

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN TRES PRIMER SEMESTRE DE 2018

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Agosto 2018



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda
Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

1. PRESENTACIÓN INFORME SEMESTRAL ENERO-JUNIO DEL AÑO 2018

El presente estudio es un análisis del levantamiento de información primaria de turismo en el Cantón Cuenca. La Fundación Municipal Turismo para Cuenca en conjunto con la Universidad de Cuenca realizan dicho levantamiento de información de estadísticas de demanda y oferta de turismo en el cantón Cuenca. El presente informe corresponde al primer trimestre de de 2018, de enero a junio. Las dos instituciones vienen levantando la información desde 2016 por lo que en este documento se compara los semestres de tres años; 2016, 2017 y 2018.

El informe se divide en dos capítulos; en el primer capítulo se realiza el análisis del primer trimestre de 2018, en lo que respecta a demanda se realizó el levantamiento de información para el perfil del turista en una semana tipo y una semana de feriado, por lo que el informe de demanda se lo realizó comparando las dos; en oferta se realiza un análisis del primer trimestre de las estadísticas levantadas en establecimientos de alojamiento y comparándolo con los primeros trimestres de los años 2016 y 2017. En el segundo capítulo se realiza un análisis del primer semestre de 2018 y se lo compara, cuando se requiere con los primeros dos trimestres de los años 2016 y 2017.

El estudio, en ambos capítulos se lo realiza con respecto a dos aspectos, la Demanda Turística del cantón Cuenca y la Oferta Turística de establecimientos de alojamiento en el Cantón.

Con respecto a la Demanda Turística en el Cantón Cuenca, a pesar de contar con un perfil relativamente estable del turista que visita la ciudad de Cuenca, el poder contar con periodos similares de análisis en el año 2017 permite identificar con mayor facilidad patrones estacionales que caracterizan la actividad turística en el Cantón durante el primer semestre de 2018. Así, por ejemplo, en el segundo trimestre del año 2018, hubo una mayor presencia de visitantes latinoamericanos (36.64%), dato similar al obtenido en el mismo parcial del año 2017 (con una proporción del 33.17%). Por otro lado, el arribo de turistas norteamericanos es menor para el trimestre abril-junio (de 36.21% en el primer trimestre a 30.27% en el segundo trimestre del año 2018), proporción relativamente similar a lo obtenido en el segundo trimestre del año 2017 (28.37%), por lo que se podría concluir que es esperable que en el segundo trimestre del año, se perciba un incremento de alrededor de 6 puntos porcentuales en el flujo de países vecinos a la vez que una reducción de similar magnitud en el grupo mayoritario extranjero proveniente de América del Norte.

Sin embargo, aún es posible identificar variaciones en otros indicadores interanuales, por ejemplo, en el año 2018 la ciudad recibió un mayor número de turistas con educación superior y que laboran como profesionales que en el año 2017 durante el mismo periodo. Asimismo, se indica un incremento sustancial en el segundo trimestre en la motivación de visita orientada a los recursos naturales con respecto a lo encontrado en la primera parte del año. A su vez, también se puede apreciar un incremento entre los turistas extranjeros recreativos que prefieren un establecimiento hotelero con respecto tanto al primero como al segundo semestre de 2018 en comparación con los resultados obtenidos en el año 2017.

A pesar de ello, el porcentaje de turistas extranjeros que prefiere establecimientos hoteleros tiene a mantenerse estable entre los primeros y segundos trimestres de los años 2017 y 2018. Esto

sugiere un patrón estacional que podría ser de utilidad para la planificación y promoción turísticas. Situación similar se puede apreciar en la duración de la estancia que también se encuentra estabilizada en 3 días (2 noches) para el grupo mayoritario compuesto por turistas recreativos. Adicionalmente, los resultados revelan que a pesar de que hay una recuperación del 15% en el gasto diario por persona en este segundo trimestre, al compararlo con el dato obtenido en el mismo periodo del año 2017 revela una reducción del 23% en este rubro lo cual puede ser explicado por diversas razones coyunturales en el cuerpo del informe.

La estabilidad presentada tanto por el perfil como el comportamiento del turista nacional es un punto destacable de este periodo. A pesar de que se presentan variaciones porcentuales menores existen muy pocos puntos de discrepancia entre los datos interanuales tanto en el primer como en el segundo trimestre. Uno de los destacables corresponde a una recuperación en el gasto diario personal tanto con respecto al primer trimestre como al segundo trimestre del año anterior lo cual es una buena noticia porque sugiere que ciertos factores colaterales que limitaban el quehacer turístico en el año pasado ya no son tan relevantes.

Los resultados estables vuelven a aparecer, salvo pequeñas variaciones porcentuales en algunos indicadores al analizar el comportamiento del turista en establecimientos hoteleros tanto en el periodo interanual como en el intertrimestral lo que proporciona una idea de la robustez del estudio.

En lo que respecta a la oferta turística se levantan estadísticas en establecimiento de alojamiento sobre tarifa promedio por habitación, porcentaje de nacionales y extranjeros hospedados, porcentaje de ocupación y tarifa Revpar.

La Tarifa Promedio Habitación General presenta un comportamiento estable en la Categoría Total, manteniéndose con valores ligeramente superiores a los 30 dólares, siendo la más baja en enero con \$ 30.38 y la más alta en junio con \$ 33.27. Estos valores son parecidos a los reportados en el año 2017 excepto en enero mes en el que, como ya se indicó la tarifa en 2018 fue de \$ 30.38 en tanto que par 2017 fue de \$43.5.

En lo que respecta a la oferta turística se realizaron levantamientos mensuales de ocupación con los siguientes resultados. En lo que respecta a tasa de ocupación categoría total, se puede observar que los meses de febrero y marzo son los que mayor porcentaje de ocupación tienen con 44% y 40% respectivamente. El mes de junio es el mes que menor tasa de ocupación presenta con un 35.7%. Sin embargo, las tasas de ocupación presentan valores mayores a iguales meses del año anterior, excepto junio, que es ligeramente inferior al mismo mes del año 2017; el mes de junio, como ya se indicó, tiene 35.7% que es inferior al 36.8% de 2017.

En lo que se refiere al porcentaje de nacionales y extranjeros que se registran en los establecimientos de alojamiento del cantón Cuenca, la mayor parte son nacionales con valores que varían entre el 72.9% en febrero y el 79% en el mes de mayo.

El comportamiento de estos tres indicadores varía dependiendo de la categoría. Si se refiere a Tarifa Promedio General en Hoteles Cinco Estrellas, los valores son mayores a los 80 dólares. El valor de la tarifa promedio va disminuyendo conforme la categoría del hotel disminuye sin embargo los datos son bastante estables en cada categoría a excepción de Hostal una estrella que presenta valores ocupación mayores al 365 todos los meses excepto el mes de junio que presenta una caída brusca al 29.6%.

La Tarifa RevPar (Revenue per Available Room) en Categoría Total presenta un promedio de \$ 10.94 en el primer trimestre del año y un promedio de \$ 12.87 en el segundo trimestre de 2018. En la Categoría Cinco Estrellas se puede observar valores mayores con un promedio de \$ 51.85 en el trimestre enero marzo y un promedio de \$48.12 en el trimestre abril-junio de 2018. Dicha Tarifa RevPar va disminuyendo conforme la categoría de los hoteles disminuye; por ejemplo, en la Categoría tres estrellas, para el segundo trimestre de 2018 es en promedio de \$26.74, para la Categoría Hotel tres Estrellas es de \$11.39 y para la Categoría Hotel dos Estrellas el valor disminuye a \$ 8.31 para el mismo segundo trimestre de 2018. En lo que respecta a Hostales tienen el mismo comportamiento; para el segundo trimestre de 2018 en Hostales tres Estrellas, Hostales dos Estrellas y Hostales una Estrella los valores de Tarifa RevPar son \$ 12.97, \$ 8.19, \$ 7.50 respectivamente.

CONTENIDO

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | PRESENTACIÓN INFORME SEMESTRAL ENERO-JUNIO DEL AÑO 2018 | 2 |
| | CAPÍTULO UNO..... | 9 |
| 2. | La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca | 14 |
| 2.1 | Metodología del Estudio | 14 |
| 2.1.1 | ¿Quiénes Participaron en el Estudio? | 14 |
| 2.1.2 | ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio? | 15 |
| 2.1.3 | ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? | 16 |
| 3. | El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal y en una semana de feriado..... | 17 |
| 3.1 | El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal..... | 17 |
| 3.1.1 | Características Socio Demográficas del Turista Extranjero | 17 |
| 3.1.2 | Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca | 23 |
| 3.1.3 | Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 25 |
| 3.1.4 | La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 27 |
| 3.1.5 | Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca | 33 |
| 3.1.6 | Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal | 37 |
| 3.2 | El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado..... | 38 |
| 3.2.1 | Características sociodemográficas: | 38 |
| 3.2.2 | Motivación del turista: | 40 |
| 3.2.3 | Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:..... | 41 |
| 3.2.4 | Costo de la estancia: | 42 |
| 3.2.5 | Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad..... | 43 |
| 4. | El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal y semana de feriado | 44 |
| 4.1 | El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal | 44 |
| 4.1.1 | Características Socio Demográficas del Turista Nacional..... | 44 |
| 4.1.2 | Motivación del Turista..... | 49 |
| 4.1.3 | Organización del Viaje..... | 52 |
| 4.1.4 | La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca en una semana normal | 54 |
| 4.1.5 | Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal . | 59 |

| | | |
|-------|---|----|
| 4.1.6 | Perfil del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en semana normal..... | 63 |
| 4.2 | El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado | 65 |
| 4.2.1 | Características sociodemográficas: | 65 |
| 4.2.2 | Motivación del turista: | 67 |
| 4.2.3 | Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:..... | 67 |
| 4.2.4 | Costo de la estancia: | 68 |
| 4.2.5 | Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad..... | 69 |
| 5. | El turista que usa Establecimientos Hoteleros..... | 71 |
| 5.1 | Edad, Género y Procedencia | 71 |
| 5.2 | Estado Civil y Ocupación de Turista | 74 |
| 5.3 | Organización del Viaje y Motivación | 75 |
| 5.4 | Medios de Información Utilizados | 77 |
| 5.5 | Duración de la Estancia | 78 |
| 5.6 | Gasto Personal Diario durante la estadía..... | 79 |
| 5.7 | Medio de transporte utilizado | 80 |
| 6. | La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca | 81 |
| 6.1 | Metodología del estudio | 81 |
| 6.1.1 | ¿Quiénes Participaron en el estudio? | 81 |
| 6.1.2 | ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? | 82 |
| 6.1.3 | Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca | 82 |
| 6.2 | Principales indicadores de oferta turística..... | 83 |
| 6.2.1 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total..... | 83 |
| 6.2.2 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas..... | 85 |
| 6.2.3 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas | 87 |
| 6.2.4 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas..... | 88 |
| 6.2.5 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera | 91 |
| 6.2.6 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales | 93 |
| | <i>Hostales Tres Estrellas</i> | 93 |
| | <i>Hostales dos estrellas</i> | 95 |
| | <i>Hostales una estrella</i> | 97 |
| 6.2.7 | Tarifa RevPar | 99 |

| | | |
|--------------------|---|-----|
| 7. | Bibliografía | 101 |
| 8. | Anexos..... | 102 |
| CAPÍTULO DOS | | 107 |
| 9. | La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca | 111 |
| 9.1 | Metodología del Estudio | 111 |
| 10. | El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 111 |
| 10.1 | El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal..... | 111 |
| 10.1.1 | Características Socio Demográficas del Turista Extranjero | 111 |
| 10.1.2 | Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca | 117 |
| 10.1.3 | Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 121 |
| 10.1.4 | La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 123 |
| 10.1.5 | Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca | 128 |
| 10.1.6 | Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en semana normal ... | 133 |
| 11. | El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca | 134 |
| 11.1 | El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal | 134 |
| 11.1.1 | Características Socio Demográficas del Turista Nacional..... | 134 |
| 11.1.1 | Motivación del Turista..... | 140 |
| 11.1.2 | Organización del Viaje..... | 143 |
| 11.1.3 | La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca en una semana normal | 145 |
| 11.1.4 | Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal | 151 |
| 11.1.5 | Perfil del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en semana normal..... | 156 |
| 12. | El turista que usa Establecimientos Hoteleros..... | 157 |
| 12.1 | Edad, Género y Procedencia | 157 |
| 12.1 | Estado Civil y Ocupación de Turista | 161 |
| 12.2 | Organización del Viaje y Motivación | 162 |
| 12.3 | Medios de Información Utilizados | 165 |
| 12.4 | Duración de la Estancia | 166 |
| 12.5 | Gasto Personal Diario durante la estadía..... | 167 |
| 12.6 | Medio de transporte utilizado | 168 |
| 13. | La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca..... | 170 |
| 13.1 | Principales indicadores de oferta turística..... | 171 |

| | | |
|--------|--|------------|
| 13.1.1 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total..... | 171 |
| 13.1.2 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas..... | 173 |
| 13.1.3 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas | 175 |
| 13.1.4 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas..... | 177 |
| 13.1.5 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera | 179 |
| 13.1.6 | Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales | 181 |
| | <i>Hostales Tres Estrellas</i> | <i>181</i> |
| | <i>Hostales dos estrellas</i> | <i>183</i> |
| | <i>Hostales una estrella</i> | <i>185</i> |
| 13.1.7 | Tarifa RevPar | 187 |
| 14. | Anexos | 189 |

