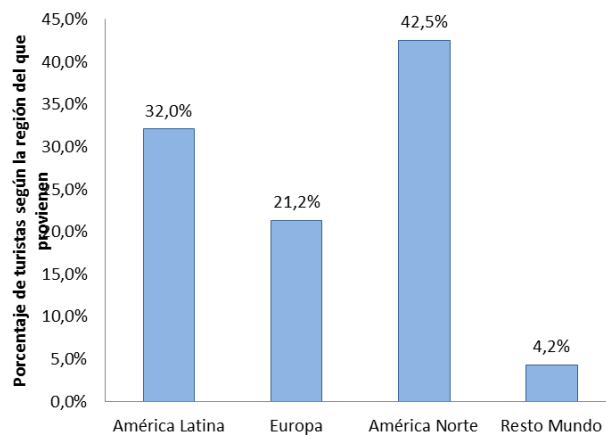
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, los resultados de la encuesta muestran una mayor proporción de turistas varones (55%) en comparación con turistas extranjeros mujeres (45%).

### 6.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo. En este primer trimestre del año 2017 hubo mayor presencia de turistas provenientes de América del Norte (Canadá y Estados Unidos) con una proporción de 42,5%, el 32% vino desde varios países de América Latina, el 21,2% de Europa y un 4,2% del resto del mundo. Ver ilustración 3.

## Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene



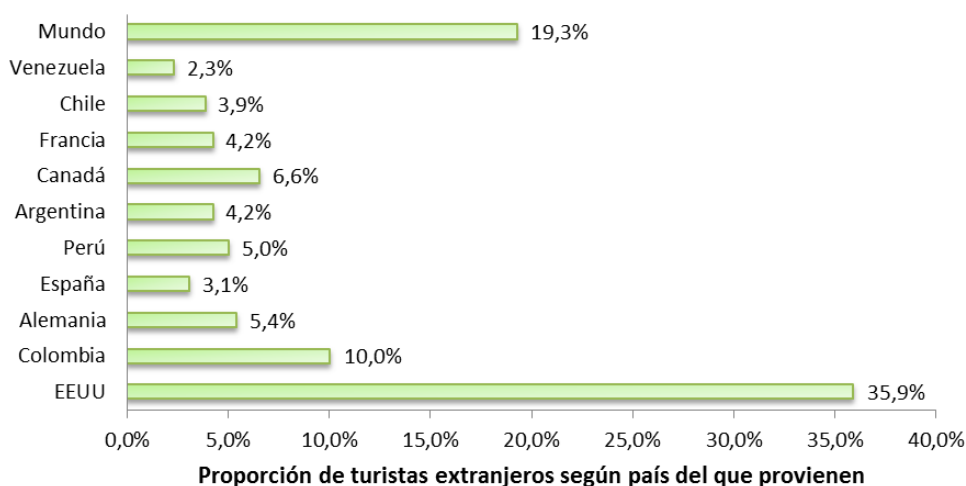
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes. Diez nacionalidades extranjeras representan alrededor del 80% de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca, entre ellas se encuentra: Colombia, Perú,

Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España y Francia de la región Europea; y Estados Unidos y Canadá de la región de Norte América.

Como se puede apreciar en el gráfico 4, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por estadounidenses (35,9%). Luego se encuentran, aunque en proporciones mucho menores, los turistas colombianos (10%) canadienses (6,6%), peruanos (5%) y alemanes (5%). Aunque en el gráfico, la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (19%), las procedencias siguen tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

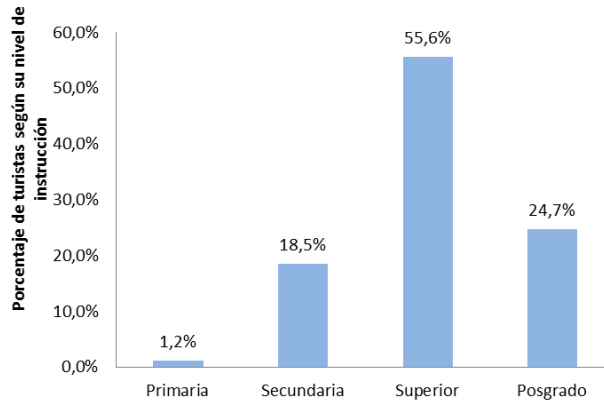
Aunque de igual manera, los visitantes estadounidenses provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional como Nueva York, San Francisco y Washington DC. Los turistas provenientes de Colombia, el 27% son de Bogotá, un 15% de Cali y un no menos significativo 15% reside en la ciudad de Quito, y un 19% residen en Medellín. La mayor proporción de turistas alemanes proviene de Berlín y los de argentina de la ciudad de Buenos Aires. Finalmente la porción mayor de turistas canadienses provienen de la ciudad de Toronto.

### 6.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón.

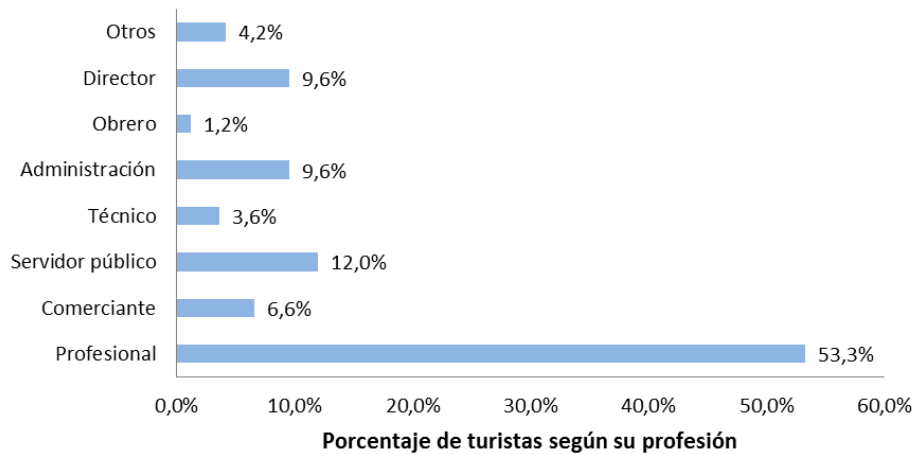
En ese sentido, los resultados, como se aprecia en el Gráfico 5 revelan que el turista extranjero que visita la Ciudad tiene un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (80,3%) y labora mayoritariamente como profesional independiente (53%) como se aprecia en el Gráfico 6.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

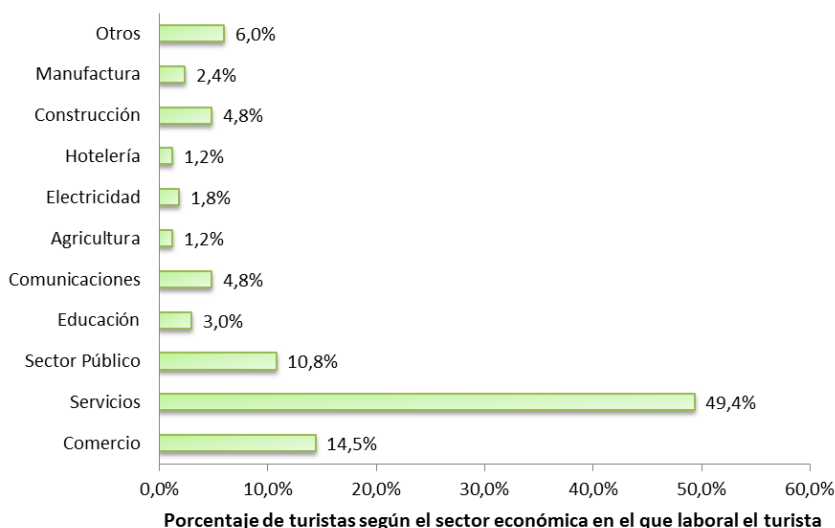
### Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Finalmente, la fracción mayor de turistas extranjeros se dedica a actividades del sector servicios (49,4%). No menos importante resulta, en concordancia con el resultado anterior la fracción de visitantes que se dedican a actividades comerciales y aquellos que laboran en el sector público en sus respectivos países (14,5% y 10,8% respectivamente). El restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativo a nivel individual.

### Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 6.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

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

**Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero**

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
<b>Vive Solo</b>	16,6%	0,4%	2,7%	0,4%	3,5%	0,4%	23,9%
<b>Solo padre e hijos</b>	17,0%	1,9%	40,9%	0,4%	2,7%	1,2%	64,1%
<b>Padres e hijos y otros familiares</b>	7,3%	1,5%	1,9%	0,4%	0,4%	0,4%	12,0%
<b>Total</b>	40,9%	3,9%	45,6%	1,2%	6,6%	1,9%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, la mayoría de visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos, 40,9% del total de turistas extranjeros. Una proporción significativa está conformado por turistas solteros que viven con sus padres (17%). Además, una proporción no menos importante de visitantes viven solos y son solteros. (16,6%).

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

### En Resumen

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

## Perfiles de turistas extranjeros

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

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

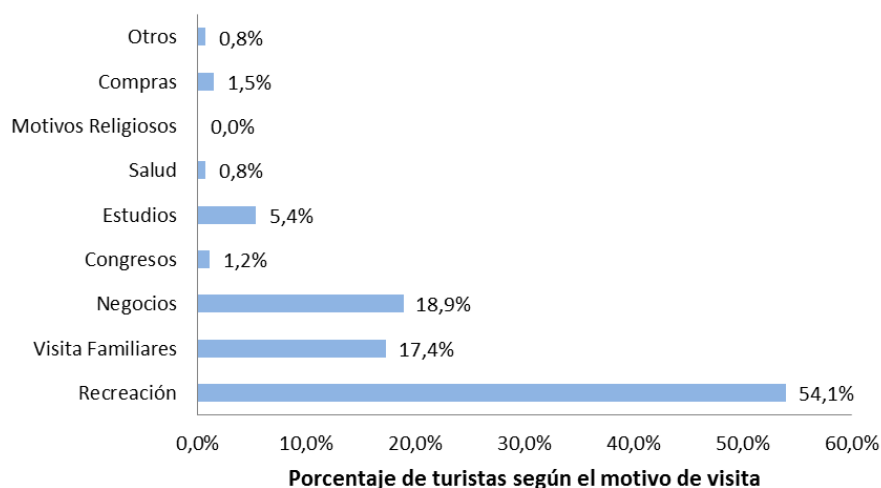
## 6.2 Motivación del Turista

### 6.2.1 Motivación

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 7, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (54,1%), seguida muy de lejos por otras actividades tales como negocios (18,9%) o visitas a familiares(17,4%). Es importante indicar que en este periodo del año no hay turistas extranjeros que vienen por motivos religiosos.



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

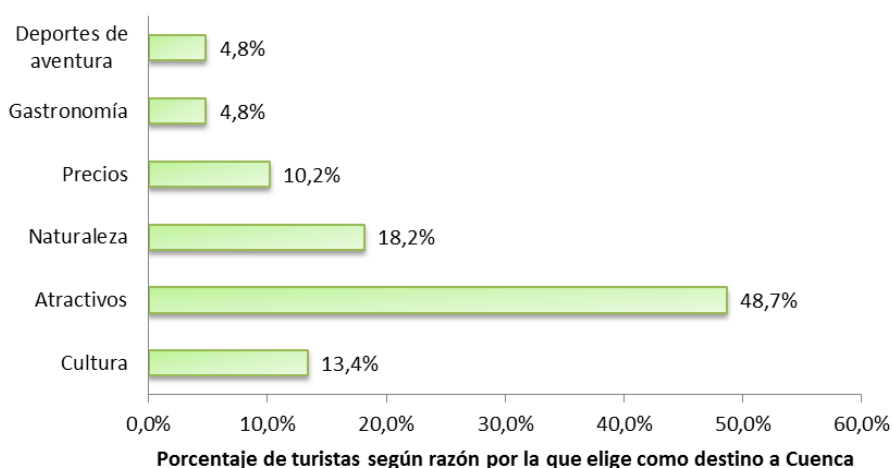


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 6.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, el turista elige el destino Cuenca principalmente por sus atractivos (48,7%) como los monumentos característicos de la ciudad. Su naturaleza se ubicó en segundo lugar, (18,2%) y los atractivos culturales se ubican en un 13,4%.

### Ilustración 9: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 59,5% de los entrevistados son visitantes de primera vez, mientras que existe una tasa de retorno del 40,5%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

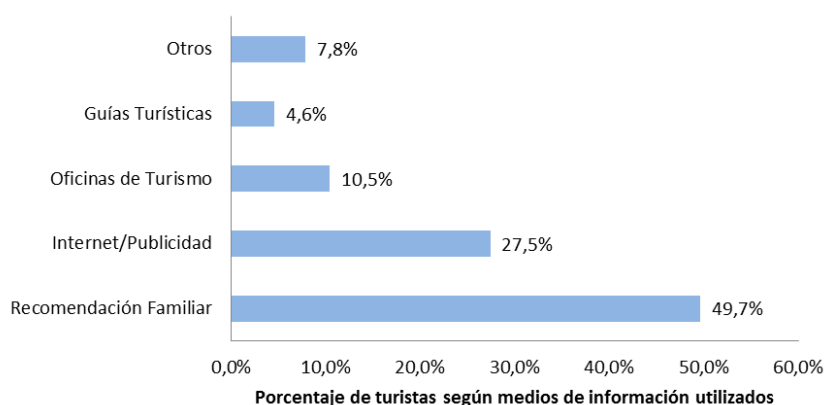
### 6.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad los resultados revelan que el turista extranjero recibe, en concordancia con el resultado del apartado anterior mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (49,7%). Es importante notar la incidencia del internet y los medios electrónicos en la elección del destino Cuenca ya un alto porcentaje representativo utilizó medios como Google (27,5%), Tripadvisor (15%), Redes sociales (12,5%), Lonely Planet (10%). Sorprendentemente la Revista Internacional Living solo fue citada como fuente de información relevante de la ciudad por un 5% de los entrevistados.