CAPÍTULO UNO
PRIMER TRIMESTRE ENERO
MARZO 2018
ESTUDIO DE LA DEMANDA Y
OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD
DE CUENCA



Tabla de Ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca | 17 |
| Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca..... | 18 |
| Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene..... | 18 |
| Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene | 19 |
| Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 20 |
| Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca | 21 |
| Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero | 21 |
| Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero..... | 22 |
| Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca | 23 |
| Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca | 24 |
| Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional | 25 |
| Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional..... | 25 |
| Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca | 26 |
| Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo | 26 |
| Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero | 28 |
| Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro | 32 |
| Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero | 34 |
| Ilustración 18: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero | 35 |
| Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero | 36 |
| Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca..... | 36 |
| Ilustración 21: Comparación características sociodemográficas del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado..... | 39 |
| Ilustración 22: Comparación motivación del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado..... | 41 |
| Ilustración 23: Comparación de la organización del viaje, tipo de alojamiento y duración de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado.... | 42 |
| Ilustración 24: Comparación del costo de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado | 42 |
| Ilustración 25: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero | 43 |
| Ilustración 26: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca..... | 44 |
| Ilustración 27: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca | 45 |
| Ilustración 28: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca | 46 |
| Ilustración 29: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca | 47 |
| Ilustración 30: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca | 47 |
| Ilustración 31: Sector Económico en que labora el Turista Nacional..... | 48 |
| Ilustración 32: Con quién vive el Turista Nacional | 49 |
| Ilustración 33: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca | 50 |
| Ilustración 34: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca | 51 |
| Ilustración 35: Medios de Información utilizados por el turista nacional..... | 52 |
| Ilustración 36: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional..... | 52 |

| | |
|--|----|
| Ilustración 37: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca..... | 53 |
| Ilustración 38: Número de Personas en el Grupo | 53 |
| Ilustración 39: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional | 54 |
| Ilustración 40: Composición del gasto total turístico por rubro | 58 |
| Ilustración 41: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional..... | 59 |
| Ilustración 42: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional..... | 60 |
| Ilustración 43: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero | 62 |
| Ilustración 44: Recomendabilidad del Destino Cuenca..... | 62 |
| Ilustración 45: Comparación características sociodemográficas del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado | 66 |
| Ilustración 46: Comparación de la motivación del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado..... | 67 |
| Ilustración 47: Comparación de la organización del viaje, tipo de alojamiento y duración de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado..... | 68 |
| Ilustración 48: Comparación del costo de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado | 69 |
| Ilustración 49: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional | 70 |
| Ilustración 50: Procedencia del Turista en el Hotel..... | 71 |
| Ilustración 51: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones..... | 72 |
| Ilustración 52: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene | 73 |
| Ilustración 53: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero | 73 |
| Ilustración 54: Edad del turista en el hotel | 74 |
| Ilustración 55: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero..... | 74 |
| Ilustración 56: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero | 75 |
| Ilustración 57: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero | 75 |
| Ilustración 58: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero | 76 |
| Ilustración 59: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña..... | 76 |
| Ilustración 60: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros | 77 |
| Ilustración 61: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista | 77 |
| Ilustración 62: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles..... | 78 |
| Ilustración 63: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel..... | 79 |
| Ilustración 64: Gasto Personal Diario durante la estadía | 79 |
| Ilustración 65: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista..... | 80 |
| Ilustración 66: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad | 80 |
| Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-marzo 2016, 2017 y 2018 | 84 |
| Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-marzo 2016, 2017 y 2018 | 84 |
| Ilustración 69: Tarifa promedio habitación general, categoría cinco estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 86 |
| Ilustración 70: Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 86 |
| Ilustración 71: Tarifa promedio habitación general, categoría cuatro estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 88 |
| Ilustración 72: Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018.... | 88 |

| | |
|---|-----|
| Ilustración 73: Tarifa promedio habitación general, categoría tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 90 |
| Ilustración 74: Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 90 |
| Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general, categoría dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 92 |
| Ilustración 76: Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 92 |
| Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 94 |
| Ilustración 78: Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 94 |
| Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 96 |
| Ilustración 80: Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 96 |
| Ilustración 81: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales una estrella: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 98 |
| Ilustración 82: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero-marzo 2016, 2017 y 2018..... | 98 |
| Ilustración 83: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional..... | 102 |
| Ilustración 84: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional..... | 102 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero..... | 22 |
| Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje..... | 27 |
| Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento..... | 29 |
| Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero..... | 29 |
| Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero..... | 30 |
| Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero..... | 31 |
| Tabla 7: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero en una semana normal vs semana de feriado..... | 43 |
| Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional..... | 49 |
| Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje..... | 54 |
| Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional..... | 55 |
| Tabla 11: Duración de la estancia del Turista Nacional..... | 56 |
| Tabla 12: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional..... | 56 |
| Tabla 13: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional..... | 57 |
| Tabla 14: Comparación de la percepción de los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero vs Nacional..... | 61 |
| Tabla 15: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional..... | 69 |
| Tabla 16: Origen de los datos relevamiento: enero-marzo 2018..... | 81 |
| Tabla 17: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-marzo 2018..... | 82 |
| Tabla 18: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Total..... | 83 |
| Tabla 19: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría cinco estrellas..... | 85 |
| Tabla 20: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Cuatro Estrellas..... | 87 |
| Tabla 21: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría: tres estrellas..... | 89 |
| Tabla 22: Indicadores de oferta enero- marzo: Categoría: dos estrellas..... | 91 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 23: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Tres Estrellas | 93 |
| Tabla 24: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Dos Estrellas | 95 |
| Tabla 25: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Una Estrella | 97 |
| Tabla 26: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar | 99 |
| Tabla 27: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero..... | 103 |
| Tabla 28: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional | 103 |
| Tabla 29: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero | 104 |
| Tabla 30: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional..... | 104 |
| Tabla 31: Perfil del Turista Extranjero | 105 |
| Tabla 32: Perfil del Turista Nacional..... | 106 |

2. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

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

2.1 Metodología del Estudio

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se hizo necesario el levantamiento de información primaria vía aplicación de encuestas personales a los visitantes a la ciudad de Cuenca. Dicha encuesta fue sometida a un riguroso proceso de depuración previamente a su aplicación definitiva.

2.1.1 ¿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.

2.1.2 ¿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.
- 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.

2.1.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

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

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

Por último, 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.

Finalmente, el análisis del estudio de demanda se divide en tres secciones la primera y segunda sección hace referencia al análisis de indicadores de demanda turística para turistas extranjeros y nacionales, dividido a su vez en los resultados del relevamiento de una semana normal y de una semana en feriado de Carnaval; y la tercera sección se presenta el análisis de los indicadores de demanda en relevamiento en establecimientos hoteleros.

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

3. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal y en una semana de feriado

3.1 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal

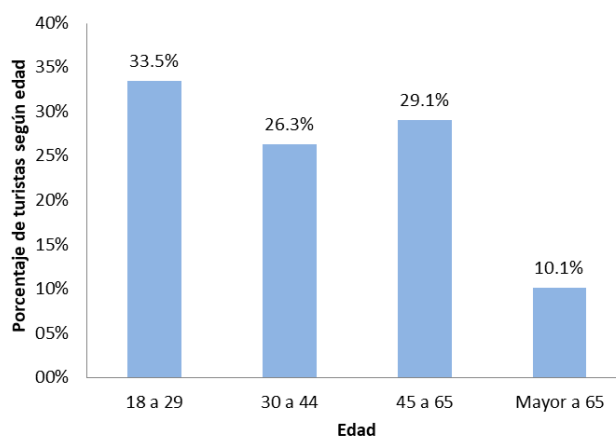
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 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 la Ilustración 1, hay una mayor concentración de visitantes con edades entre 18 a 29 años (33.5%), y quienes tienen una edad entre 45 y 65 años (29.1%). Hubo una menor proporción de turistas en edades comprendidas entre 30 a 44 años 26.3%, mientras que la presencia de visitantes considerados adultos mayores es alrededor del 10.1%. Esto indica que el turista que visita Cuenca se caracteriza como un adulto contemporáneo. A diferencia de la proporción mayoritaria que visitó la ciudad de Cuenca en el primer trimestre del año 2017, que fue el grupo de turistas con edad comprendida entre 45 a 65 años de edad (35.5%).

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación en el trimestre enero-marzo revelan una media de 40.81 años y una mediana de 36 años.

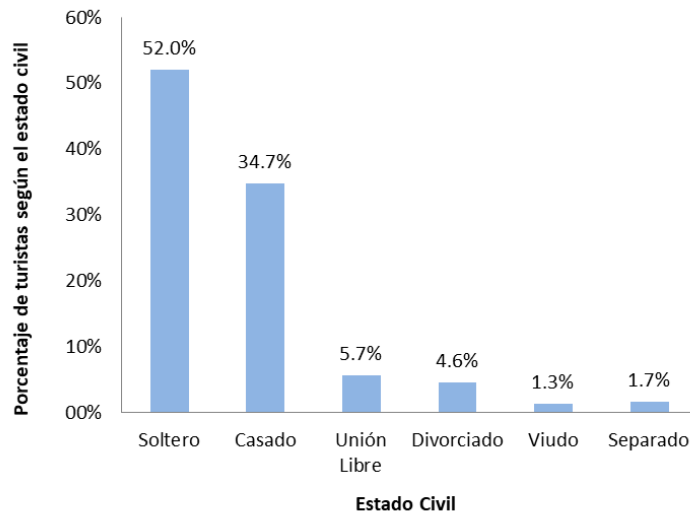
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 2, se observa que los visitantes extranjeros son mayoritariamente solteros (52%); los turistas casados representan el 34.7% del total de turistas extranjeros. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. Si comparamos con los hallazgos obtenidos en primer trimestre del año 2017, los resultados indican que hubo un incremento de turistas que son solteros (de 40.9% en el primer trimestre 2017 a 52% en 2018) en detrimento de visitantes casados (de 45.6% en 2017 a 34.7%). Hecho que va de la mano con la reducción en la edad promedio de los visitantes extranjeros.

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



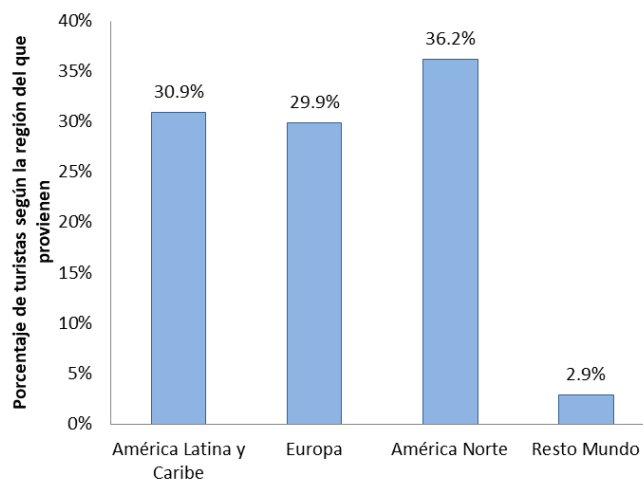
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, el relevamiento arrojó una mayor proporción de varones 60.2%, versus un 39.8% de mujeres, lo que revela una mayor presencia de turistas varones en relación al año 2017 en el mismo periodo (54.8%).