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

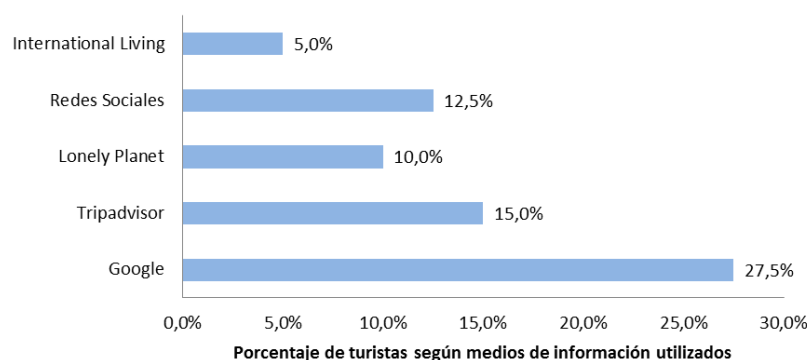
Estos resultados se presentan en los Gráficos 10 y Gráficos 11.

**Ilustración 10: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## Ilustración 11: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### Importante

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

## Principales hallazgos con respecto a la motivación del turista extranjero

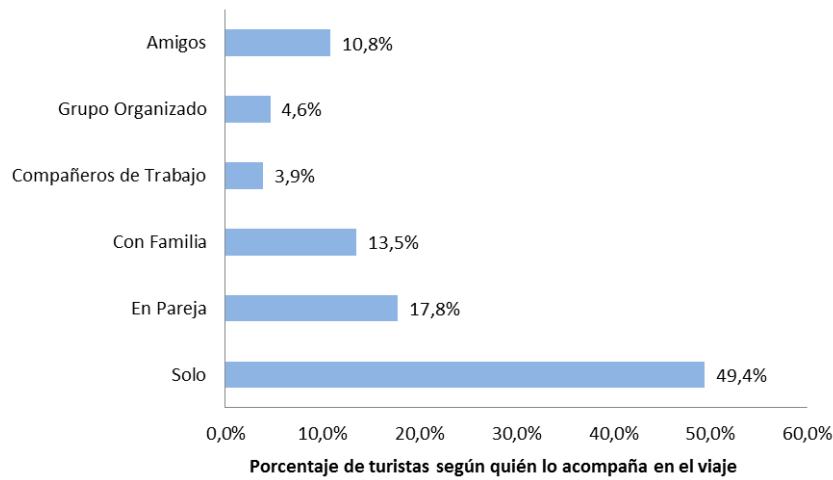
- El motivo principal de los turistas extranjeros para visitar Cuenca fueron por recreación, negocios y visita familiar.
- Los turistas extranjeros que vinieron por recreación indicaron que la razón principal para la elección de la ciudad de Cuenca como destino turístico se debe principalmente a los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

## 6.3 Organización del Viaje

### 6.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los turistas extranjeros en su mayoría arribaron a Cuenca solos, en pareja y con familia. (49,4%, 17,8% y 13,5%). Solamente un 10,8% de los turistas vinieron con Amigos. En este sentido la ciudad no es un destino prioritario de turismo familiar sino como uno de turismo de aventura o de turismo cultural. Ver Gráfico 12.

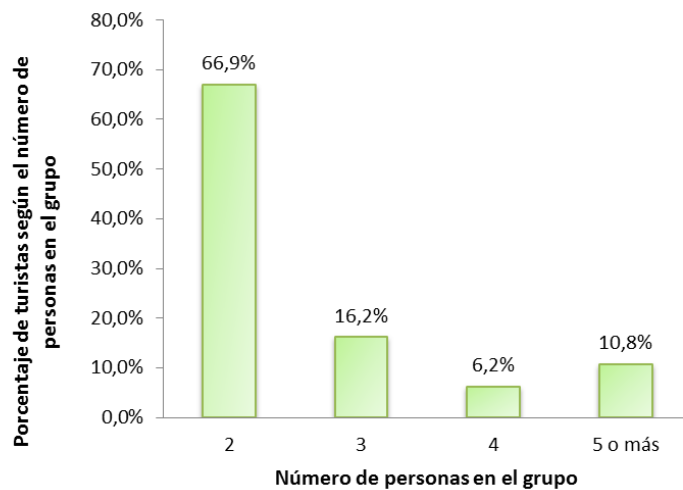
## Ilustración 12: Con quien viaja el Turista extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## Ilustración 13: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Además en el gráfico 13 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección es hacerlo o en pareja o en grupos pequeños de hasta 3 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje como se observa en el cuadro 2, se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca lo hace por motivos recreativos en viaje personal (20,8%) o con su pareja (14,3%). Esto a su vez sugiere que los turistas no consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento familiar como lo podrían ser otros destinos en el Ecuador lo que va en concordancia con la variada oferta cultural y de diversión joven que ofrece el destino.

**Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje**

		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	20,8%	2,3%	8,1%	14,3%	8,1%	0,4%	54,1%
	Visita a familiares o	9,3%	0,8%	3,1%	2,3%	1,5%	0,4%	17,4%
	Negocios, actividades	13,1%	0,8%	1,9%		1,2%	1,9%	18,9%
	Congresos, conferencias	0,8%	0,4%					1,2%
	Estudios, investigación	3,5%	0,4%		0,4%		1,2%	5,4%
	Tratamiento de salud	0,4%			0,4%			0,8%
	Compras o servicios personales	1,2%			0,4%			1,5%
	Otros	0,4%		0,4%				0,8%
<b>Total</b>		49,4%	4,6%	13,5%	17,8%	10,8%	3,9%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 6.3.2 Forma de Organización del Viaje

El resultado de los boletines previos, demuestran que una amplia mayoría de turistas extranjeros organizaron su viaje de forma independiente y por cuenta propia (88%) y solo un 12% de turistas organizaron su viaje por medio de una agencia de viajes. Lo que significa que, se espera que de cada 10 turistas extranjeros 9 organicen su viaje de forma independiente.

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

### 6.4.1 Elección del Alojamiento

En los últimos años y debido al alto flujo migratorio proveniente de Estados Unidos han aparecido formas alternativas al tradicional hospedaje hotelero. Es importante por lo tanto en un estudio de esta naturaleza que se evalué la incidencia de estas nuevas formas de alojamiento entre los turistas extranjeros.

La tabla 3 revela que de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (70%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios o por tratamientos de salud, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma fue el alojamiento en la casa familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito.

Aquellos que vienen por congresos o conferencias prefieren alojarse en establecimiento hotelero tradicional, apartamento o reservar una habitación o casa particular por medio de la web (Casa Airbnb). En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación, éstos prefieren alojamiento hotelero o alojamiento en casa de familiares o amigos. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de salud, estos prefieren alojarse con familiares o amigos. Cabe destacar que, en este tercer periodo, los turistas de compras tienen una probabilidad del 25% de alojarse en establecimiento hotelero.

**Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento**

		¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	70,0%	7,1%	12,9%	6,4%	3,6%	100%
	Visita a familiares o	26,7%	4,4%	62,2%	6,7%		100%
	Negocios, actividades	83,7%	6,1%	8,2%	2,0%		100%
	Congresos, conferencias	33,3%	33,3%		33,3%		100%
	Estudios, investigación	35,7%	21,4%	35,7%		7,1%	100%
	Tratamiento de salud	50,0%				50,0%	100%
	Compras o servicios personales	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%		100%
	Otros		100,0%				100%
<b>Total</b>	<b>61,4%</b>	<b>8,5%</b>	<b>21,6%</b>	<b>5,8%</b>	<b>2,7%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 6.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, depende y está ligada al motivo principal por el que vienen los turistas. En este sentido, no es posible comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales<sup>2</sup>.

Por lo expuesto con anterioridad, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La tabla 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 4 días en la

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

ciudad, aquel que visita a familiares o amigos 5 días, un visitante por negocios hasta 3 días, un turista que viene por motivo de congresos o conferencia tiende a permanecer alrededor de 7 días, aquellos que vienen por estudios o investigación permanece hasta 6 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 5 días en la ciudad.

**Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento**

		<b>DURACIÓN DE LA ESTANCIA</b> (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
<b>Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.</b>	<b>Recreación, esparcimiento vacaciones</b>	4
	<b>Visita a familiares o</b>	5
	<b>Negocios, actividades</b>	3
	<b>Congresos, conferencias</b>	7
	<b>Estudios, investigación</b>	6
	<b>Tratamiento de salud</b>	2
	<b>Compras o servicios personales</b>	5
	<b>Otros</b>	6

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Otro aspecto importante a señalar, es que los turistas extranjeros que se alojan en hoteles realizan visitas de hasta tres días. Un caso especial es aquellos turistas que se alojan en apartamento, que suelen quedarse hasta alrededor de 25 días. Además, los turistas extranjeros que se alojan con familiares o amigos, tienen una estancia de hasta 8 días, aquellos que reservaron una habitación o casa particular (Casa air) realizan una visita de hasta 7 días. (Ver tabla 5)

**Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento**

		<b>DURACIÓN DE LA ESTANCIA</b> (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
<b>Tipo de Alojamiento Utilizado</b>	<b>ALOJAMIENTO HOTELERO</b>	3
	<b>APARTAMENTO</b>	25
	<b>FAMILIA, AMIGOS</b>	8
	<b>CASA AIR BNB</b>	7
	<b>OTROS</b>	18

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 6.4.3 El costo de la Estancia

El costo de la estancia se encuentra determinado por diversos factores, entre lo que se encuentran, el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje.

Con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 6, los gastos promedios siguen una relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía.

Entre los grupos que más gastan durante la estancia 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 por congresos o conferencias y 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 por recreación esparcimiento y vacaciones. En el grupo de aquellos turistas que vienen por visitar familiares o amigos se puede apreciar que, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

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



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

Turista Extranjero		GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base a la mediana del cuadro 4)						
		Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$81,85	\$60,31	\$85,74	\$16,36	\$8,43	\$10,81	\$263,50
	Visita a familiares o Amigos	\$25,27	\$46,19	\$88,11	\$17,19	\$1,87	\$11,37	\$190,00
	Negocios, actividades profesionales	\$120,03	\$65,01	\$136,30	\$10,86	\$4,17	\$6,47	\$342,83
	Congresos, conferencias	\$100,00	\$75,00	\$100,00	\$12,50	\$75,00	\$25,00	\$387,50
	Estudios, investigación	\$106,38	\$52,18	\$207,99	\$9,35	\$1,87	\$11,23	\$389,00
	Tratamiento de salud	\$55,00	\$25,00	\$0,00	\$20,00	\$0,00	\$20,00	\$120,00
	Compras o servicios personales	\$10,75	\$7,57	\$27,01	\$0,77	\$0,00	\$0,57	\$46,67
	Otros <sup>3</sup>	\$94,00	\$80,00	\$32,00	\$0,20	\$0,00	\$8,00	\$214,20
<b>Total</b>	\$78,66	\$57,51	\$99,00	\$14,92	\$6,35	\$10,11	\$266,54	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
 Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vienen por compras o servicios personales presentaron un gasto inferior (\$46.67) al promedio ya que se hospedan y se alimentan en establecimientos hoteleros de bajo coste, apartamentos, con familiares y amigos o en casa air.

Es interesante notar que los grupos que vienen por congresos o conferencias o por tratamientos de salud son 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, puesto que aquellos que vienen por estudios o investigación son los que más gastan en promedio (alrededor de \$367). Asimismo, se puede apreciar que el grupo que viene por compras o para la contratación de servicios profesionales tienden a utilizar en menor grado los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión. Finalmente, los grupos que más erogan en servicios de transporte son aquellos que vienen por estudios, negocios o congresos.

<sup>3</sup> En este grupo resaltan aquellos visitantes que vienen con fines de prospección con miras a establecerse en la ciudad. Es normal por lo tanto que presenten una estadía prolongada y por ende un gasto alto.

**Tabla 7: Gasto Diario por Persona**

		Gasto
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$65,88
	Visita a familiares o amigos	\$38,00
	Negocios, actividades profesionales	\$114,28
	Congresos, conferencias	\$55,36
	Estudios, investigación	\$64,83
	Tratamiento de salud	\$60,00
	Compras o servicios personales	\$9,33
	Otros	\$35,70
	<b>GLOBAL</b>	<b>\$68,39</b>

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se aprecia en el cuadro 7, las personas que vienen por negocios, por recreación, o por estudios o investigación son los que más gastaron en promedio por persona en este primer trimestre del año 2017.

## 6.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

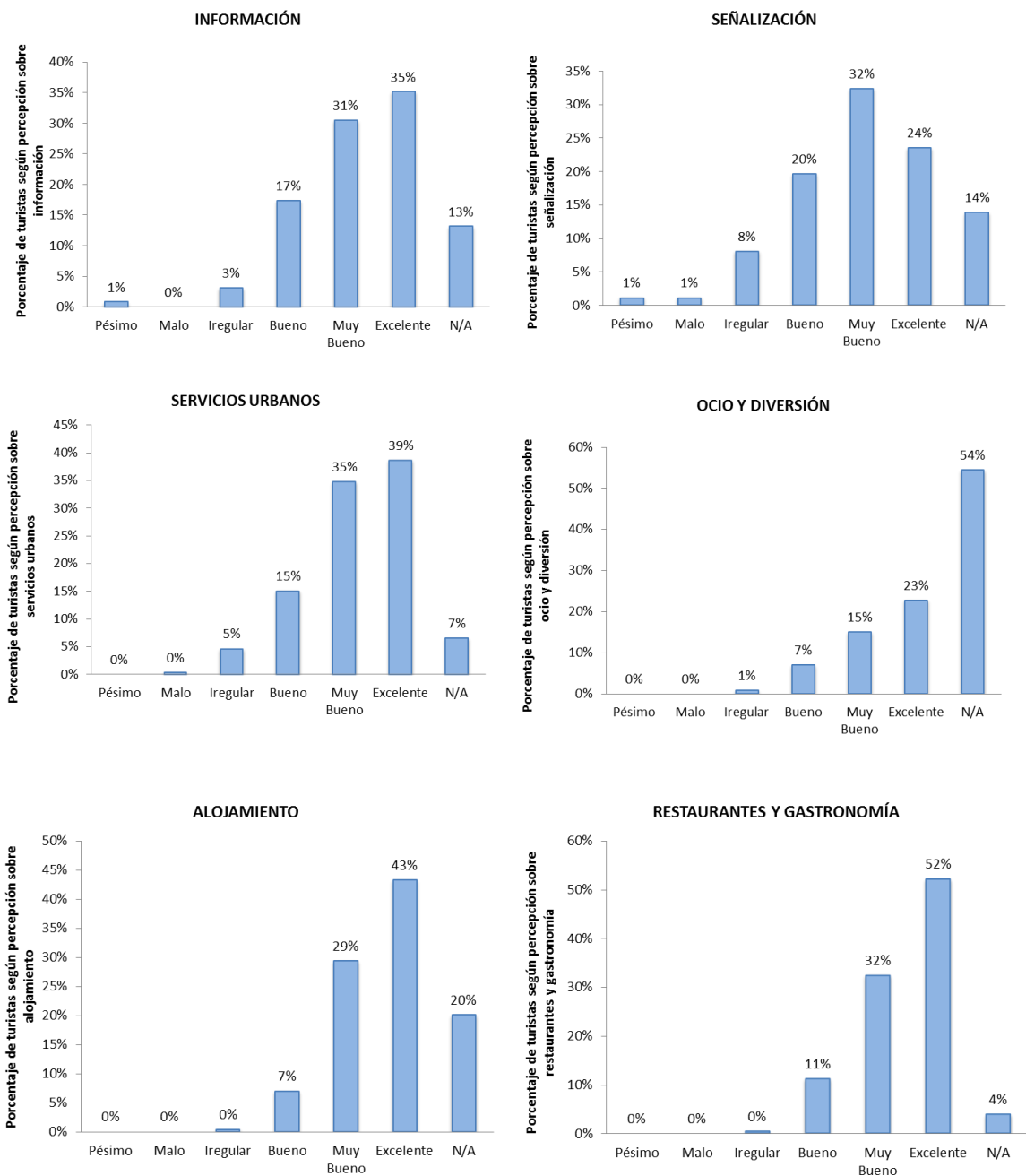
### 6.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados en el trimestre Enero – Marzo 2017 muestra que los turistas extranjeros no presentar mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto es relevante, puesto que ubica al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

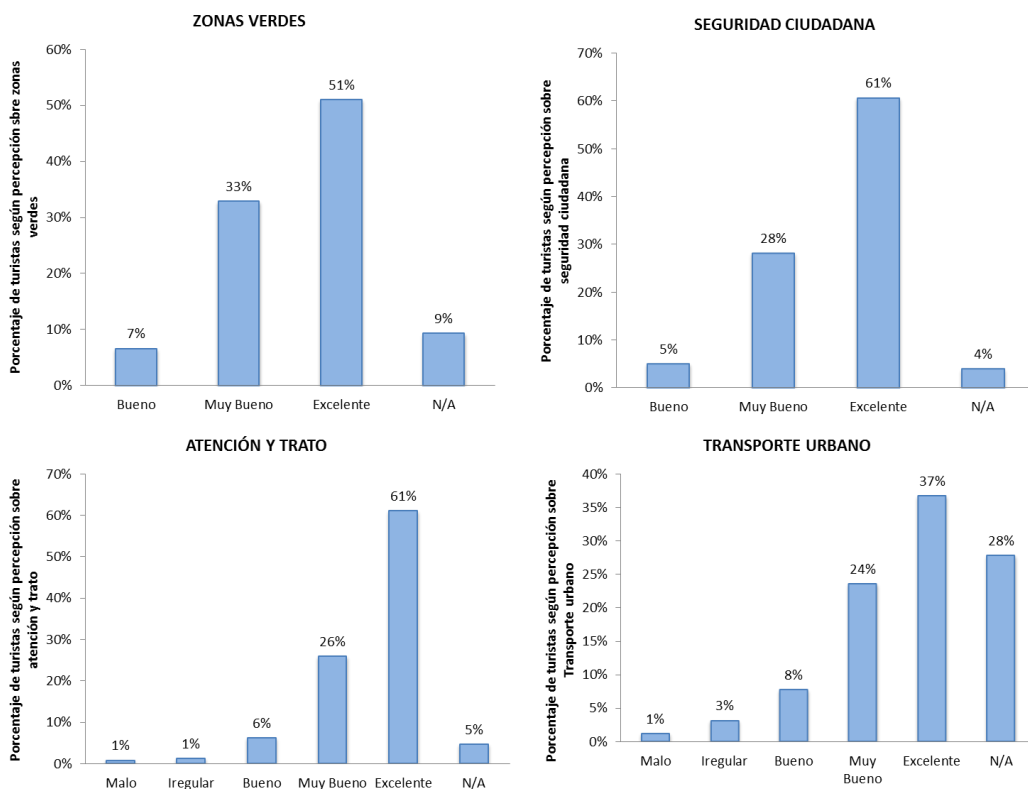
### 6.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general, el turista extranjero calificó los servicios de señalización e información como muy buenos a excelentes. Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad. Esto se puede apreciar en el gráfico panorámico 14.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos, un muy buen o excelente atención y trato por parte de los cuencanos y una alta calidad en el servicio de transporte urbano.

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

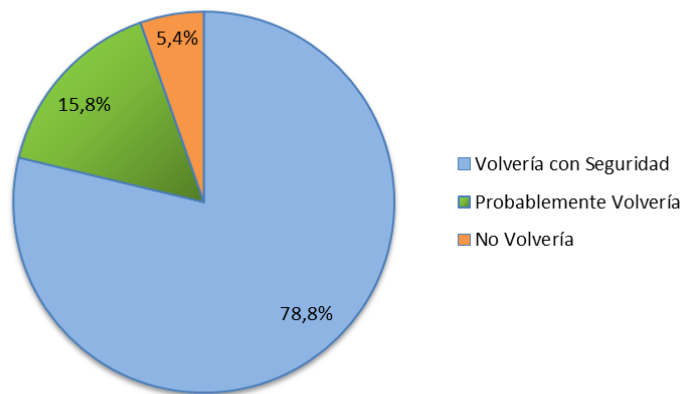
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

Como constan en los gráficos 15 y 16, el estudio revela que el 78,8% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 15,8% probablemente regresaría y solo un 5,4% anunció que probablemente o seguramente no volvería (gráfico 15). De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 77,6% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, solo un 20,5% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es menos del 2% (gráfico 16). Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

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

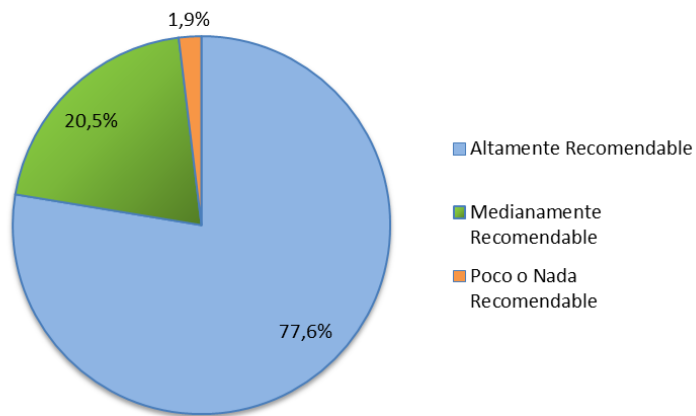
Alrededor del 89% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo.

### Ilustración 15: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### Ilustración 16: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

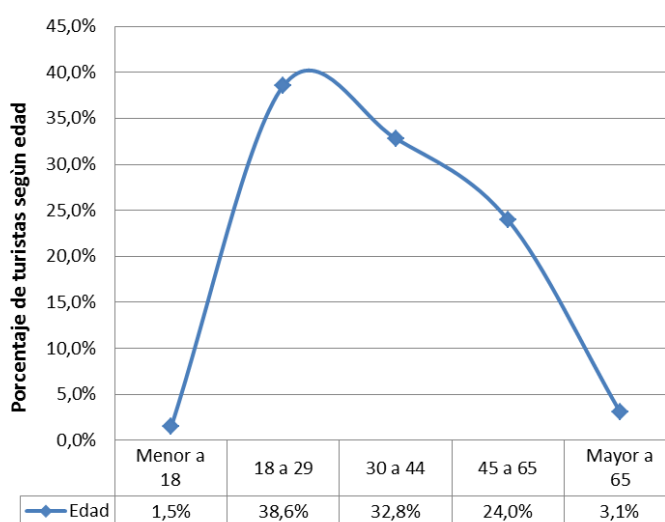
## 7. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

### 7.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

#### 7.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista nacional es el rango etario. Como se aprecia en el gráfico 17 los resultados revelan la mayoría de turistas nacionales se encuentra entre 18 a 29 años de edad (38,6%), una proporción importante entre 30 a 44 años (32,8), con una concentración alrededor de la media de 36 años. Esto lo caracteriza como un adulto contemporáneo.

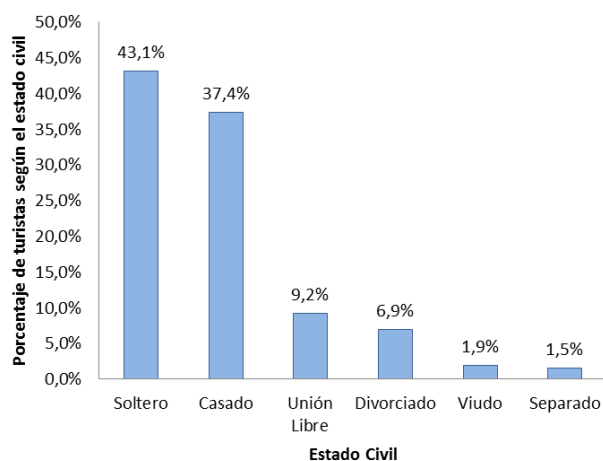
**Ilustración 17: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Asimismo, como se puede apreciar en el gráfico 18, los turistas nacionales son mayoritariamente solteros (43,1%), los turistas nacionales casados representan el 37,4% y el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

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



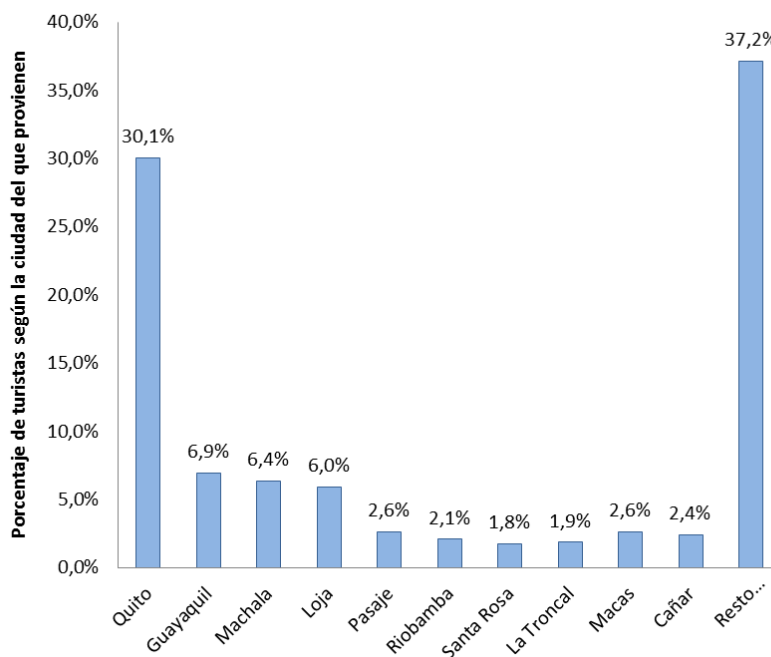
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, los resultados muestran que hubo aleatoriamente una proporción un 52% de varones frente a un 48% de mujeres. Lo que da luz de que el género no es un factor que determina la elección del destino Cuenca.

### 7.1.2 Procedencia del Turista

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el Ecuador, es posible identificar algunas ciudades predominantes. Como se puede apreciar en el Gráfico 19, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por quiteños (30%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (6,9%) machaleños (6,4%), y lojanos (6%). Aunque en el gráfico, la proporción de visitantes de otras partes del Ecuador es grande (37,2%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

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

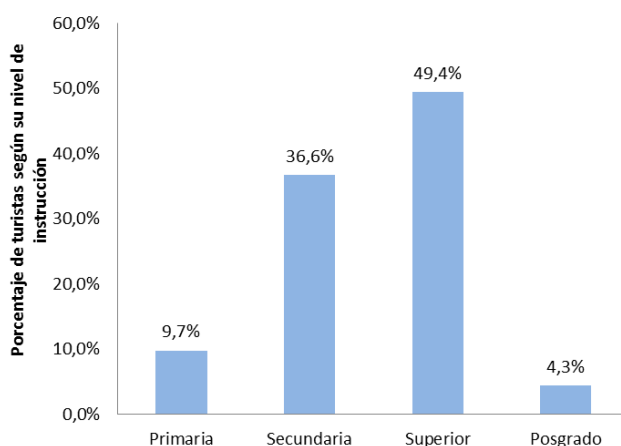


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 7.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

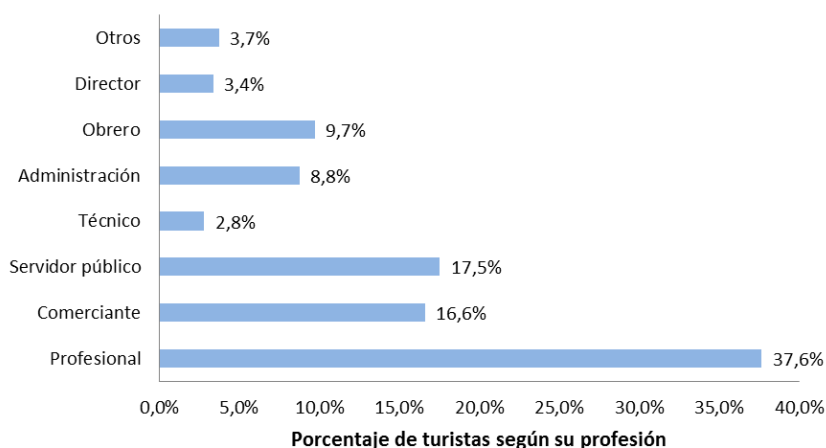
Dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral, ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en el cantón. En ese sentido, como se aprecia en el Gráfico 20, el turista nacional que visitó la Ciudad fueron quienes poseyeron un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (53,7%). Aunque con una incidencia mayor de visitantes con título de bachiller (36,6%) en comparación con su contraparte extranjera, y labora como profesional independiente (37,6%) como se aprecia en el Gráfico 21.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

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

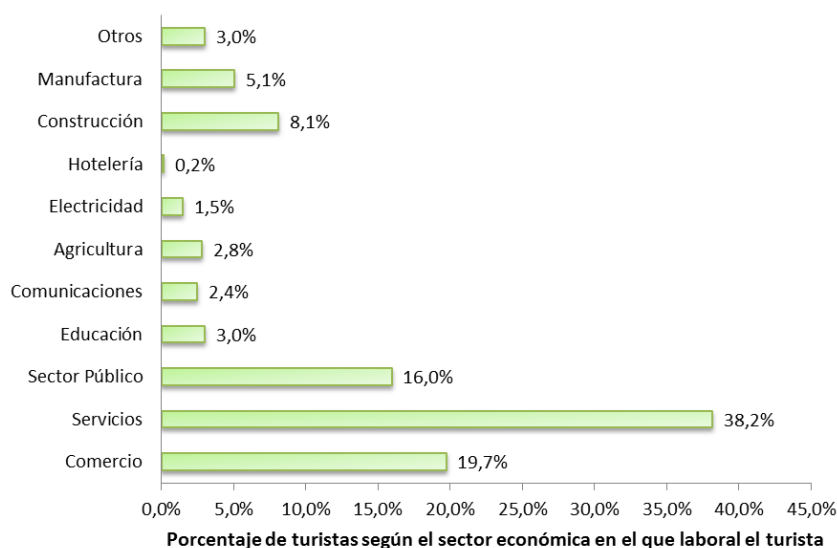


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Finalmente, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios (38,2%), quienes se dedican al sector comercio (19,7%), y quienes laboran en el sector público (16%). No menos importante resulta, la fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción (8,1%). El restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.



## Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 7.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

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

**Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional**

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
<b>Vive Solo</b>	8,7%	0,4%	1,1%	0,6%	2,2%	0,3%	13,4%
<b>Solo padre e hijos</b>	25,6%	6,9%	33,7%	0,7%	3,8%	1,0%	71,6%
<b>Padres e hijos y otros familiares</b>	9,0%	1,9%	2,4%	0,3%	0,9%	0,6%	15,0%
<b>Total</b>	43,3%	9,2%	37,3%	1,5%	6,9%	1,9%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, una cuarta parte de los visitantes viven con su familia y son solteros, pero un no menos significativo 9% está conformado por turistas solteros que viven con sus padres y otros familiares. Asimismo, un 33,7% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos.

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

#### Otros hallazgos importantes

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

### Perfiles de turistas nacionales

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

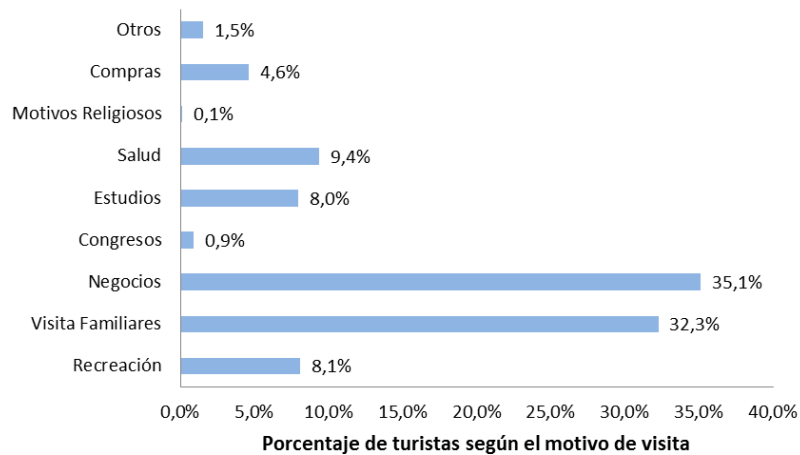
- a) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven con su familia, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.
- b) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción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

## 7.2 Motivación del Turista

### 7.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan, como se aprecia en el Gráfico 23, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca fue por razones de negocios (35,1%), seguida no muy de lejos por la visita de amigos y familiares (32,3%), a diferencia del turista extranjero que visita la ciudad por motivos recreativos. Seguida por otras razones tales como por salud (9,4%), actividades recreativas (8,1%) y por estudios (8%).

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



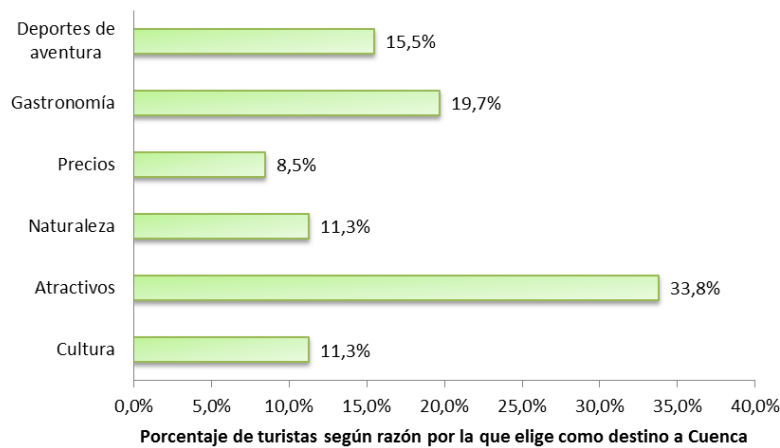
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 7.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de vacaciones, el turista nacional eligió el destino Cuenca principalmente por sus atractivos turísticos como sus monumentos, gastronomía, y deportes de aventura. (Ver ilustración 24)

### Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca

(Solo para turistas que vinieron por razones recreativas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 92,7% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 7,3% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

#### 7.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, los resultados revelan que el turista nacional recibe mayor información, principalmente a partir de

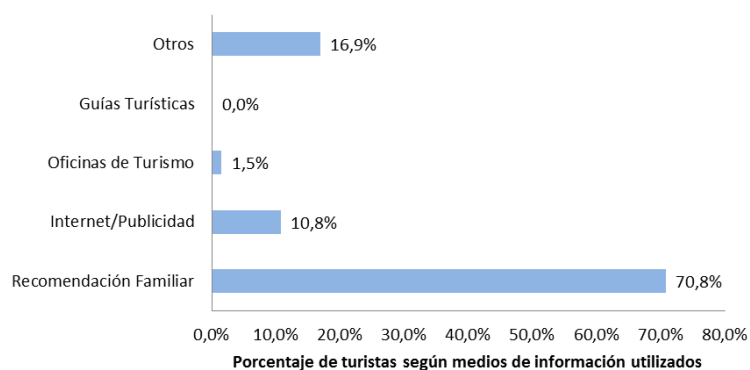
recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (70,8%), y el uso de internet y publicidad (10,8%). (Ver gráfico 25)

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver gráfico 26), los hallazgos muestran que los turistas que utilizaron este medio para informarse sobre la ciudad, utilizaron principalmente los siguientes medios de consulta: redes sociales en su mayoría Facebook y muy escasa por medio de twitter (22,5%), Google (17,5%), sitios especializados en viajes y páginas oficiales (12,5%).

Esta tendencia es congruente con resultados de otros estudios, en donde la investigación independiente se concentra alrededor de portales no necesariamente especializados pero que concatenan una mayor cantidad de información como son el caso de Google. Otras nuevas formas de promoción vía twitter o Facebook están volviéndose la norma al momento de desarrollar publicidad turística. En la proporción de Otros medios utilizados se encuentra principalmente aquellos que indicaron que no recuerdan que medio utilizaron para informarse sobre la ciudad de Cuenca.

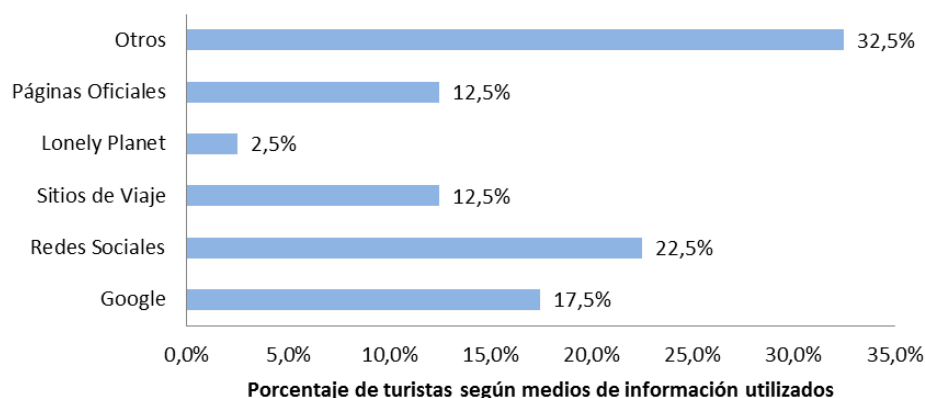
Estos resultados se presentan en los Gráficos 25 y Gráficos 26.

### Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



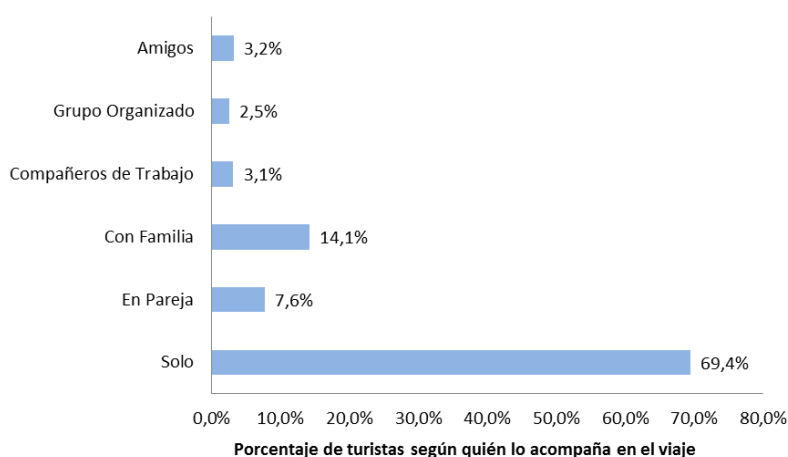
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 7.3 Organización del Viaje

#### 7.3.1 Con quien viaja el Turista

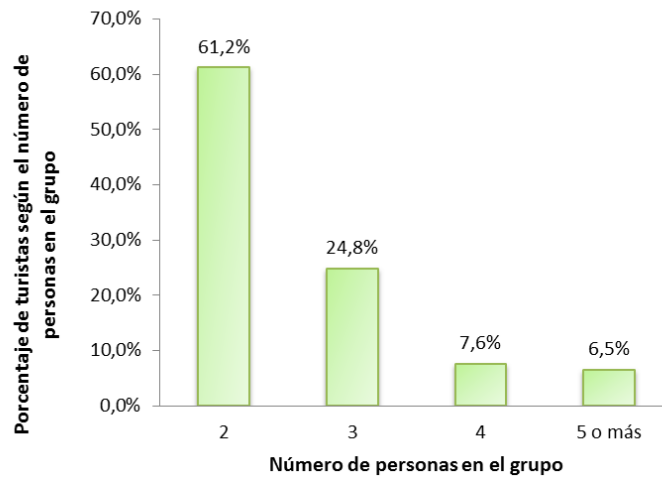
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, como se aprecia en el gráfico 27, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos, con sus familias o con su pareja. (69%, 14% y 7,6% respectivamente).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Además, en el gráfico 28 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño fueron escasos.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, en su mayoría arriban a la ciudad solos (43,8%), en familia (alrededor de 32%). Esto a su vez sugiere que los turistas consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento familiar como lo podrían ser otros destinos en el Ecuador. Quienes vienen por visita familiar o Negocios, congresos, o estudios arriban en mayor proporción solos (alrededor de 70%, 74%, 75% y 78 respectiva según cuadro 9). Quienes viajan por tratamiento de salud, por compras o servicios personales lo hacen en viaje personal o en familia.

**Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje**

		¿CON QUIEN REALIZO EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	43,8%	4,1%	31,5%	13,7%	6,8%	0,0%	100,0%
	Visita a familiares o	70,3%	0,7%	16,2%	9,7%	2,8%	0,3%	100,0%
	Negocios, actividades	73,6%	5,0%	4,7%	5,7%	2,8%	8,2%	100,0%
	Congresos, conferencias	75,0%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%	0,0%	100,0%
	Estudios, investigación	77,8%	0,0%	9,7%	5,6%	6,9%	0,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	68,2%	1,2%	24,7%	4,7%	1,2%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Compras o servicios personales	66,7%	0,0%	23,8%	7,1%	0,0%	2,4%	100,0%
	Otros	64,3%	7,1%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>69,4%</b>	<b>2,5%</b>	<b>14,1%</b>	<b>7,6%</b>	<b>3,2%</b>	<b>3,1%</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 7.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los hallazgos del estudio demuestran que los turistas nacionales organizaron su viaje en forma independiente y por cuenta propia (91,7%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística fue 8,3%.

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

### 7.4.1 Elección del Alojamiento

La tabla 10 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere el hospedaje en establecimiento hotelero y alojamiento con familiares o amigos. A su vez, el tipo de alojamiento establecimiento hotelero fue el preferido para otros turistas con motivos diferentes como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que se aloje en la casa familiar o que los amigos ofrezcan hospedaje gratuito, y en el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación, 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 en la tabla 12, una probabilidad de un 69% de que escoja quedarse con un familiar al igual que los turistas que arriba por compras o

servicios personales (67%). A aquellos que vienen por motivos religiosos prefieren hospedarse en apartamentos.

**Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento**

		¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?						TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERNOCTO EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	45%	3%	51%	1%			100%
	Visita a familiares o	11%	5%	82%	1%	1%		100%
	Negocios, actividades	62%	9%	25%	1%	1%	3%	100%
	Congresos, conferencias	50%	13%	38%				100%
	Estudios, investigación	14%	36%	43%	3%	1%	3%	100%
	Tratamiento de salud	23%	2%	67%	2%	1%	4%	100%
	Motivos religiosos		100%					100%
	Compras o servicios personales	19%		81%				100%
	Otros	36%	7%	50%	7%			100%
<b>Total</b>		34%	9%	54%	1%	1%	2%	100%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 7.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. No es posible en ese sentido comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En ese sentido, los resultados revelan, al igual que con los turistas extranjeros un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la moda de días, no tanto de la media<sup>4</sup>.

Bajo estas condiciones es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. El cuadro 11

<sup>4</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 mediana o la moda.



revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad. El turista que viene de visita a familiares y amigos alrededor de 3 días, el visitante por negocios realiza visitas cortas de 2 días al igual que el que viene por congresos o conferencias. Un caso especial lo constituyen los visitantes que llegan por motivos educativos, los cuales tienden a permanecer alrededor de 3 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.