3.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de diversas partes del mundo. En el primer trimestre año 2018, hubo una mayor presencia de visitantes norteamericanos (canadienses y estadounidenses), con una proporción de 36.2%, pero en menor proporción en comparación con el 42.5% de turistas que arribaron en el primer trimestre del año 2017. El 30.9% vino desde varios países de América Latina, el 29.9% de Europa (8.7% más que en el año 2017 en el mismo periodo) y un 2.9% del resto del mundo (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene



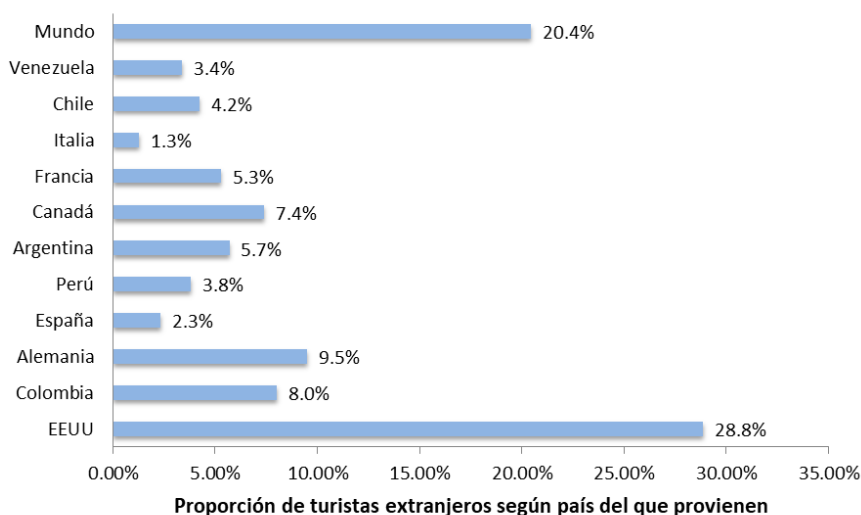
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once nacionalidades extranjeras representan alrededor del 79.58% de turistas que visitaron la ciudad en el trimestre enero-marzo del año 2018. Entre los países de origen de la mayor parte de turistas se encuentran: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia e Italia de la región europea; Estados Unidos y Canadá de la región de Norte América.

En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común está compuesta por estadounidenses (28.8%); en la misma ubicación que en el primer trimestre del año 2017 (35.5%), pero en menor proporción. Luego se encuentran, aunque en proporciones bastante menores, los turistas alemanes (9.5%) y colombianos (8%), canadienses (7.4%), argentinos (5.7%) y turistas franceses (5.3%). La presencia de turistas españoles, peruanos, italianos, chilenos y venezolanos es menos del 5% cada caso.

Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo no es nada desdeñable (20.4%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Dicha proporción se encuentra impulsada por un ingreso de turistas especialmente de Inglaterra, Brasil y Holanda.

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

Los visitantes estadounidenses provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional como Nueva York, Boston, Chicago, o Queens. Los turistas provenientes de Colombia, son residentes de ciudades como Bogotá, Cali y Medellín. Los turistas alemanes provienen, principalmente, de Berlín y Múnich; los visitantes argentinos de la ciudad de Buenos Aires; turistas canadienses provienen de la ciudad de Toronto; visitantes chilenos de la ciudad de Santiago de Chile; turistas peruanos de la capital, Lima.

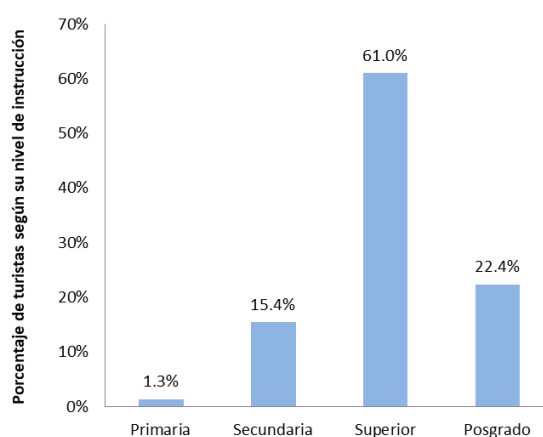
3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

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 que buscan desarrollar en el cantón.

Con respecto a la educación y situación laboral, la Ilustración 5 revela que el turista extranjero que visita la ciudad tiene un nivel de instrucción superior (61%), proporción que se incrementó en 5.4% más que los visitantes con el mismo nivel de educación en el año 2017. Un 22.4% de turistas extranjeros tienen estudios de postgrado, y labora mayoritariamente como profesional independiente (28.5%) como se aprecia en la Ilustración 6. Los hallazgos indican que hubo una menor proporción de turistas que laboran como profesionales independientes en comparación con el primer trimestre del año 2017 (53.3%), a favor de un incremento en aquellos que indican laborar en otro tipo de profesión, en el periodo 2018 (26.6%); dichos visitantes indican laborar como docentes, médicos, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan ser no significativos a nivel individual.

A la par, se evidencia que aquellos turistas que laboran en el sector público de sus respectivos países son el 13.9%. El flujo de turistas que laboran como administradores es del 9%, como comerciantes 7.5%, y como directores un 6.7%. Existe un porcentaje de 4.5% y 3.4% de turistas que trabajan como técnicos u obreros respectivamente (ver Ilustración 6).

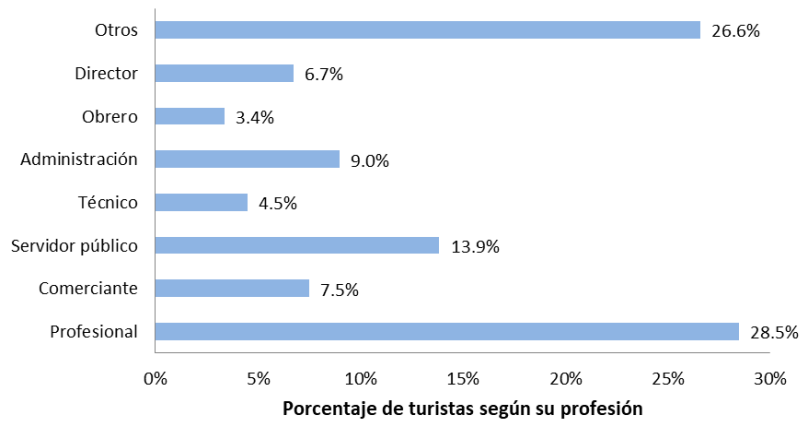
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

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

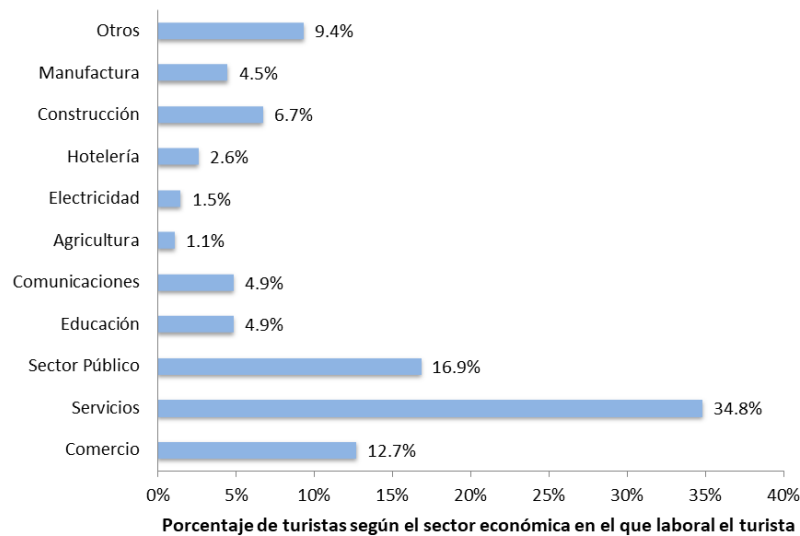


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Para concluir esta sección, debemos indicar que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedica a actividades de servicios profesionales (34.8%); seguidas por el sector público y comercio (16.9% y 12.7% respectivamente). Por tanto, se observa una disminución de turistas que laboran en el sector servicios profesionales en relación al primer trimestre del año 2017 (49.4%), y un incremento de turistas que laboran en el sector público (10.8% en enero-marzo 2017 frente al 16.9% en el mismo periodo 2018).

La proporción de turistas que laboran en el sector de construcción representan el 6.7%. Los turistas que laboran en el sector educación y comunicaciones en sus respectivos países, es el 4.9% en cada caso. De aquellos turistas que laboran en otros sectores económicos (9.4%), un 24% laboran en el sector salud y el restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero

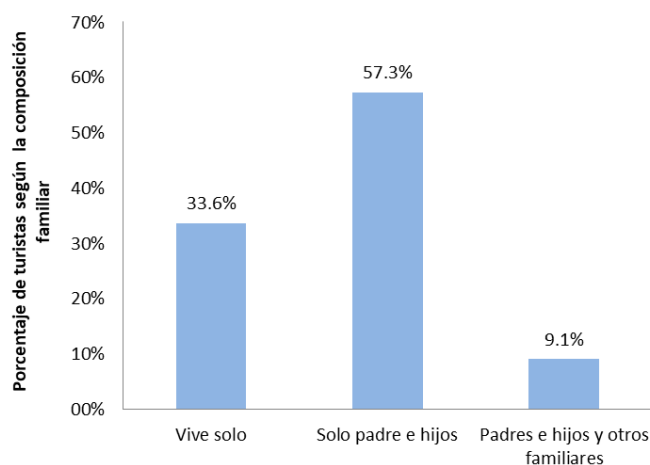


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 8, en esta primera parte del año, el 57.3% de turistas extranjeros viven únicamente entre padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por los turistas que viven solos 33.6%. Aquellos turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares representan el 9.1% de visitantes. Se observa un incremento de 9.7 puntos porcentuales en la proporción de turistas que viven solos en el primer trimestre 2018 frente al 2017 (23.9%), en detrimento de una disminución de visitantes que viven en un hogar entre padres e hijos (64.1% en 2017 a 57.3% en 2018).

Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 | UNIÓN LIBRE | CASADO | SEPARADO | DIVORCIADO | VIUDO | |
| Vive Solo | 26.8% | 0.6% | 1.9% | 0.4% | 2.7% | 1.1% | 33.6% |
| Solo padre e hijos | 18.0% | 4.7% | 31.9% | 0.8% | 1.9% | 0.0% | 57.3% |
| Padres e hijos y otros familiares | 7.0% | 0.4% | 1.1% | 0.4% | 0.0% | 0.2% | 9.1% |
| Total | 51.8% | 5.7% | 34.9% | 1.7% | 4.7% | 1.3% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

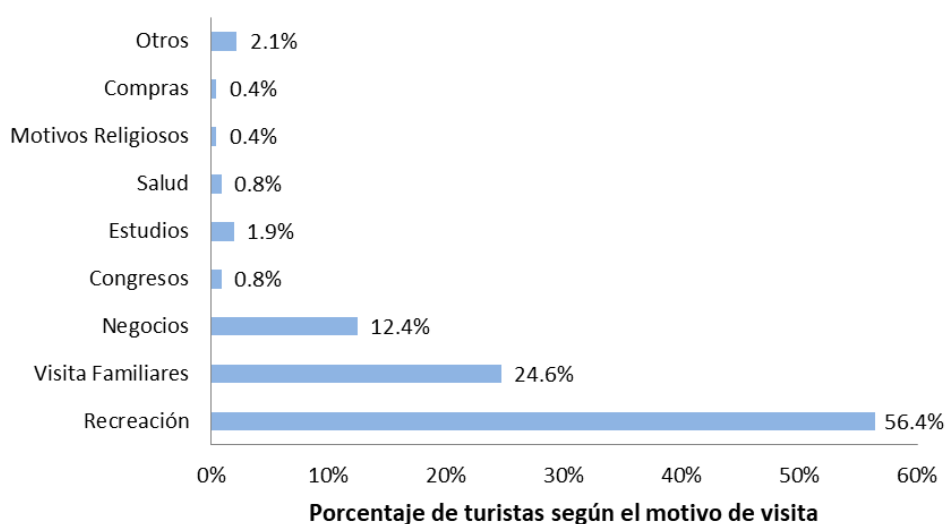
Como se puede apreciar, la mayoría de visitantes continúan formando parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (31.9%) pero en menor porcentaje que en el año 2017 en el mismo periodo (40.9%); y por turistas solteros que viven solos (aumento de 16.6% en 2017 a 26.8% en 2018) o con sus padres (18%).

3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.2.1 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 que, la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (56.4%), valor que es congruente a los hallazgos en el mismo periodo del año 2017 (54.1%). Existe un incremento de turistas que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares (de 17.4% en enero-marzo 2017 a 24.6% en 2018), en detrimento de aquellos que visitan la ciudad por motivos de negocios (de 18.9% en 2017 a 12.4% en 2018).

Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca



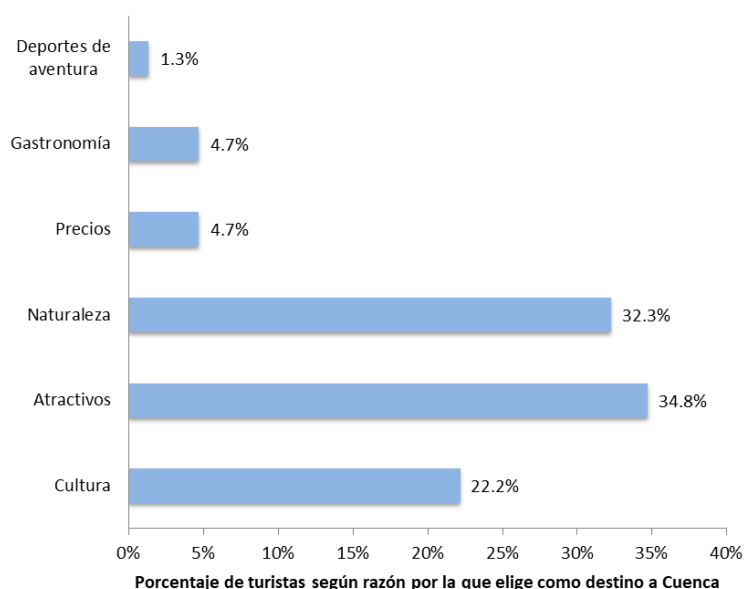
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el primer trimestre del año 2018, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos turísticos² (34.8%), como los monumentos característicos de la ciudad; este valor es 13.9 puntos porcentuales menos que el porcentaje de turistas que visitaron la ciudad por el mismo motivo en enero-marzo del año 2017 (48.7%). El turismo que vino a la ciudad atraído de sus paisajes naturales (32.3%) o por la cultura de la ciudad (22.2%), es mayor frente a los turistas atraídos por las mismas razones en el trimestre 2017 (18.2% y 13.4% respectivamente). Turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es pequeño (4.7% y 1.3% respectivamente). Se observa, además, que la incidencia de turistas que arriban a la ciudad atraídos por el precio de bienes y servicios es del de 4.7%.

² El porcentaje de visitantes que vienen a la ciudad de Cuenca por atractivos turísticos, hace referencia a aquellos turistas que indican que la razón principal para visitar la ciudad de Cuenca es visitar sus monumentos.

Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que la mayor proporción de turistas son visitantes por primera vez (61.7%), mientras que existe una tasa de retorno del 38.3%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura, resultados congruentes a los hallazgos del año 2017 que presenta una tasa de retorno del 40.54%.

3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

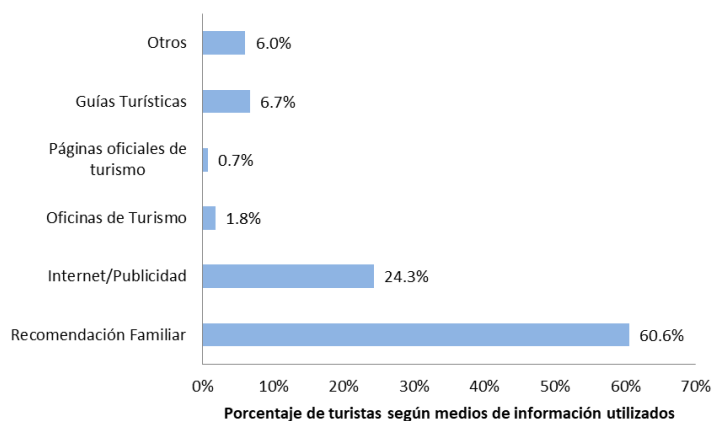
Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, según la Ilustración 11, el turista extranjero continúa recibiendo mayor información a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente (incremento de 49.7% en enero-marzo 2017 a 60.6% en el mismo periodo del año 2018).

Aquellos que utilizan medios como la Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad son el 24.3% del total. La incidencia de uso de oficinas de turismo y guías turísticas es de 1.8% y 6.7% respectivamente. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información se mantienen en el 6%, de los cuales, la mayoría se informa sobre la ciudad en su lugar de trabajo (58.8%), y el resto utiliza medios como libros de turismo o revistas, o se informa según recomendación de otros turistas. (Ver anexo 2).

De la Ilustración 12 se puede notar que, de los turistas extranjeros que utilizaron como medio la Internet para informarse sobre la ciudad, se apoyaron en páginas como Tripadvisor, Lonely planet y en el buscador Google (19.5%, 18.3% y 15.9% respectivamente). La Revista International Living fue citada como fuente de información relevante de la ciudad por el 2.4% de los entrevistados. Respecto a los hallazgos en el mismo periodo 2017, en el año 2018 existe menor incidencia del uso del buscador google (11.6% menos), a favor del uso de Tripadvisor y Lonely planet.

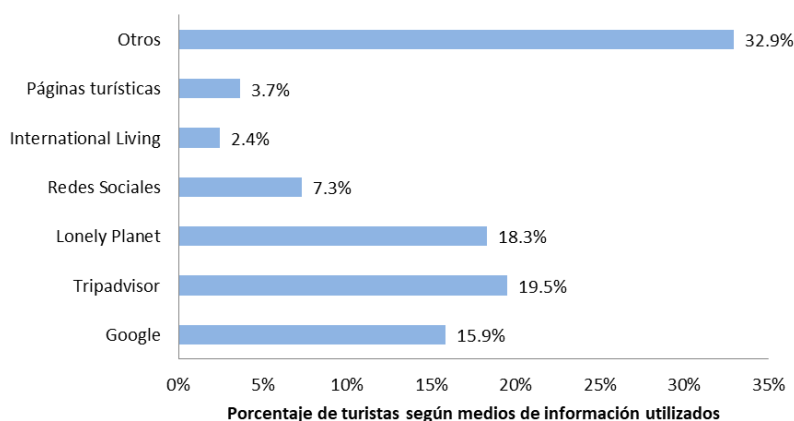
El uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) tiene menor incidencia (7.3%), en relación al primer trimestre de 2017 (12.5%). Páginas turísticas como medio de información fue utilizado por un 3.7% de turistas que utilizaron medios de internet. Hay un alto porcentaje de turistas que utilizaron otros medios de internet para obtener información sobre la ciudad (32.9%), de los cuales un 56% no sabe o no contesta el medio utilizado, un 19% indica el uso de páginas de YouTube, el restante usa gringo post, wikitravel, blogs u otros medios de internet que a nivel individual resultan no ser significativos.

Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

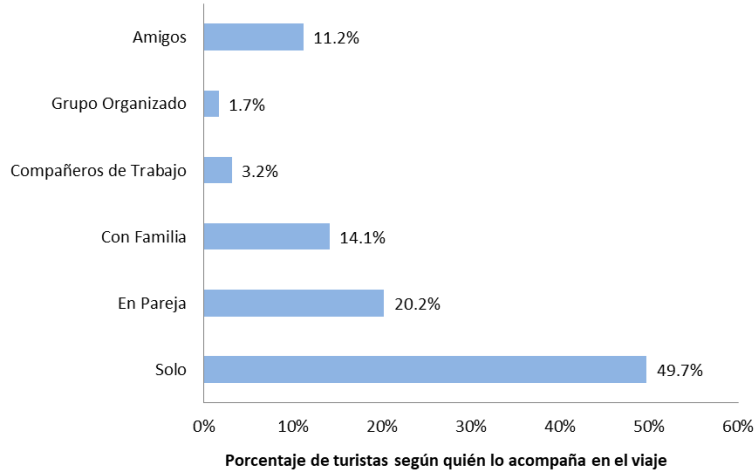
3.1.3 Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.3.1 Con quién viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, vienen solos (49.7%). Un 20.2% de turistas arriban con sus parejas. Además, una proporción del 14.1% de turistas vienen acompañados de su familia. En este primer trimestre del año 2018 hay un 11.2% de visitantes que vienen acompañados por sus amigos, y un 3.2% vienen con sus compañeros de trabajo. Por último, la incidencia de

turistas que arriban en un grupo organizado es baja (1.7%). Resultados que son muy similares a los obtenidos en el primer trimestre del año 2017.

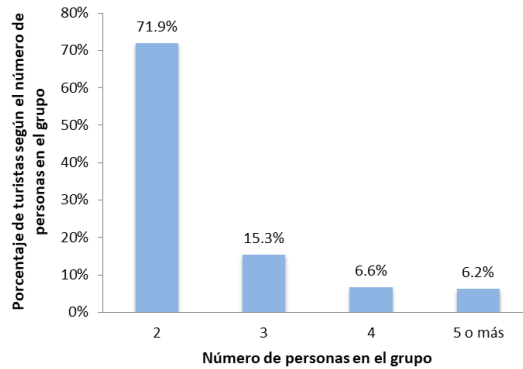
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 14 se puede apreciar que, del total de turistas que no viajan solos, la predilección continúa siendo visitar la ciudad en pareja (71.9%), valor muy similar al observado durante el mismo periodo del año 2017 (66.9%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos son 15.3% y 6.6% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Al relacionar las variables “razón principal de la visita” con “compañía de viaje” se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca por motivos recreativos lo hace en viaje personal (41%), en viaje con su pareja (26.5%) y una fracción menor lo hace con sus amigos (15.7%) y en familia (13.4%). Aquellos que visitan la ciudad por visitar a sus familiares o amigos lo hace solos (54.7%), en familia (22.2%) o en pareja (16.2%). Hay una gran proporción de turistas que visitan la ciudad

por negocios y que viajan solos (72.9%); no menos importante resulta un 13.6% de este tipo de turistas que viajan con sus compañeros de trabajo (ver Tabla 2).

Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solos o en pareja³.

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

| Turista Extranjero | | ¿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 | 41.0% | 2.6% | 13.4% | 26.5% | 15.7% | 0.7% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 54.7% | 0.0% | 22.2% | 16.2% | 5.1% | 1.7% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 72.9% | 1.7% | 3.4% | 6.8% | 1.7% | 13.6% | 100.0% |
| Total | | 49.7% | 1.7% | 14.1% | 20.2% | 11.2% | 3.2% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros organizan su viaje en forma independiente (88.4%) al igual que en el primer trimestre del año 2017 (88.03%).

3.1.4 La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.4.1 Elección del Alojamiento

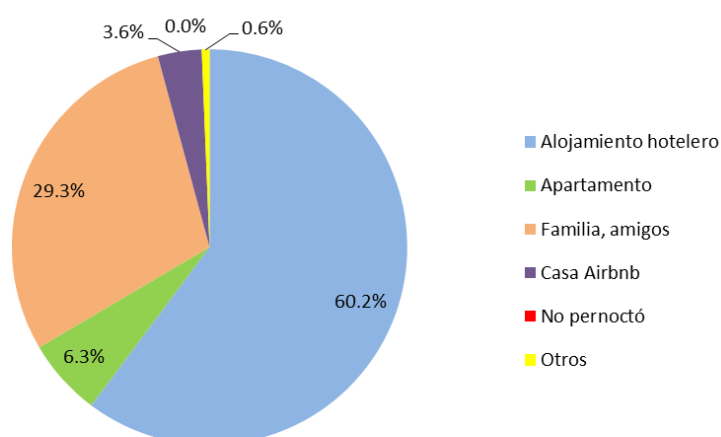
En los últimos años, a nivel mundial han aparecido formas alternativas al hospedaje tradicional hotelero. Es importante por lo tanto en un estudio de esta naturaleza que se evalué la incidencia de estas nuevas formas de alojamiento entre los turistas extranjeros.

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en este parcial, es el alojamiento en establecimiento hotelero 60.2%, que es similar al 61.4% de turistas extranjeros que prefirieron este tipo de establecimiento en el primer trimestre del año 2017. El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es de 29.3%, que es mayor al 21.6% de visitantes que se alojaron con sus familiares en el mismo trimestre del año 2017. Quienes indican el uso de Apartamento son el 6.3%, y un 3.6% utilizaron casa Airbnb; estos tipos de alojamiento no presentan fuertes variaciones respecto a lo encontrado en el año 2017 (8.5% y 5.8% respectivamente). En el trimestre enero-marzo no hubo turistas que no pernoctan en la ciudad⁴. El número de visitantes que dicen elegir otro tipo de alojamiento, no es significativo (0.6%).

³ En el anexo 3 se presenta el resto de información del motivo principal vs compañía de viaje.

⁴ Los turistas que indican no pernoctar en la ciudad, corresponde al porcentaje de turistas que se hospedaron en cantones cercanos pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 3⁵ revela que, de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (77.2%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios (69.5%), asistencia a congresos o conferencias, y motivos religiosos (100%), y por motivos de estudios o investigación (55.6%); se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, donde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa familiar o donde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (74.4%). Quienes arriban por tratamiento de salud eligen hospedarse en establecimiento hotelero (25%), o con familiares o amigos (75%). Finalmente, los turistas que visitan la ciudad por realizar compras o servicios personales, prefieren hospedarse en un establecimiento hotelero (50%).

Cabe preguntarse ¿quién utiliza el tipo de alojamiento Airbnb? El 100% de aquellos turistas internacionales que utilizan alojamiento Airbnb visitan la ciudad por motivos recreativos. Presentan altos niveles de educación (53% postgrado, 41% superior), y son solteros o casados (35% solteros, 41% casados).

⁵ En el anexo 4 se presenta el resto de información del motivo principal vs tipo de alojamiento.