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

		<b>DURACIÓN DELA ESTANCIA</b> (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
<b>Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.</b>	<b>Recreación, esparcimiento vacaciones</b>	3
	<b>Visita a familiares o</b>	3
	<b>Negocios, actividades</b>	2
	<b>Congresos, conferencias</b>	2
	<b>Estudios, investigación</b>	3
	<b>Tratamiento de salud</b>	2
	<b>Motivos religiosos</b>	2
	<b>Compras o servicios personales</b>	2
	<b>Otros</b>	2

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento según el tipo de alojamiento utilizado (tabla 12), se puede apreciar que los días de estadía es de dos cuando un turista nacional se alojó en un establecimiento hotelero, y de 3 días cuando se aloja con la familia y amigos. Los días de estadía que varía se da solamente en el caso de que un turista nacional se aloje en un apartamento, en este caso particular hubo altos días de estadía (7 días) en comparación con el resto de tipos de alojamiento. En cuanto a los que prefirieron reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa air) se quedaron hasta 4 días.

**Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento**

		<b>DURACIÓN DELA ESTANCIA</b> (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
<b>Tipo de Alojamiento Utilizado</b>	<b>ALOJAMIENTO HOTELERO</b>	2
	<b>APARTAMENTO</b>	7
	<b>FAMILIA, AMIGOS</b>	3
	<b>CASA AIR BNB</b>	4
	<b>NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD</b>	0
	<b>OTROS</b>	3

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 7.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos.

Como se indicó con anterioridad el costo de la estancia se encuentra determinado por diversos factores, entre lo que se encuentran, el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje.

#### 7.4.4 Gasto Realizado por el Turista Nacional

Ahora con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en el cuadro 13, el gasto promedio está en relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, se encuentran aquellas personas que vienen por motivos de negocios o por motivos recreacionales. Las personas con estancias cortas, pero con gastos medios son aquellas que vienen con fines de prospección con miras a establecerse en la ciudad, motivos de estudios y religiosos. Un caso especial es aquellos que vienen a visitar familia y amigos, en este grupo se puede apreciar que los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Las personas que vinieron por negocios, a pesar de que presentaron estancias relativamente cortas, prefirieron establecimientos hoteleros de mayor jerarquía, lo que impulsó su gasto en hospedaje y otros medios de transporte con mayor costo.

**Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico**

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

Turista Nacional		GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base a la mediana del cuadro 11)						
		Alojamiento	Alimentación	Transporte Aéreo	Transporte Terrestre	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$17,69	\$34,61	\$36,35	\$10,57	\$1,12	\$3,91	\$104,25
	Visita a familiares o Amigos	\$3,26	\$20,51	\$20,39	\$7,22	\$0,56	\$3,06	\$55,00
	Negocios, actividades profesionales	\$42,52	\$28,97	\$50,26	\$15,32	\$0,61	\$2,32	\$140,00
	Congresos, conferencias	\$8,19	\$19,46	\$15,02	\$5,80	\$0,00	\$1,02	\$49,50
	Estudios, investigación	\$33,17	\$21,67	\$3,82	\$13,13	\$0,04	\$3,17	\$75,00
	Tratamiento de salud	\$6,65	\$16,75	\$0	\$15,13	\$0,22	\$1,25	\$40,00
	Motivos religiosos	\$50,00	\$10,00	\$0,00	\$10,00	\$0,00	\$0,00	\$70,00
	Compras o servicios personales	\$3,40	\$14,25	\$2,54	\$12,02	\$1,50	\$4,28	\$38,00
	Otros <sup>5</sup>	\$11,25	\$16,09	\$49,33	\$7,15	\$0,31	\$5,86	\$90,00
<b>Total</b>	\$19,03	\$23,50	\$26,42	\$11,46	\$0,58	\$2,83	\$83,82	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud no gastan en actividades culturales o lúdicas. Asimismo, el grupo que viene por motivos religiosos tienden a no utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión. En vez de ello, prefieren establecimientos hoteleros y de alimentación de gama baja. Finalmente los grupos que más erogan en servicios de transporte son aquellos que vienen por negocios o por actividades recreacionales.

<sup>5</sup> En este grupo resaltan aquellos visitantes que vienen con fines de prospección con miras a establecerse en la ciudad y otras actividades.

**Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional**

		Gasto
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$34,75
	Visita a familiares o amigos	\$18,33
	Negocios, actividades profesionales	\$70,00
	Congresos, conferencias	\$24,75
	Estudios, investigación	\$25,00
	Tratamiento de salud	\$20,00
	Motivos religiosos	\$35,00
	Compras o servicios personales	\$19,00
	Otros	\$45,00
	<b>GLOBAL</b>	<b>\$36,10</b>

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El gasto promedio por persona de turistas nacionales en el primer trimestre del año 2017 es de \$36,10. En promedio aquel turista Nacional que viene por negocios gasta \$70 por persona, y \$45 por persona quienes vienen con el fin de prospección con miras a establecerse en la ciudad y otras actividades. Aquellos que vienen por visita a familiares o amigos son los que menos erogaron en promedio por persona (\$18,33) en comparación con quienes vienen por otros motivos. (Ver tabla 14)

## 7.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca

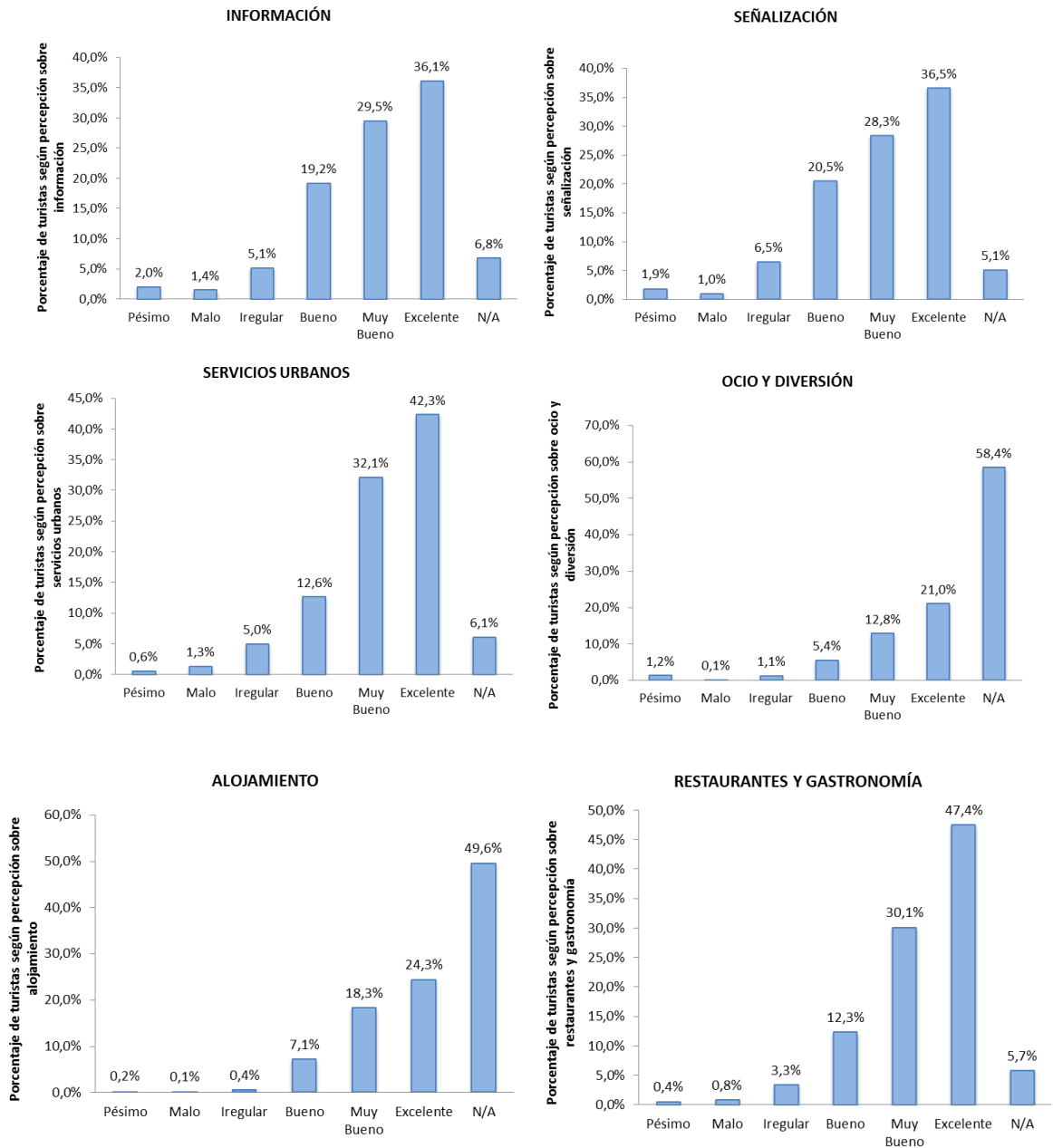
### 7.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

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

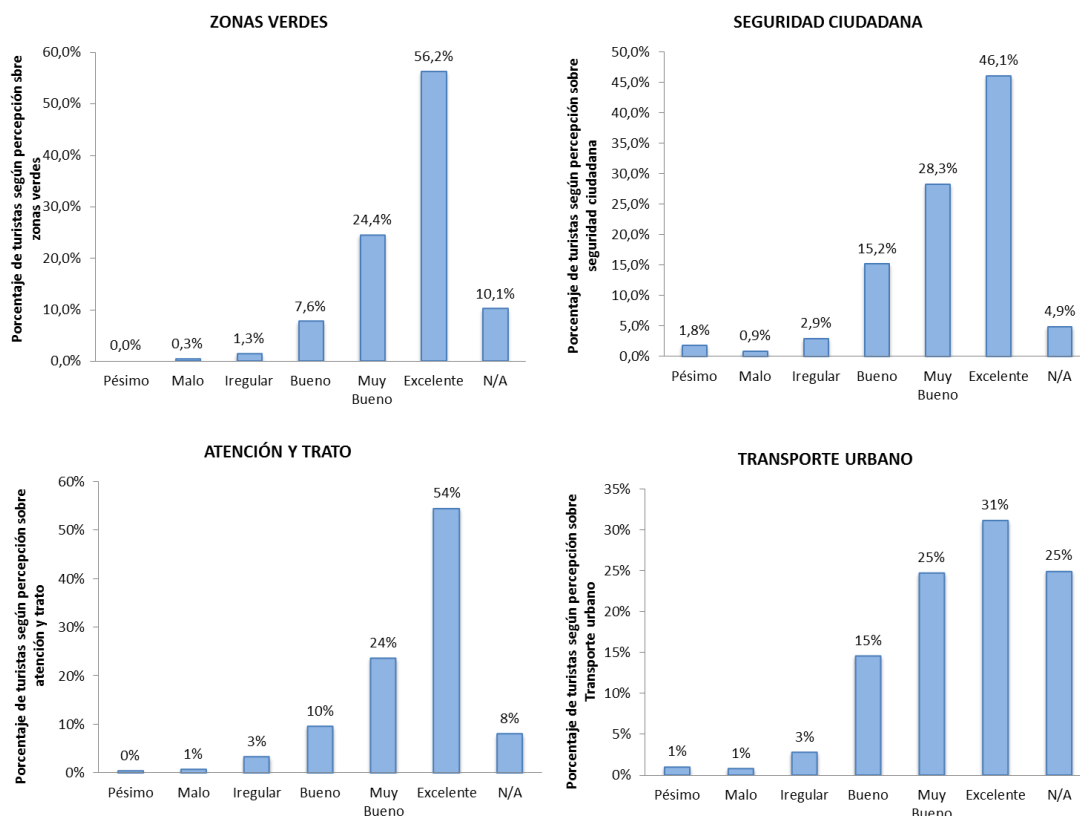
### 7.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

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

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



En los servicios información y señalización la calificación que prima es excelente y muy bueno, sin embargo también hay una alta incidencia de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicios que ofrece la ciudad.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

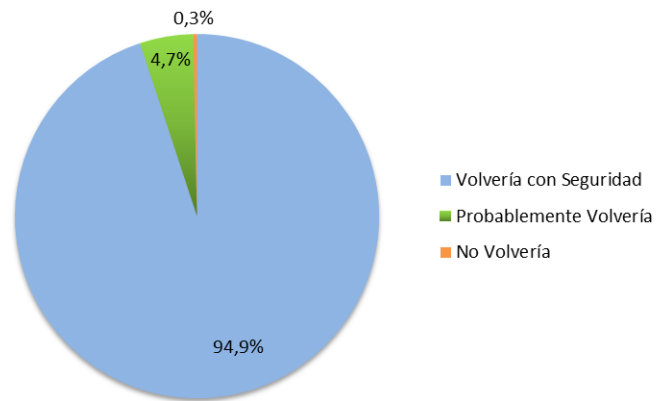
Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. También existe una percepción de muy bueno o excelente atención y trato de los cuencanos. Si bien, el servicio de transporte urbano es calificado como muy bueno o excelente, hay una incidencia media de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicio.

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

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

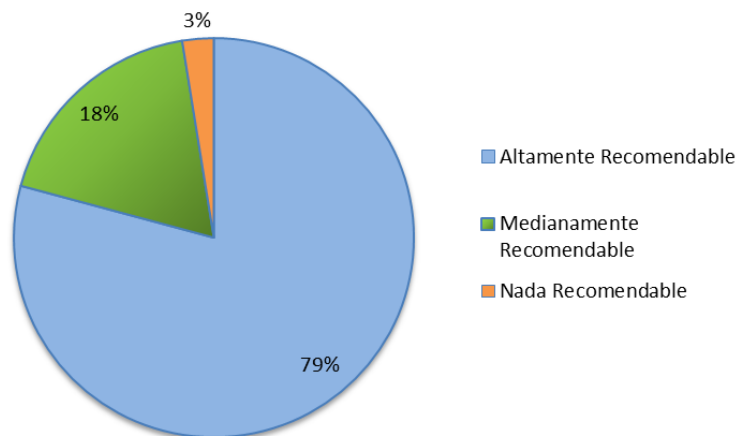
Como se aprecia en los gráficos 30 y 31, cerca del 95% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 5% probablemente regresaría y menos del 1% anunció que probablemente o con seguridad no volvería. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 79% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 18% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como poco o nada recomendable es alrededor de 3%. Esto sugiere un alto grado de satisfacción durante la visita.

### Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

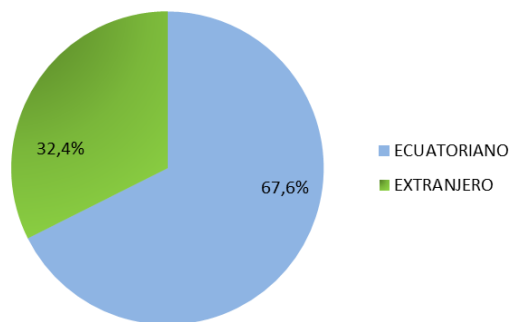
## 8. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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

### 8.1 Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, y en concordancia con la proporción obtenida en los terminales, el 67,6% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales contra un 32,4% de extranjeros.

**Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

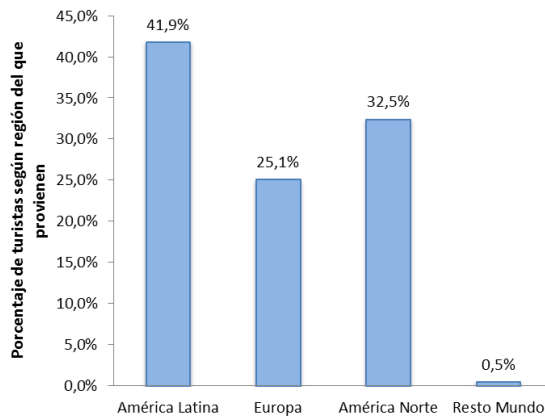
Los resultados también muestran que, la mayoría de turistas internacionales provienen de los países de América Latina y el Caribe (41,9%), turistas de Europa (25,1%) y América del Norte (32,5%)<sup>6</sup> también tuvieron una importante representatividad, visitantes de otras partes del mundo es inexistente.

---

<sup>6</sup> Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.



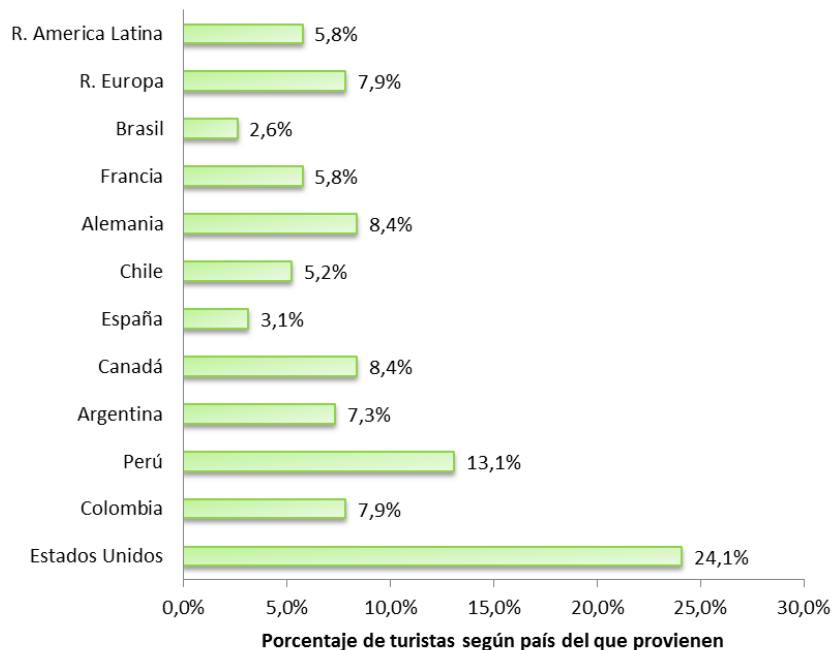
### Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, el 24,1% proviene de Estados Unidos, el 13,1% de Perú. El 8,4% provienen de Canadá, en la misma proporción de Alemania. Adicionalmente existe una proporción del 7,9% de turistas colombianos y un 7,3% de argentinos. La incidencia de chilenos, españoles, franceses y brasileños es menor que el 6% del total de entrevistados. Los visitantes del restante de Europa (incluido países no comunitarios) representan el 7,9%. (Mayormente de Holanda, Italia y el Benelux). La representatividad de otros países de América Latina del 5,8%. (Ver gráfico 34).

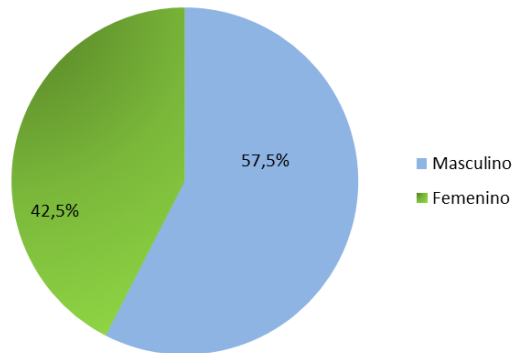
### Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, existe predominancia clara de una 57,5% de encuestados varones versus un 42,5% de mujeres (ilustración 35).

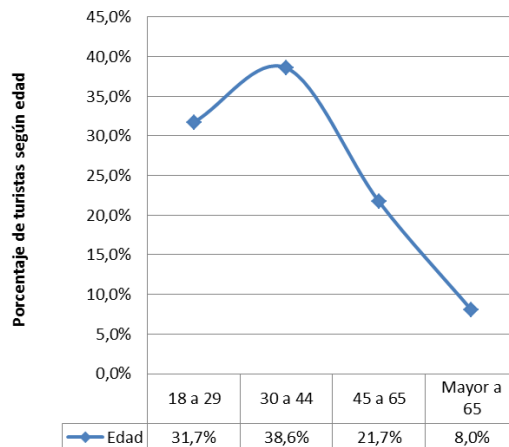
**Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, el gráfico 36 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros se encuentran entre 30 a 44 años (38,6%), una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (31,7%), alrededor del 22% entre 45 a 65 años, y un 8% tienen más de 65 años.

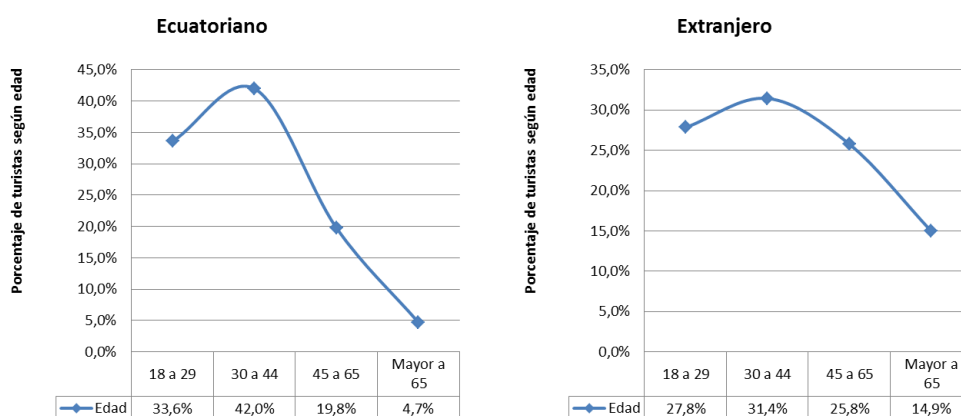
**Ilustración 36: Edad del turista en el hotel**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (ilustración 37), los resultados muestran que tanto turistas Nacionales como extranjeros entrevistados en establecimientos hoteleros, se encuentran entre 30 a 44 años (42% y 31% respectivamente), sin embargo, hay más turistas extranjeros que son adultos mayores (14,9%) en comparación con turistas nacionales (4,7%).

### Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

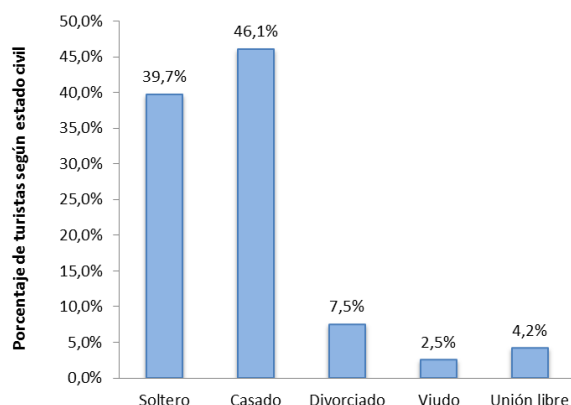


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 8.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, el 46% es casado mientras que el 39,7% son solteros. Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación.

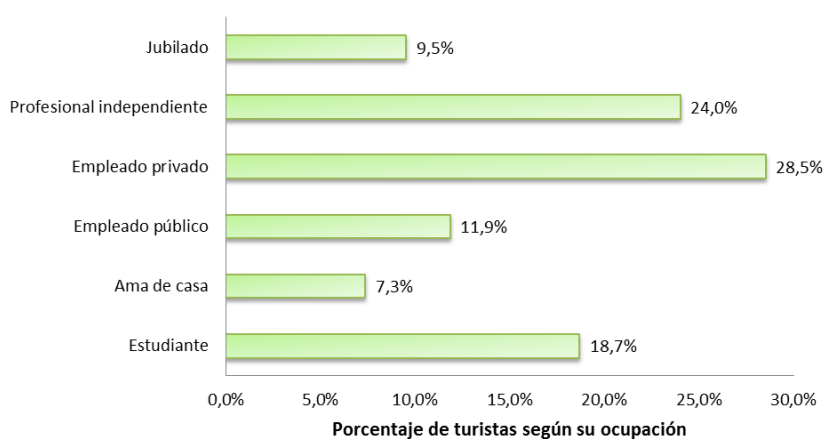
### Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se aprecia en el gráfico 39, el 28,5% de los turistas en hoteles son empleados privados. La incidencia de empleados públicos es alrededor del 12%, mientras que los estudiantes representan el 18,7% del total. Del total de entrevistados el 24% revelaron trabajar como profesionales independientes. La incidencia de jubilados y amas de casa es menor al 10% en cada caso.

### Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero

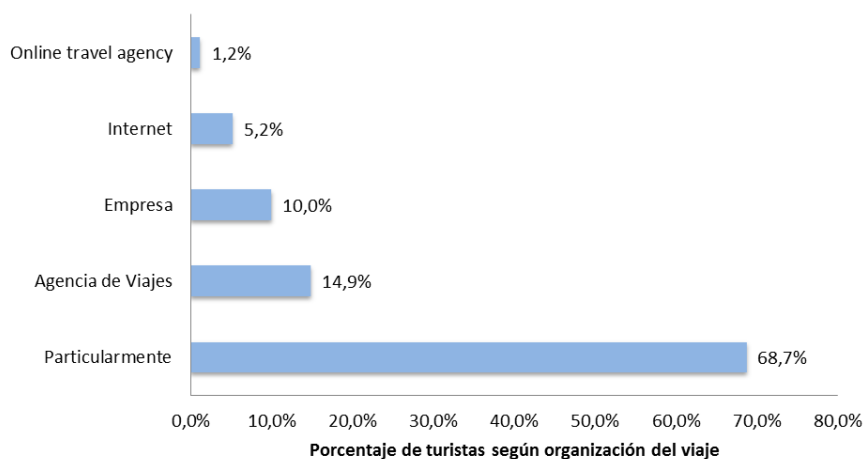


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 8.3 Organización del Viaje y Motivación

Los resultados revelan, como se puede apreciar en el gráfico 40 que la gran mayoría (68,7%) de los turistas organizan su viaje en forma independiente. Alrededor de un 15% lo hace a través de una agencia de viajes. Un 10% lo hace mediante su empresa o institución.

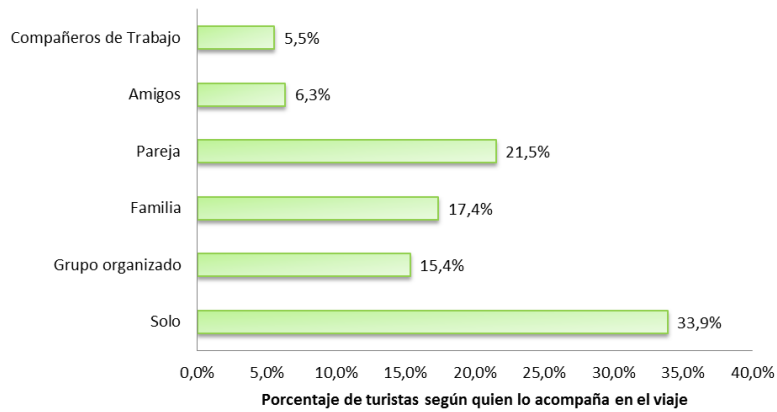
### Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Por otra parte, los turistas que viajaron a Cuenca lo hicieron solos o en pareja (34% y 22% respectivamente). Aquellos que vinieron en familia representan el 17% del total, y 15% quienes viajaron en grupo organizado. (Ver ilustración 41)

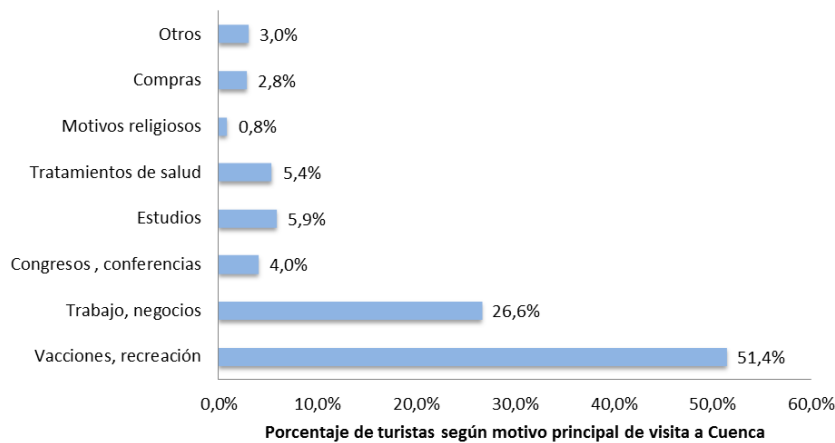
### Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Asimismo, el turista en establecimiento hotelero viene por motivos recreativos fundamentalmente (51%), aunque hay un 27% que viene por motivos de negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 6% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreo. Adicionalmente, el 56% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad.

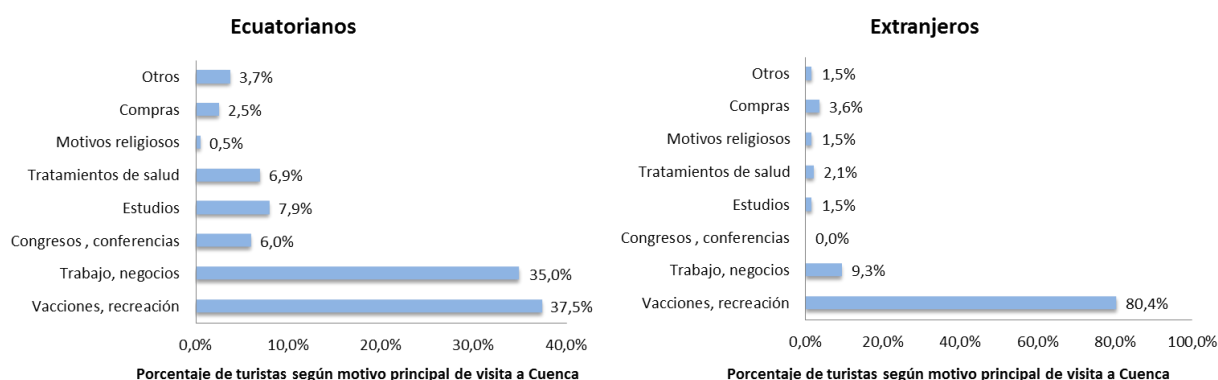
### Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En la ilustración 43 se evidencia que, son los turistas extranjeros los que en su mayoría vinieron por motivos de vacaciones y recreación (80%), a diferencia de un turista ecuatoriano, el cual el 37,5% arriba a la ciudad por motivos recreacionales y un 35% por trabajo y negocios.

### Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista

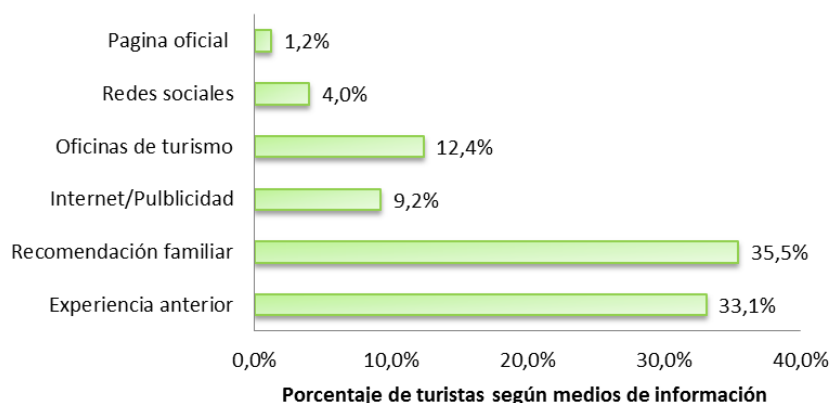


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 8.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior. Alrededor del 36% recibe recomendaciones e información por parte de familiares y amigos. A su vez, el 33% de los turistas en hoteles basan su conocimiento de la ciudad en experiencias previas, un 12% se informa por medio de oficinas de turismo oficiales, y un 9% lo hace a través de internet o publicidad. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 6%. Adicionalmente, si se analiza los medios de información utilizados por el turista nacional y extranjero, se evidencia que el 45% de turistas nacionales basa su conocimiento de la ciudad en experiencias previas, a diferencia del turista extranjero en el que el 46% recibe recomendaciones e información por medio de amigos y familiares.

### Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



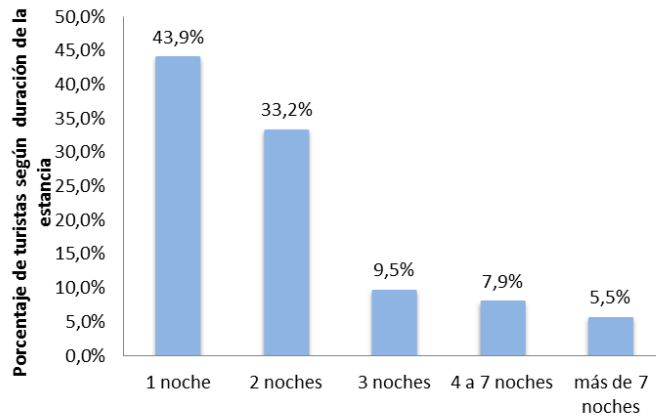
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 8.5 Duración de la Estancia

El gráfico 45 revela que la porción mayor de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 1 noche, un 33% se quedó dos noches y alrededor del 10% se quedó 3 noches. Estadías mayores a 4 días son escasas. Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel

relevado, el 68% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento. Solo un 32% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común la respuesta de una noche extra.

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

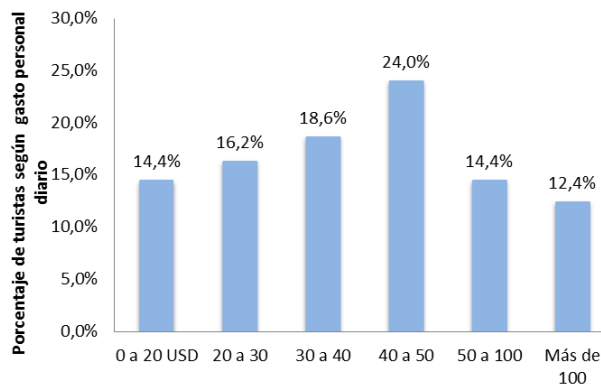


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 8.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

El gráfico 47 revela que el 59% de los turistas alojados gastan diariamente un rango entre 20 y 50 dólares, siendo el prevalente el gasto entre 40 y 50 dólares (24%). La fracción que gastó entre 30 y 40 dólares diarios es el 18,6% y la porción que gastó entre 20 y 30 dólares por persona diariamente es del 16%.

**Ilustración 46: Gasto Personal Diario durante la estadía**

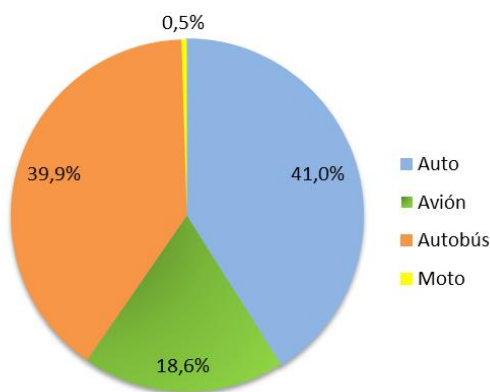


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 8.7 Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en hotel, el 41% vino en auto privado. Un 39,9% lo hizo en autobús y un 18,6% lo hizo por avión. Menos del 1% de los turistas utilizó en este trimestre medios como motocicleta o busetas<sup>7</sup>.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

## 9. La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

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

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

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

<sup>7</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.



## 9.1 Metodología del Estudio

### 9.1.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

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

En el caso de establecimientos hoteleros se contó con un primer catastro de locales a visitar, mismo que fue facilitado por la Fundación Turismo para Cuenca. Se tuvo un total de 216 establecimientos dentro de la categoría de hospedaje y alojamiento, de estos 202 cumplían con los requisitos para ser considerados dentro de la muestra poblacional y que fueron visitados por los encuestadores durante los seis meses que se presentan en este informe para la aplicación de las encuestas, entre 120 y 137 locales recibieron la encuesta de oferta y demanda, de estos entre 69 y 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

**Tabla 15: Datos generales de relevamiento**

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

### 9.1.2 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

El relevamiento se realizó a establecimientos turísticos de alojamiento. Dentro de los locales, se consideraron aquellos presentados en dos catastros proporcionados por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. De todos los locales visitados entre 101 y 69 respondieron la encuesta a lo largo de visitas mensuales realizadas a los locales de alojamiento. Esto es una respuesta de alrededor de 50% de locales aptos para contestar la encuesta.

La ficha de levantamiento de la encuesta se realizó en concordancia con la encuesta que periódicamente levanta por parte del Ministerio de Turismo. En efecto la construcción de la tasa de ocupación y la RevPar se realizó con la metodología del Ministerio de Turismo. La información referente a la encuesta de oferta se llenó con la revisión en campo del encargado de registrar la encuesta por parte de la Universidad de Cuenca y el encargado del hotel de los registros de ingresos y salidas de los turistas y además, de supervisiones en campo y telefónicas a los locales consultados. En los últimos cuatro meses se definió las categorías con estrellas, siendo cinco la mayor y dos estrellas la de menor categoría y en hostales se empieza con tres estrellas por último los meses de octubre a diciembre se incluyó una nueva categoría única pero esta no se registra como una sección de análisis por ser pequeña; sin embargo si se incluyen en los promedios totales. Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca

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

## 9.2 Principales indicadores de oferta turística

En lo que se refiere al análisis de las características de los establecimientos hoteleros se plantean los principales indicadores de ocupación por mes. Las categorías en el trimestre enero-marzo de 2017, para hoteles son: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y dos estrellas; para hostales son: hostales tres estrellas, hostales dos estrellas y hostales una estrella; por último existe, para pensiones una categoría única.<sup>8</sup> En esta sección del documento se presenta una tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel y un gráfico con la evolución de la tasa de ocupación. En este boletín se presenta información de Hostales y otros establecimientos, dentro de cada tabla se analizan la información para los tres meses investigados en el relevamiento.

### 9.2.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

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

**Tabla 16: Indicadores de oferta enero marzo: Categoría Total**

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 43,52	\$ 30,84	\$ 29,83	\$ 34,73
Porcentaje de huéspedes nacionales	75,46%	67,47%	69,54%	70,82%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	24,54%	32,53%	30,46%	29,18%
Tasa de ocupación	25,69%	28,41%	26,48%	26,86%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En el primer trimestre el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 67,47% y 75,46%, un promedio en el trimestre de 70,82%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje con valores que oscilan entre el 24,54% y el 32,53%; con un promedio de 29,18% (ver tabla 16). El mes que más extranjeros vienen es febrero.

El porcentaje de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 26,86% en promedio en el primer trimestre, el mes con menor tasa de ocupación fue enero. Esto puede explicar la variación de las tarifas, de \$43,52 a \$29,83 entre enero y marzo

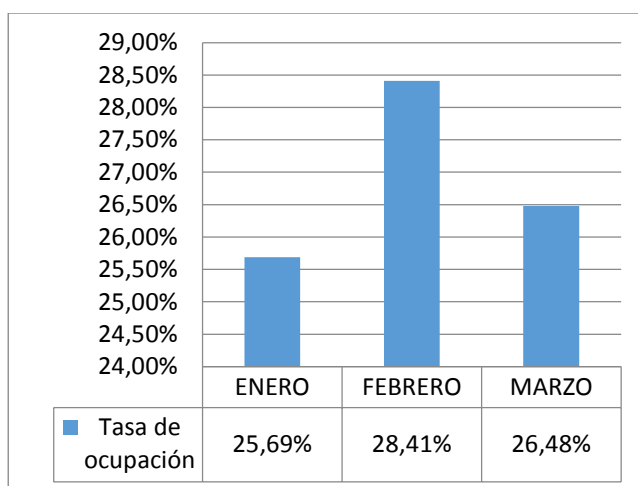
<sup>8</sup> Esta categoría se incluye en los totales promedio de los indicadores, más no se analiza la categoría única para pensiones, pues empezó a dividirse de esta forma, de acuerdo al catastro recibido para esta publicación, desde septiembre de 2016. Los cambios en el catastro también, en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la recategorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los meses.

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 es baja en el mes de enero, teniendo un repunte en el mes de Febrero y disminuyendo para el mes de marzo, haciendo que el promedio disminuya a 26,86%.

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

**Ilustración 48: Tasa de ocupación categoría: total**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

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

### 9.2.2 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

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

**Tabla 17: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría cinco estrellas**

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 126,17	\$ 59,38	\$ 57,38	\$ 80,97
Porcentaje de huéspedes nacionales	68,74%	52,89%	50,77%	57,47%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31,26%	47,11%	49,23%	42,53%
Tasa de ocupación	37,04%	53,22%	39,91%	43,39%

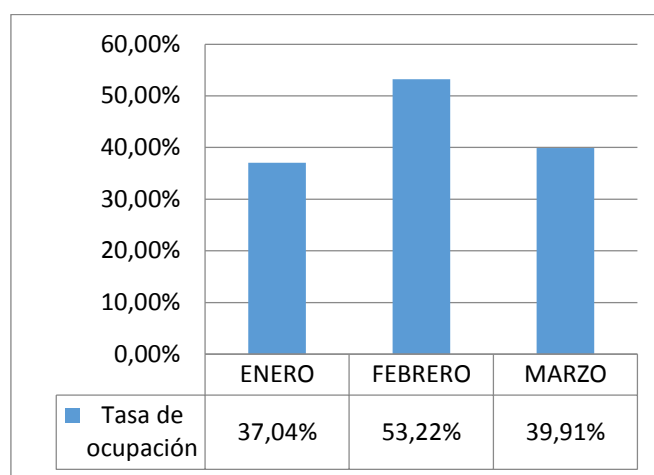
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cinco Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varía en valores que van entre 50,77% a 68,74%. Esto nos deja con una porcentaje promedio de

nacionales huéspedes de 57,47%. 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 \$57,38 y de \$126,17, en el mes de febrero se experimenta una fuerte disminución de dicha tarifa que podría deberse a la baja tasa de ocupación experimentado en el mes de enero lo que bajaría los precios o a promociones que se realizaron para captar más clientes (ver tabla 17).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca es alto en promedio (43,39%), con un repunte en el mes de febrero con una tasa de ocupación de 53,22%, mientras que el mes más bajo es enero con 37,04% (ver tabla 17). Como se puede observar los establecimientos hoteleros de cinco estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos.