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

| Turista Extranjero | | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|-------------|-----------------|---------------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 77.2% | 4.9% | 11.6% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 15.4% | 10.3% | 74.4% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 69.5% | 5.1% | 25.4% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 55.6% | 22.2% | 22.2% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Otros | 70.0% | 0.0% | 10.0% | 100.0% |
| Total | | 60.2% | 6.3% | 29.3% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 4 se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta 30 días. En el primer trimestre del año 2018, la estancia promedio fue de 6.75 días. No obstante, 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. El 25% de turistas tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 3 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 7 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 7 días (una semana). La respuesta común de los turistas, fue permanecer 2 días en la ciudad.

Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero (Para visitantes de hasta 30 días)

| | Primer trimestre |
|-------------------------------------|------------------|
| Media | 6.75 |
| Cuartil 1 (25% de los casos) | 2.00 |
| Mediana (Cuartil 2) | 3.00 |
| Cuartil 3 (75% de los casos) | 7.00 |
| Moda | 2.00 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La duración de la estancia, depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales.

Por lo expuesto, se realizó una disgregación por motivo de viaje, para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo, aquel que visita la ciudad por negocio y aquel que viene por tratamiento de salud tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, resultados que no distan significativamente de lo encontrado en el mismo trimestre del año 2017 (4, 3, 2 días respectivamente); aquel que visita a familiares o amigos lo hace en estancia mediana de 10.5 días, que es 5.5 días más que la estancia del turista que visitó a la ciudad por el mismo motivo en el año 2017 (mediana de 5 días). Los turistas que llegan a la ciudad por compras o servicios personales lo hacen en estancias de alrededor de 4 días. Quienes visitan la ciudad por motivos religiosos presentan estancias de 4.5 días.

Resulta importante acotar que aquellos visitantes que vienen por dictar congresos o conferencias y quienes visitan la ciudad por estudios o investigación lo hacen en estancias de 2.5 y 8.5 días respectivamente.

Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Extranjero | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana) |
|--|--------------------------------------|-----------------------------------|
| | | Primer trimestre |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 3.0 |
| | Visita a familiares o amigos | 10.5 |
| | Negocios, actividades | 3.0 |
| | Congresos, conferencias | 2.5 |
| | Estudios, investigación | 8.5 |
| | Tratamiento de salud | 3.0 |
| | Motivos religiosos | 4.5 |
| | Compras o servicios personales | 4.0 |
| | Otros | 3.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo al tipo de alojamiento utilizado por los turistas, en la Tabla 6, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen estancias cortas de 3 días. La duración de estancia de aquellos turistas que se alojan en apartamentos es de 11 días, a diferencia de aquel turista que se alojaba en apartamento en enero-marzo 2017 (mediana de 25 días). Turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de 7 días, similar a la estancia en el parcial 2017 (mediana 8 días); en este parcial quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (casa airbnb) tienen estancia de hasta 5.5 días.

Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Extranjero | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana) |
|-------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| | | Primer Trimestre |
| Tipo de Alojamiento Utilizado | ALOJAMIENTO HOTELERO | 3.0 |
| | APARTAMENTO | 11.0 |
| | FAMILIA, AMIGOS | 7.0 |
| | CASA AIR BNB | 5.5 |
| | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | N/D |
| | OTROS | 1.0 |

Nota: N/D significa no disponible

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

3.1.4.3 El costo de la Estancia

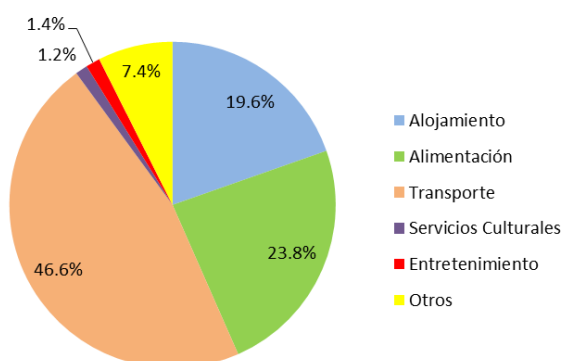
Los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca, en el primer trimestre de 2018 gastaron en promedio \$507.31 por grupo⁶ durante toda su estancia, valor que es menor al gasto promedio realizado por los turistas en el primer trimestre del año 2017 (\$681.7). Si el gasto total del grupo en toda la estancia se divide para el número de personas en el grupo se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; este rubro fue de \$310.38 y \$469.89 por persona en el primer parcial 2018 y 2017 respectivamente. A su vez, se obtiene que el gasto turístico diario por persona es de \$57.65⁷ en el trimestre analizado, valor menor que el gasto presentado en el mismo periodo del año anterior (\$82.76). Esta disminución del gasto, se puede explicar en parte por el incremento de turistas que vienen a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, y el incremento de turistas que se alojan con sus familiares o amigos, lo cual reduce el gasto en alojamiento.

La Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico presente en el trimestre enero-marzo 2018. Del total de gastos realizados por turistas extranjeros, el 46.6% se realiza en transporte, que es 6 puntos más que el valor obtenido en el mismo parcial del año 2017. El 23.8% del gasto lo realizan en alimentación, similar al 21% del trimestre enero-marzo del año en comparación; y un 19.6% gastan en alojamiento, proporción que es menor al 26.5% del parcial en el año anterior. Los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales son de 1.4% y 1.2% respectivamente.

⁶ Los gastos totales por grupo, se calcula como la suma de los diversos tipos de gastos en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo de turistas con el que viajó. Pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

⁷ Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos. En las siguientes tablas se presenta la estimación de los gastos que toma en cuenta la forma de distribución de los gastos.

Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se debe considerar que los costos de la estancia siguen siendo determinados por diversos factores entre los que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia), el motivo del viaje, y los días de estancia. En ese sentido, a modo de ilustración se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud presente gastos diferentes, frente a aquel que viene por actividades lúdicas.

Con respecto a los turistas con estadías de hasta 30 días, como se puede apreciar en la Tabla 9, 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 para visitar a sus familiares o amigos, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros. El alto gasto que presentan se debe al alto rubro erogado en medios de transporte y alimentación, rubros que son mayores en el primer trimestre 2018 (\$93.82 y \$230.94 respectivamente), en comparación con el mismo trimestre 2017 (\$39.63 y \$94.62), lo que es congruente con el tiempo de estancia de estos grupos que es 5.5 días más que en el trimestre del año anterior.

Los turistas con estancias cortas, pero con gastos igualmente altos son aquellas que vienen por negocios, especialmente en los gastos por transporte. Aquellos turistas que vienen por este motivo presentan una mediana de gastos por persona durante la estancia que es menor a los obtenidos en el trimestre 2017. Por ejemplo en los gastos de alojamiento y transporte.

Otros grupos de turistas extranjeros, como aquellos que visitan la ciudad por motivos de compras o servicios personales o por motivos religiosos, también presentan altos gastos en el primer trimestre 2018. A pesar de que los gastos de quienes arriban a la ciudad por compras o servicios personales son más altos en el periodo de comparación 2018 vs 2017, su presencia no es representativa.

Por su parte, las personas que vienen por recreación, erogan un monto inferior al promedio durante toda la estancia en el primer trimestre del año 2018 (\$86), que a su vez es menor en comparación al mismo periodo del año 2017 (\$265.08). Esta disminución se debe especialmente a menores gastos en alojamiento, alimentación y transporte. Además este grupo de turistas presentan gastos en diversión (\$0.70) que es inferior al global general (\$2.79); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otros motivos, por ejemplo por motivos de visita a familiares o amigos o por negocios, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$7.71 y \$3.44 respectivamente).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por motivos religiosos y por motivo de compras. En general, el menor gasto en alojamiento de los turistas internacionales, disminuye la mediana del gasto por persona en la estancia en alojamiento de \$76.04 en el primer trimestre del año 2017 a \$29.13 en el mismo periodo del año 2018. Si bien los días de estancia (mediana de 3 días) y la proporción de turistas que prefieren alojamiento hotelero (60.2%) en el primer trimestre 2018 son similares a los obtenidos en el mismo periodo del año 2017, se debe considerar que la fuerte disminución en el gasto por alojamiento durante la estancia del grupo de turistas extranjeros, puede explicarse por la sustitución de la categoría de establecimiento en que se alojaron en el primer trimestre en el año 2017 por otro de menor rango en el primer trimestre 2018, tal como se observa en el anexo 5. Así, existe una disminución de huéspedes extranjeros que se hospedaban en alguna categoría tipo hotel (cinco, cuatro, tres y dos estrellas) de 22.3% (primer trimestre 2018 frente al mismo periodo 2017), que ahora prefirieron hospedarse en alguna categoría hostel (tres, dos y una estrella) con un aumento en la proporción de hospedados extranjeros de 22.1% en el primer trimestre 2018 frente al mismo periodo 2017. Lo que implica una disminución en el gasto durante la estancia ya que las tarifas de la categoría hotel presentan mayores tarifas de una habitación general frente a la categoría hostel (ver anexo 5).

También se aprecia que en promedio los visitantes extranjeros erogan altos rubros en transporte principalmente quienes vienen por visitar a familiares o amigos, motivos religiosos y por negocios.

3.1.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

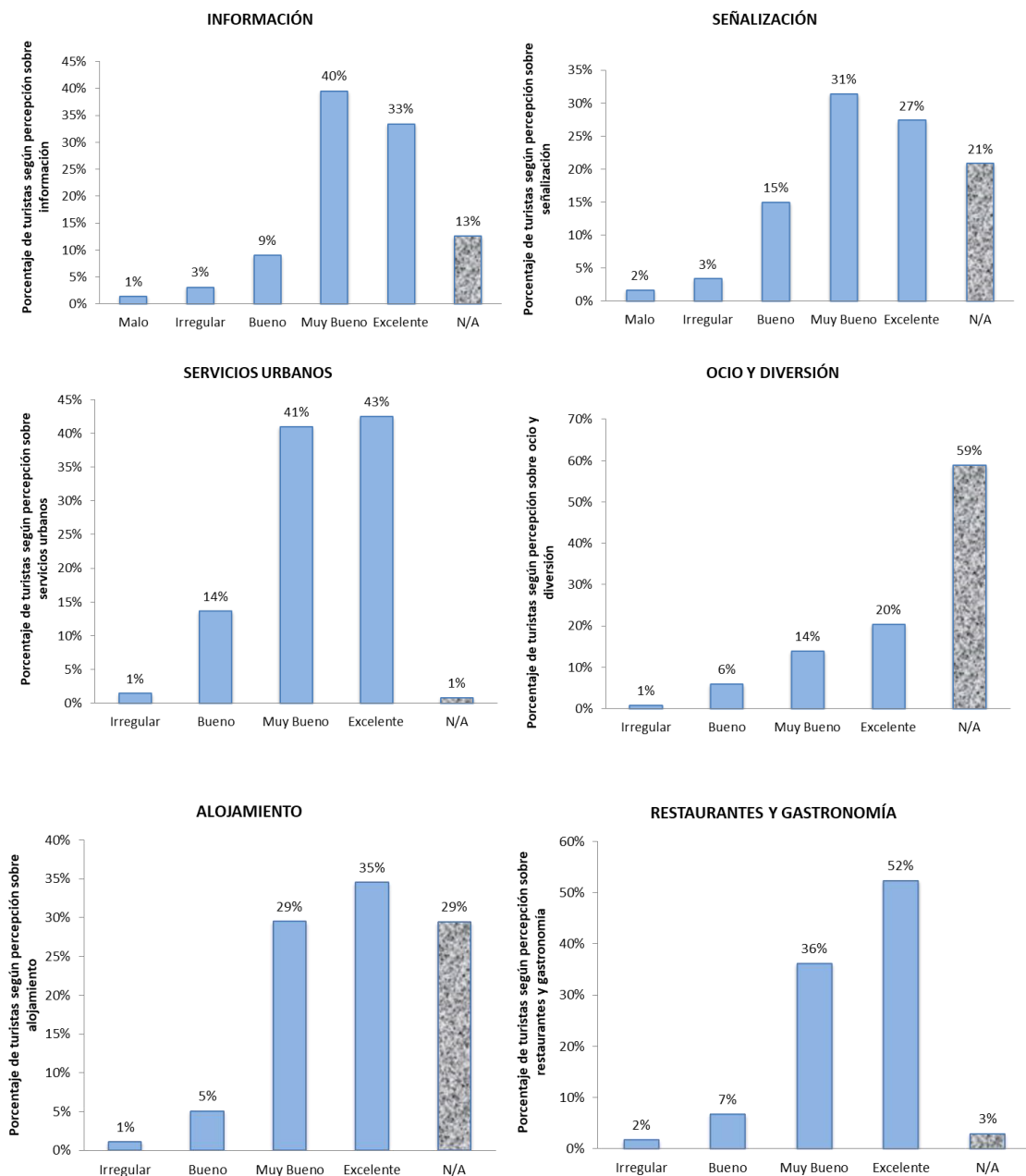
Los resultados del primer trimestre del año 2018, revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 92.95%, 94.12% y 93.92% respectivamente. Resultados similares se observan para el mismo trimestre del año 2017 (93.06%, 94.01% y 90.48% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

3.1.5.2 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 información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes, al igual que en el parcial enero-marzo 2017. Se aprecia una mejora en la percepción de bueno a muy bueno de los servicios de información en este parcial frente al mismo periodo 2017 (31% muy bueno, 17% bueno en el año 2017, a 40% muy bueno y 9% bueno en el año 2018).