**Ilustración 49: Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 9.2.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

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

**Tabla 18: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Cuatro Estrellas**

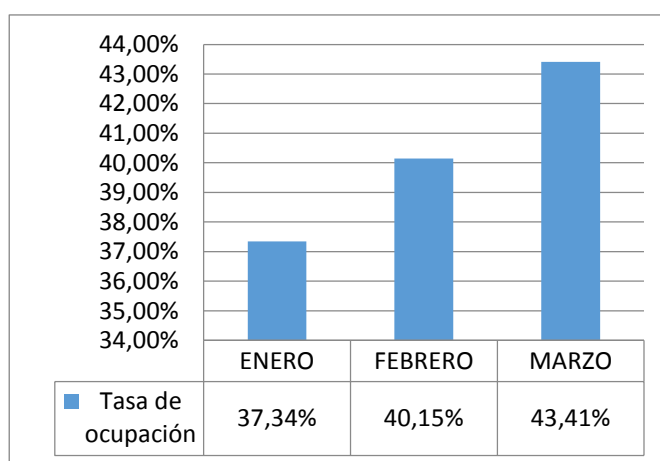
INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 105,63	\$ 51,02	\$ 44,25	\$ 66,96
Porcentaje de huéspedes nacionales	72,30%	59,23%	58,08%	63,20%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	27,70%	40,77%	41,92%	36,80%
Tasa de ocupación	37,34%	40,15%	43,41%	40,30%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 58% y 72,30%; con un promedio de 63,20% (Ver tabla 18). Como se puede observar en este tipo de establecimientos el porcentaje de nacionales es mayor que en la categoría Cinco Estrellas; esto se entiende por ser establecimientos con tarifas más accesibles. La tarifa promedio de una habitación en general durante este periodo enero-marzo es de \$66,96. Sin embargo al igual que en los establecimientos cinco estrellas, la tarifa experimenta una fuerte disminución en los meses de febrero y marzo que podría deberse a la baja tasa de ocupación experimentado en el mes de enero lo que bajaría los precios o a promociones que se realizaron para captar más clientes.

Según el cuadro 18, el porcentaje de ocupación en los establecimientos cuatro estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue desde valores poco mayores a 37% en el mes de enero. Siendo marzo el mes con mayor tasa de ocupación con 43,41%. Como se puede observar los hoteleros de Cuatro Estrellas tienen la más alta tasa de ocupación en el mes de marzo en comparación con el resto de establecimientos hoteleros.

**Ilustración 50: Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

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

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

**Tabla 19: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría: tres estrellas**

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 39,33	\$ 32,16	\$ 31,63	\$ 34,37
Porcentaje de huéspedes nacionales	89,45%	62,89%	68,94%	73,76%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	10,55%	37,11%	31,06%	26,24%
Tasa de ocupación	17,90%	19,61%	18,74%	18,75%

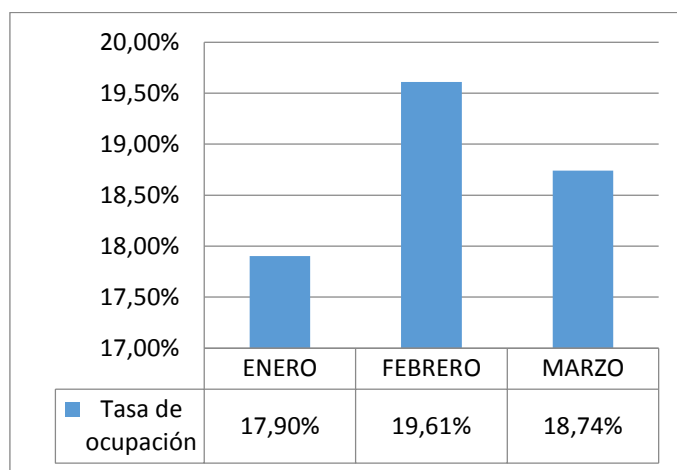
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles es en promedio de 73,76% con disminuciones en el mes de febrero, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles,

el porcentaje de nacionales es mayor pues tienen flujos menores de extranjeros. La tarifa general promedio de una habitación hasta marzo estuvo entre \$31,63 y \$39,33, con una tasa promedio en este trimestre de \$34,37.

La tasa de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fluctúa entre el 17,90% y 19,61%, siendo enero el mes de menor tasa de ocupación de esta categoría llegando a 17,90% de ocupación. En promedio la tasa de ocupación fue del 18,75%

**Ilustración 51: Tasa de ocupación categoría: tres estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

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

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

**Tabla 20: Indicadores de oferta enero- marzo: Categoría: dos estrellas**

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
Tarifa promedio habitación general	\$ 28,53	\$ 26,00	\$ 25,89	\$ 26,81
Porcentaje de huéspedes nacionales	68,12%	55,83%	57,39%	60,45%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31,88%	44,17%	42,61%	39,55%
Tasa de ocupación	24,97%	29,11%	25,39%	26,49%

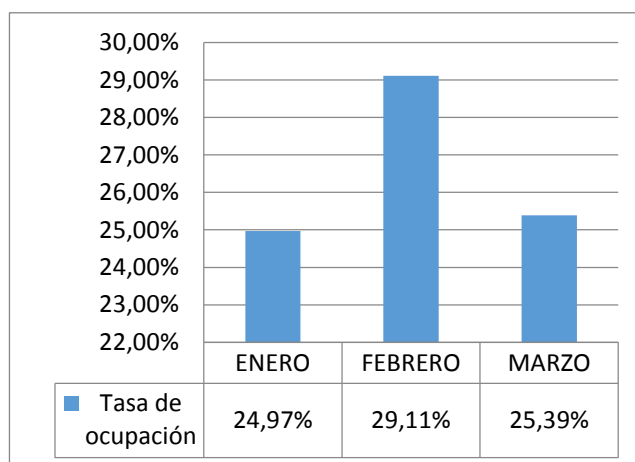
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos estrellas el mayor porcentaje de nacionales se daba en el mes de enero, fluctuando alrededor del 68,12%. En los siguientes meses se experimenta disminuciones de los valores siendo el porcentaje promedio de huéspedes nacionales el 60,45%. En el mes de febrero el porcentaje de extranjeros sube a 44,17%.

La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en promedio en 26,81 dólares. Esta tarifa es menos fluctuante en comparación con las categorías de establecimiento anteriores. Con respecto a la tasa de

ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca en esta categoría, mantuvo fluctuaciones bajas, siendo enero el mes de más baja ocupación con 24,97%, el mes de mayor ocupación fue febrero. La ocupación promedio del trimestre está en 26,49%.

**Ilustración 52: Tasa de ocupación categoría: dos estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 9.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

#### 9.3.1 Hostales Tres Estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
Tarifa promedio habitación general	\$ 34,80	\$ 34,05	\$ 34,05	\$ 34,30
Porcentaje de huéspedes nacionales	79,53%	91,77%	93,52%	88,27%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	20,47%	8,23%	6,48%	11,73%
Tasa de ocupación	25,16%	30,81%	27,63%	27,87%

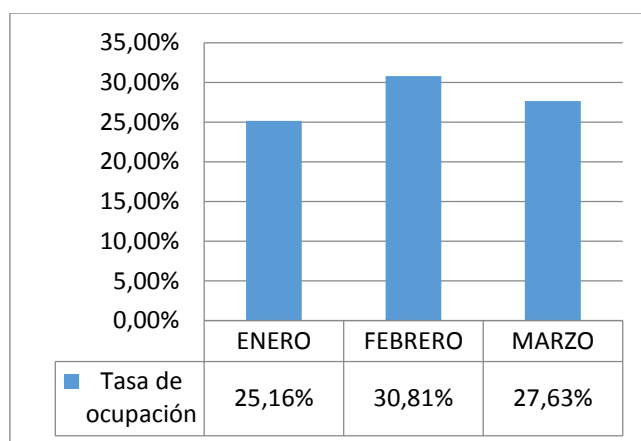
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 88,27%; siendo marzo el mes de mayor porcentaje de hospedados y enero fue el mes con menor porcentaje con 79,53%. La tarifa promedio en estos establecimientos, durante el trimestre enero marzo fue de \$34,30 dólares. La tarifa es muy estable manteniéndose alrededor de \$34.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca fue de valores bajos en el mes de enero, al igual que el resto de establecimientos hoteleros con 25,16%, Como se puede observar los hostales tres

estrellas tienen tasa de ocupación promedio hotelera mayor que el resto de establecimientos categoría hostales con 27,87%.

**Ilustración 53: Tasa de Ocupación categoría: Hostal tres estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 9.3.2 Hostales dos estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 15,66	\$ 18,51	\$ 17,94	\$ 17,37
Porcentaje de huéspedes nacionales	84,45%	88,62%	87,69%	86,92%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	15,55%	11,38%	12,31%	13,08%
Tasa de ocupación	14,39%	32,75%	31,58%	26,24%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

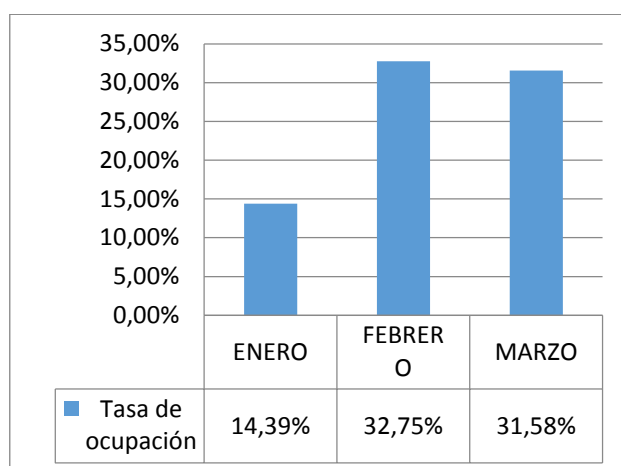
En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados es bastante alto con valores sobre el 84,45% en enero hasta el 88,62% de febrero. El promedio de nacionales es de 86,92% en esta categoría.

La tarifa general promedio del trimestre enero marzo es de \$17,37, el mes que menor tarifa tiene enero con \$15,66 y el mes con mayor valor es febrero con \$18,51.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue la más baja en enero con 14,39%. La tasa de ocupación promedio de esta categoría fue de 26,24%.



**Ilustración 54: Tasa de ocupación categoría: Hostales dos estrellas**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

### 9.3.3 Hostales una estrella

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

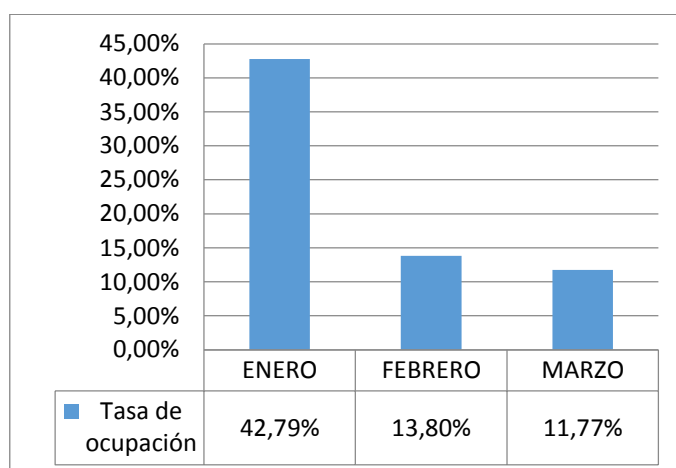
**Tabla 23: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Una Estrella**

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Tarifa promedio habitación general	\$ 19,75	\$ 25,96	\$ 26,00	\$ 23,90
Porcentaje de huéspedes nacionales	85,96%	36,64%	36,84%	53,15%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	14,04%	63,36%	63,16%	46,85%
Tasa de ocupación	42,79%	13,80%	11,77%	22,78%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales una estrella, el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 53,15%, siendo el mes con menos nacionales hospedados febrero con 36,64% y el mes con mayor porcentaje es enero con 85,96%. La tarifa promedio por habitación general fluctúa entre \$19,75 y \$26, con promedio de \$23,90 en el trimestre enero marzo. El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas hostales una estrella disminuye drásticamente en los meses febrero a marzo hasta llegar a 11,77%.

**Ilustración 55: Tasa de ocupación categoría: Hostal una estrella**



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

#### 9.4 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 infomación para construirla de esta forma se usó la fórmula de los ingresos totales del establecimiento (ventas) de alojamiento dividido para el número total de habitaciones disponibles.

**Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar**

Promedio por tipo de establecimientos

Enero-Marzo

Categoría establecimiento	Meses			Promedio Trimestre
	ENERO	FEBRERO	MARZO	
	Media	Media	Media	
Total	\$ 13,67	\$ 12,14	\$ 14,75	\$ 13,52
Hotel Cinco estrellas	\$ 30,50	\$ 27,83	\$ 17,20	\$ 25,17
Hotel Cuatro estrellas	\$ 30,47	\$ 16,16	\$ 13,70	\$ 20,11
Hotel Tres estrellas	\$ 15,98	\$ 6,16	\$ 5,96	\$ 9,37
Hotel Dos estrellas	\$ 10,47	\$ 7,53	\$ 38,89	\$ 18,96
Hostal Tres estrellas	\$ 11,28	\$ 13,97	\$ 11,30	\$ 12,19
Hostal Dos estrellas	\$ 4,39	\$ 20,69	\$ 23,66	\$ 16,25
Hostal Una estrellas	\$ 7,36	\$ 7,33	\$ 7,06	\$ 7,25

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística  
Elaborado por GIER

Como se observa en el Cuadro 24 la RevPar varía de \$12,14 en febrero a \$14,75 en marzo siendo este el mes que mayor tarifa RePar tuvo. El promedio del total de establecimientos en el trimestre enero-marzo es de 13,52 dólares.

Siendo los establecimientos de cinco estrellas los que mayor RevPar tienen un promedio de \$25,17 en el trimestre. Desde aquí los valores van bajando sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles llegando a \$9,37 los de tres estrellas. Sube el valor un poco en los hoteles dos estrellas y hostales de tres y dos con alrededor de \$18, \$12 y \$16 respectivamente. En promedio los hostales una estrella presentan una tarifa RevPar menor en comparación con las anteriores con \$7,25.

## 10. Bibliografía

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

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

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

MINTUR. (2015b). Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización - Portal Servicios MINTUR. Retrieved April 11, 2017, from <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/perfiles-del-turista-por-mercados-de-acuerdo-a-la-priorizacion/4>

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

UNWTO. (2017). Sustained growth in international tourism despite challenges, 15. Retrieved from [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom17\\_01\\_january\\_excerpt\\_.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_01_january_excerpt_.pdf)

## 11. Anexos

### ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL TRIMESTRE ENERO – MARZO 2017

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)
Terminales	707
Aeropuerto	459
Hoteles	599