Cabe señalar que hay un porcentaje no menos importante de alrededor de 14% y 15% de turistas que indican que los servicios de señalización, servicios urbanos y ocio y diversión son buenos. Esto se puede apreciar en la ilustración panorámica 17.

Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero

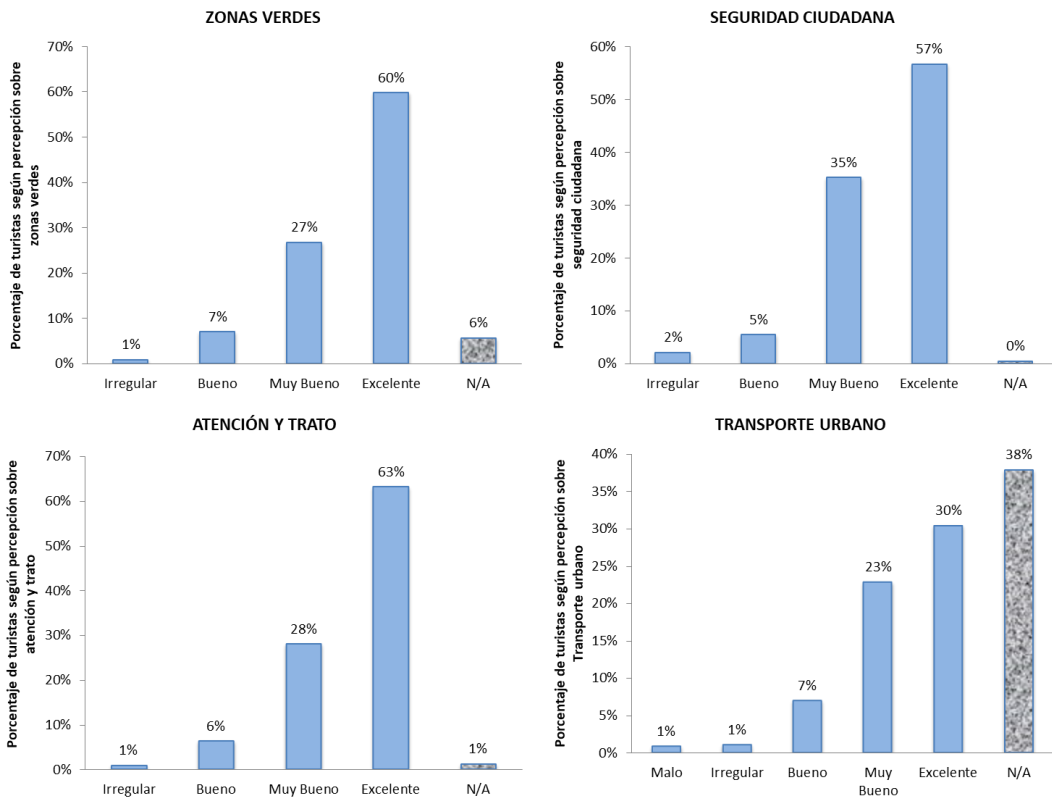


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

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, una muy buena o excelente atención y trato por parte de los cuencanos y una alta calidad en el servicio de transporte urbano. En comparación con el primer trimestre del año 2017, se evidencia una mejora perceptiva de muy bueno a excelente de servicios como zonas verdes en el parcial enero-marzo 2018 (60% excelente en el año 2018 frente al 51% en el año 2017).

Ilustración 18: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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

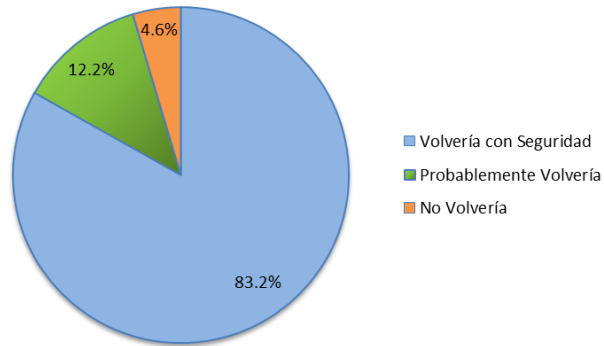
Como constan en las Ilustraciones 19 y 20, el estudio revela que el 83.2% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 12.2% probablemente regresaría y solo un 4.6% anunció que probablemente o seguramente no volvería (Ilustración 19). De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 89.9% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 9.3% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son alrededor del 0.8% (Ilustración 20). Comparando los resultados con el periodo enero-marzo 2017, se evidencia una mejora de 4.4% en la proporción de turistas que volverían con seguridad, y una mejora de 12.3% en la recomendabilidad de la ciudad como destino Turístico.

3.1.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad y sus atractivos antes de la visita

Alrededor del 94% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita, proporción que es mayor al 89% de turistas extranjeros que conocían la ciudad en el primer trimestre del año 2017. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo al país (6%). El 38% de los turistas extranjeros ya conocían la existencia de

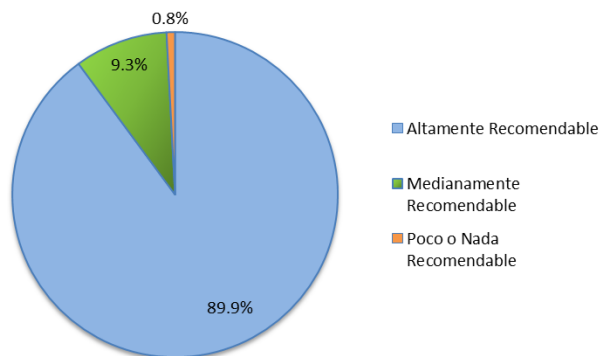
algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que la gran mayoría de visitantes 62%, no conocía los atractivos de la ciudad. Finalmente, solo un 7% de turistas internacionales estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



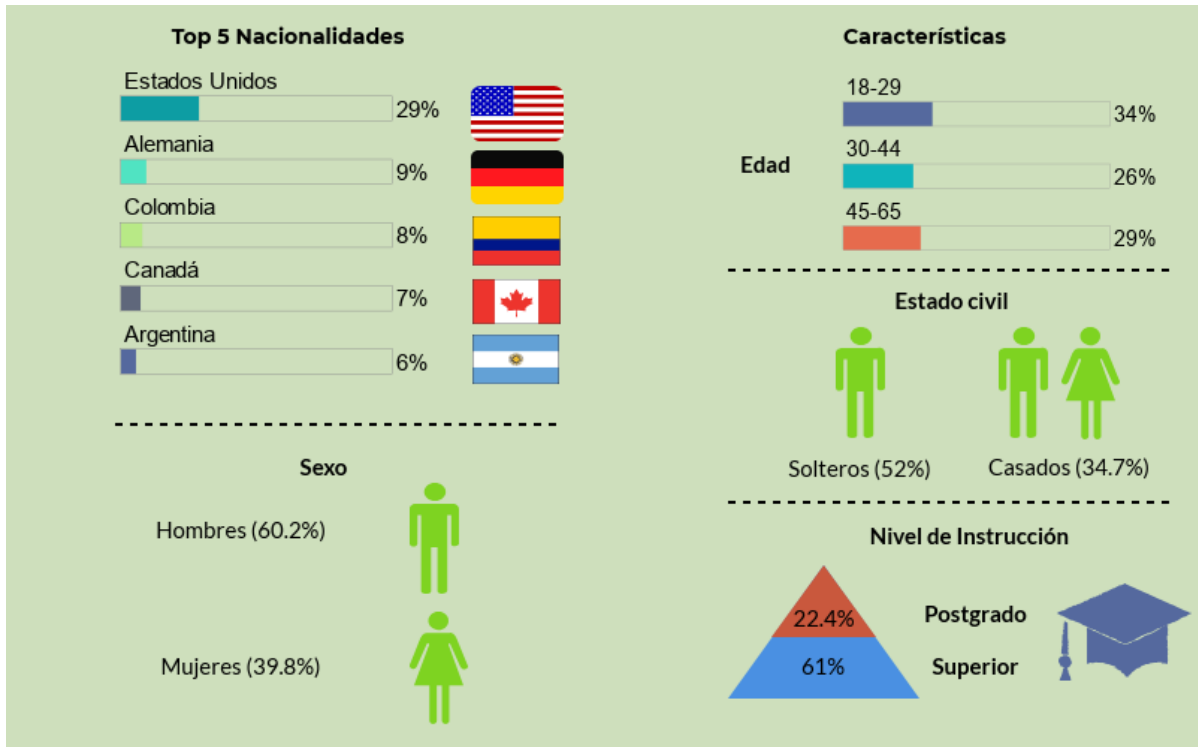
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.6 Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal



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

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre enero-marzo 2018, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 6)
- 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. (Ver anexo 6)

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.

Percepción del turista extranjero:

Consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos.

Los turistas extranjeros califican a los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca como muy buenos o excelentes.

Retorno y recomendabilidad:

Los visitantes extranjeros presentan alta probabilidad de retorno, y consideran que la ciudad de Cuenca es altamente recomendable.

Motivación, organización, tipo de alojamiento, duración de la estancia y costos de la estancia del turista extranjero en el primer trimestre del año 2018

El turista extranjero que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por sus atractivos turísticos, paisajes naturales, y a la cultura característica de la ciudad de Cuenca, que viajan solos o en pareja y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$86, es decir, un gasto diario por persona de \$28.67.
- b) Visita la ciudad por visitar a familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 10.5 días, con un costo de estancia por persona de \$371.67, es decir, un gasto diario por persona de \$35.40.
- c) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$217.50, es decir, un gasto diario por persona de \$75.50.

3.2 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado

Con el fin de identificar si el perfil del turista es distinto en el periodo de feriado de carnaval, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana de carnaval, dando los siguientes resultados:

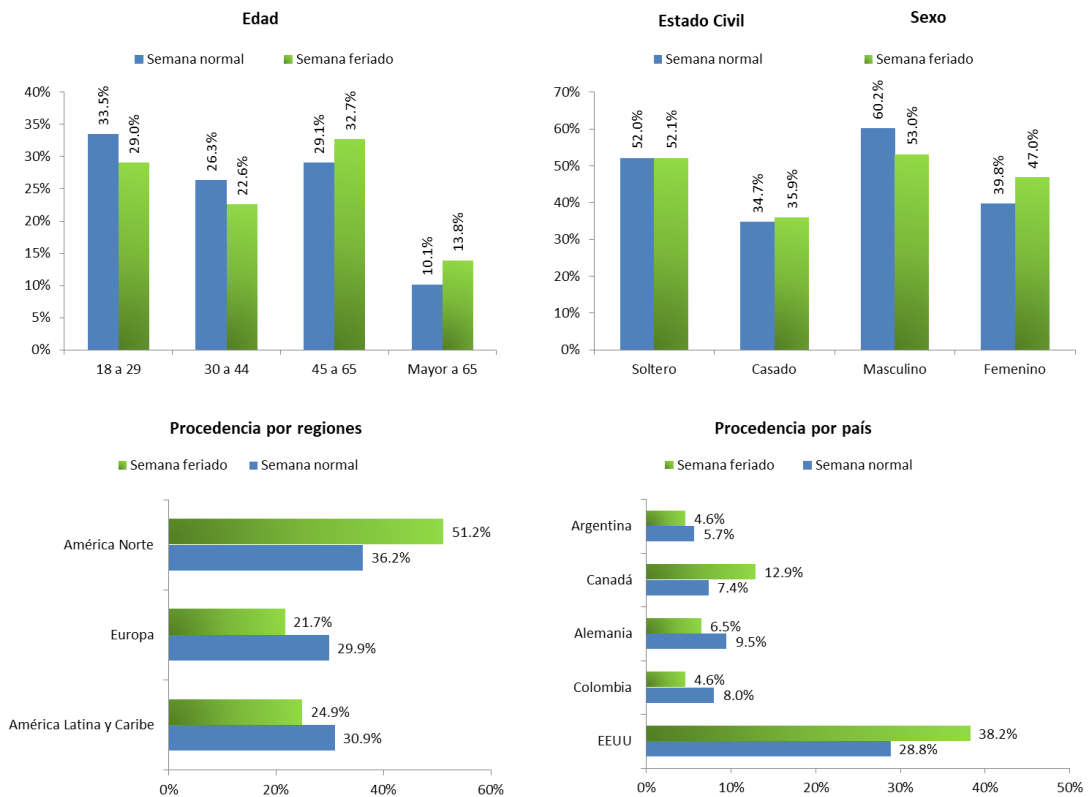
3.2.1 Características sociodemográficas:

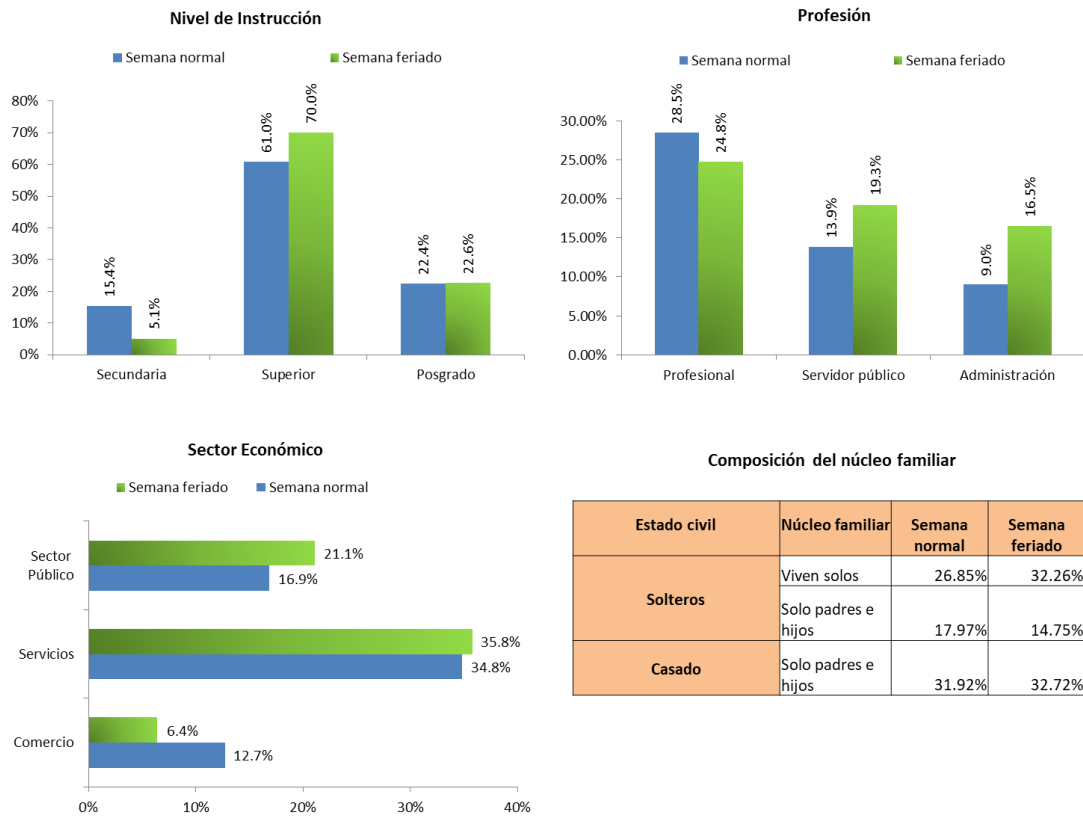
A diferencia de los resultados reportados, el turista extranjero que visita la ciudad de Cuenca en el periodo de feriado se caracteriza por ser un adulto contemporáneo con edad comprendida entre 45 a 65 años (32.7% de los turistas entrevistados), continúan siendo solteros o casados. Donde los resultados reportan una muestra de 53%-47% de entrevistados hombres frente a mujeres. La gran mayoría de los visitantes internacionales provienen de América del Norte (51.15%), especialmente provenientes de Estados Unidos 38.2%, que es alrededor de 10% más que la incidencia de dichos turistas en una semana normal (ver Ilustración panorámica 21).

En la época de feriado, los visitantes extranjeros tienen mayor educación con títulos superiores (70%), o de postgrado (22.6%), que laboran como profesionales independientes (24.8%), en el

sector público (19.3%), o como administradores (16.5%). La composición familiar del turista no presenta cambios importantes, ya que continúan formando parte de una familia tradicional arquetipo, o son turistas solteros que viven solos o con sus padres. No obstante, hay un incremento de turistas que son solteros y viven solos (32.26% en una semana de feriado y 26.85% en una semana normal) (ver Ilustración panorámica 21).

Ilustración 21: Comparación características sociodemográficas del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado





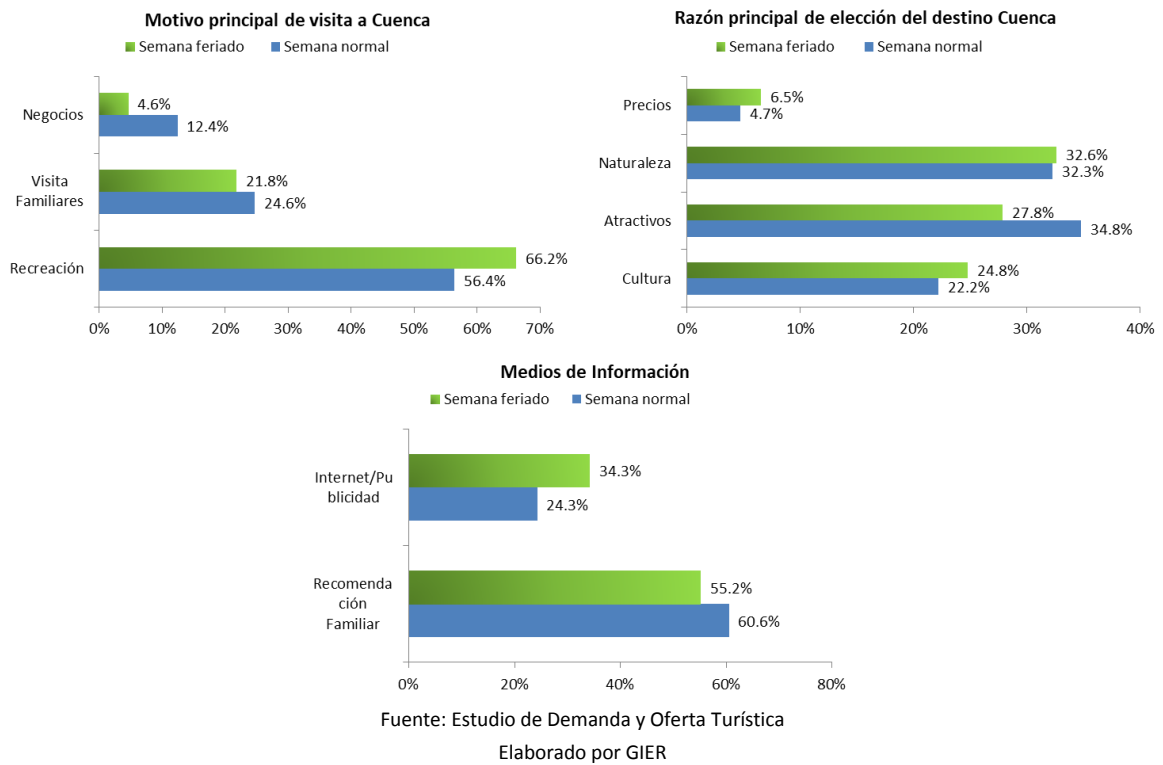
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.2 Motivación del turista:

Uno de los cambios más interesantes se da en la motivación del turista para visitar la ciudad, ya que, en periodo de feriado, el visitante extranjero revela que su principal razón para venir a Cuenca es la recreación (66.2% frente al 56.4% presentado en una semana normal), aquellos que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares o amigos continúa siendo importante (21.8%); no obstante, el motivo de negocios disminuye a un 4.6% del total de turistas extranjeros.

Los visitantes por motivo puramente recreacional, continúan eligiendo a la de Cuenca como destino turístico principalmente por sus paisajes naturales (32.6%), sus atractivos turísticos (disminución de 34.8% en semana normal a 27.8% en feriado), y por sus tradiciones y cultura (24.8%). Siendo al igual que en los resultados presentados previamente, la recomendación familiar o de amigos (55.2%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento en la ciudad, pero en menor incidencia que en una semana normal (60.6%); también existe un grupo importante que hace uso de internet y publicidad para informarse sobre Cuenca (34.3%).

Ilustración 22: Comparación motivación del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado

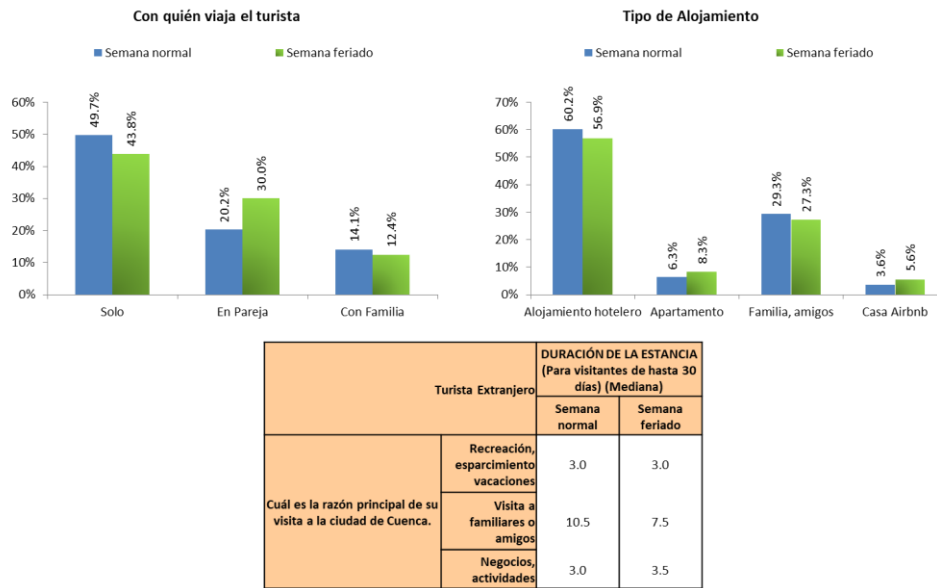


3.2.3 Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:

En cuanto a los aspectos organizativos del viaje, los turistas extranjeros continúan prefiriendo viajar solos (43.8%), pero en menor medida que en una semana normal (49.7%). También hay una importante proporción que ahora viaja en pareja (30%), mayor al 20.2% que viaja en pareja en una semana normal. No hay variaciones importantes en las elecciones de tipo de alojamiento, ya que continúan prefiriendo alojamiento hotelero (56.9%), o alojarse con familiares o amigos (27.3%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos continúan con estancias medianas de 3 días, quienes vienen por visitar a familiares o amigos presentan una permanencia de 7.5 días, que es menor en comparación con los resultados reportados en relevamiento de una semana normal (mediana de 10.5 días). Finalmente, quienes visitan la ciudad por motivos de negocios, se aprecia que tienen una permanencia de 3.5 días, que es relativamente mayor a la estancia de 3 días en una semana normal.

Ilustración 23: Comparación de la organización del viaje, tipo de alojamiento y duración de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado

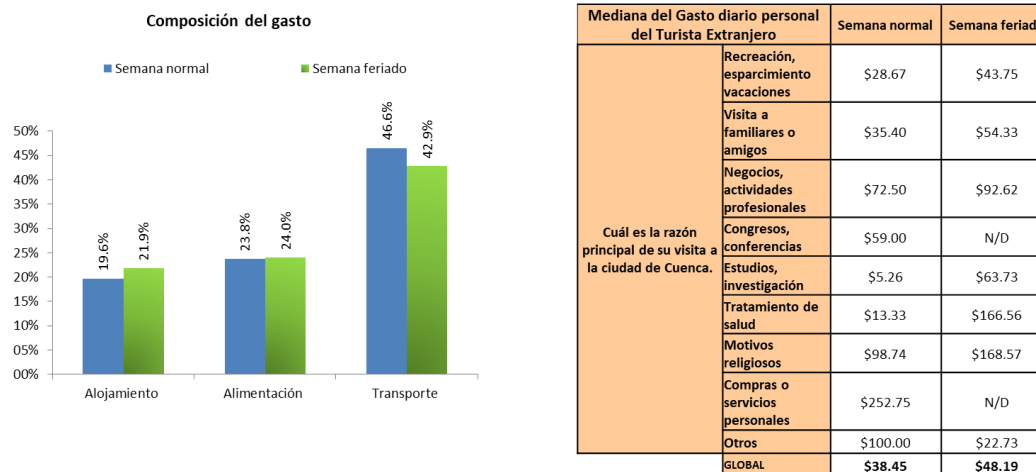


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.4 Costo de la estancia:

Analizando el costo de la estancia se puede inferir que la composición del gasto de los turistas extranjeros no presenta variaciones significativas, ya que continúa siendo los gastos de transporte el 42.9% de los gastos totales, la alimentación continúa representando el 23.8% de los gastos, y los gastos en alojamiento el 21.9%. No obstante, en términos generales los resultados del relevamiento en el feriado, reportan mayores gastos en todos los rubros, como resultado el gasto mediano diario por persona es mayor con un valor de \$48.19 frente al gasto reportado en relevamiento de una semana normal con valor de \$38.45.

Ilustración 24: Comparación del costo de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.5 Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad

Por último, existe una percepción de muy bueno o excelente de los servicios de señalización, alojamiento, restaurantes y gastronomía, zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad en el periodo de carnaval, en proporciones similares a los resultados obtenidos del relevamiento de una semana normal. Hay una disminución de 40% a 35% de turistas que califican a los servicios de información como muy bueno en una semana normal vs una semana de feriado, que va de la mano con el relativo aumento en la proporción de turistas que califican dichos servicios como bueno (de 9% a 12% respectivamente). Otra variación importante en la percepción del visitante extranjero se da en los servicios de servicios urbanos y ocio y diversión. Podemos encontrar un incremento de 43% a 48% de turistas que califican los servicios urbanos como excelentes; y un aumento de 20% a 25% de quienes perciben al servicio de ocio y diversión como excelentes (ver Tabla 9). El retorno con seguridad de un turista extranjero se mantiene en 80.2%, y la alta recomendabilidad en 93.5%. (Ver Ilustración)

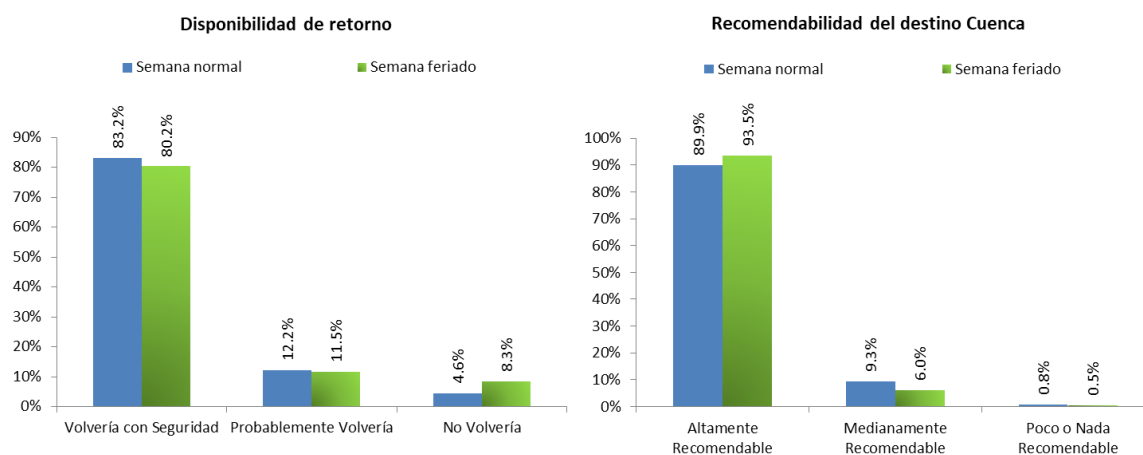
Tabla 7: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero en una semana normal vs semana de feriado

| SERVICIOS | Percepción | Semana normal | Semana feriado | SERVICIOS | Percepción | Semana normal | Semana feriado |
|-------------------|------------|---------------|----------------|----------------------------|------------|---------------|----------------|
| INFORMACIÓN | Bueno | 9% | 12% | RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA | Bueno | 7% | 8% |
| | Muy Bueno | 40% | 35% | | Muy Bueno | 36% | 31% |
| | Excelente | 33% | 32% | | Excelente | 52% | 55% |
| SEÑALIZACIÓN | Bueno | 15% | 13% | ZONAS VERDES | Bueno | 7% | 4% |
| | Muy Bueno | 31% | 30% | | Muy Bueno | 27% | 25% |
| | Excelente | 27% | 29% | | Excelente | 60% | 63% |
| SERVICIOS URBANOS | Bueno | 14% | 10% | SEGURIDAD CIUDADANA | Bueno | 5% | 6% |
| | Muy Bueno | 41% | 36% | | Muy Bueno | 35% | 29% |
| | Excelente | 43% | 48% | | Excelente | 57% | 61% |
| OCIO Y DIVERSIÓN | Bueno | 6% | 8% | ATENCIÓN Y TRATO | Bueno | 6% | 6% |
| | Muy Bueno | 14% | 15% | | Muy Bueno | 28% | 30% |
| | Excelente | 20% | 25% | | Excelente | 63% | 62% |
| ALOJAMIENTO | Bueno | 5% | 6% | TRANSPORTE URBANO | Bueno | 7% | 9% |
| | Muy Bueno | 29% | 33% | | Muy Bueno | 23% | 21% |
| | Excelente | 35% | 32% | | Excelente | 30% | 28% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Ilustración 25: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

4. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal y semana de feriado

4.1 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal

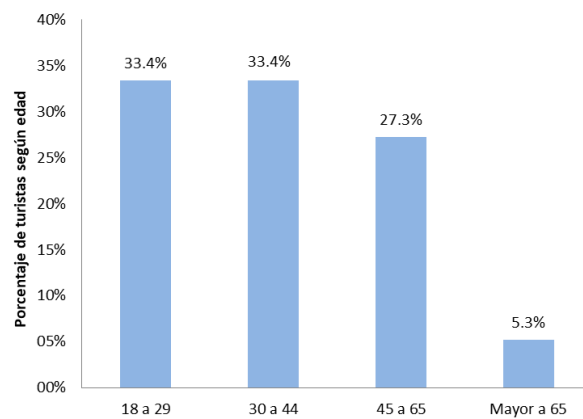
4.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

4.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Ilustración 26, los resultados revelan que la mayoría de turistas nacionales se encuentran entre 18 a 29 años y entre 30 a 44 años (33.4% en ambos casos). Esto lo caracteriza, al igual que su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. También se presenta una importante incidencia de turistas nacionales entre 45 a 65 años de edad (27.3%). Grupos de turistas mayores de 65 años de edad son el 5.3%. Los hallazgos muestran que la proporción de visitantes con edad entre 30 a 44 años y 45 a 65 años se mantienen similares a las proporciones del primer parcial del año 2017 (32.8% y 24% respectivamente), pero los grupos con edad entre 18 a 29 años disminuye (de 38.6% en el año 2017 a 33.4% en el año 2018).

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación en el año 2017 revelan que la media de edad es de 38.53 años y una mediana de 36 años.

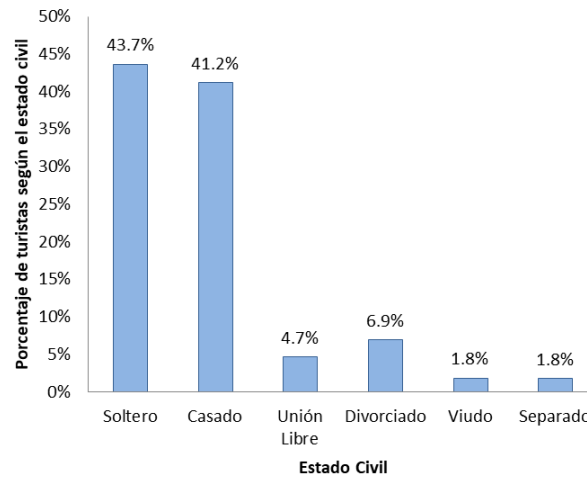
Ilustración 26: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 27 muestra que hubo mayor proporción de turistas solteros (43.7%), al igual que en el primer trimestre 2017 (43.1%), o casados (41.2%), que difiere con el 37.4% encontrado en el mismo periodo en el año anterior; el restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

Ilustración 27: 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 una proporción de 57%-43% de varones frente a mujeres, a diferencia del periodo enero-marzo 2017 donde el género no fue un factor que determina la elección del destino Cuenca (52% varones frente a 48% mujeres).

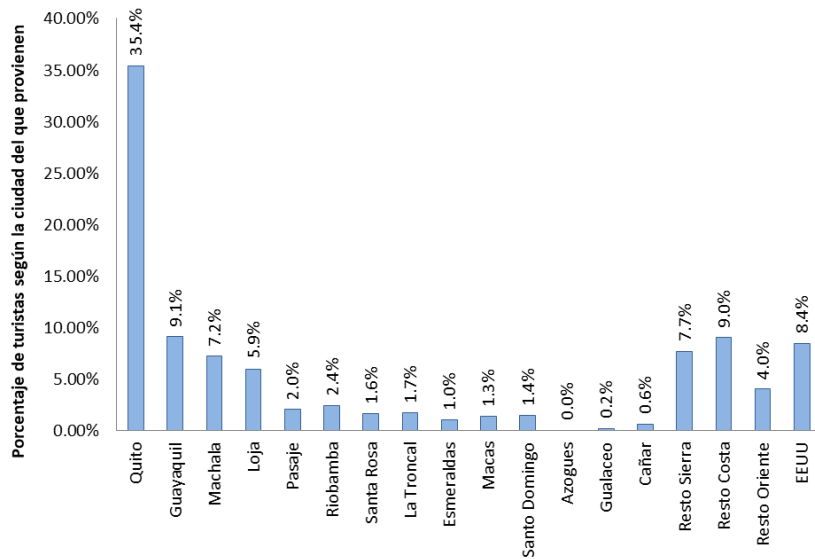
4.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todas las regiones del Ecuador, existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 28, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por turistas quiteños (35.4%) al igual que en el primer trimestre del año anterior (30.1%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (9.1%)⁸, visitantes machaleños (7.2%) y turistas lojanos (5.9%); dichos porcentajes son semejantes a la cantidad de turistas provenientes de las mencionadas ciudades en el parcial enero-marzo del año 2017 (6.9%, 6.4% y 6% respectivamente).

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resultan significativas a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 7.7% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de ciudades de Ambato e Ibarra. Un 9% son turistas del resto de ciudades de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 4% provienen de la región amazónica principalmente de ciudades de la provincia de Morona Santiago.

⁸ Es importante recordar que el estudio se lleva a cabo durante una semana regular, sin incluir por ende días feriados o fiestas.

Ilustración 28: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



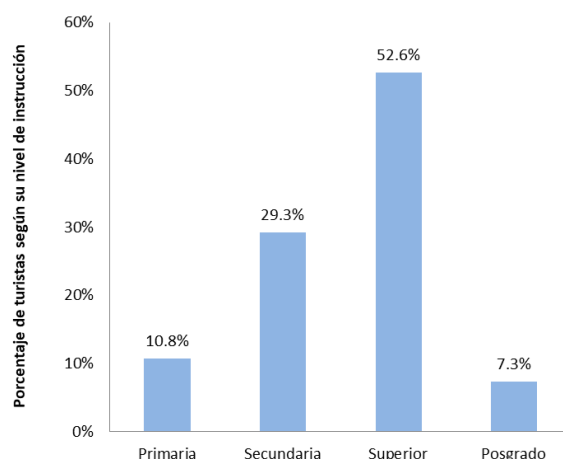
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados revelan una mayor incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel) (52.6%), y con título de bachiller (29.3%). Lo que evidencia una menor proporción de visitantes nacionales con educación secundaria a favor de turistas con mayor educación en relación al año 2017 (36.6% con educación secundaria, 49.4% educación superior y 4.3% nivel postgrado). Los datos indican que el turista nacional típico labora como profesional independiente (26.8%), pero la incidencia de este tipo de turistas es menor a la incidencia del 37.6% de visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en el periodo enero-marzo 2017 (ver Ilustración 30).

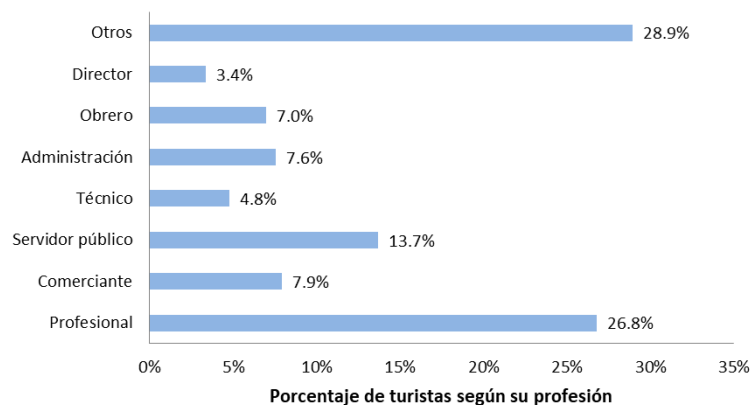
Se evidencia menor proporción de comerciantes (8% frente a 16.6% en el primer trimestre 2017). El resto de profesiones tiene incidencia similar en ambos periodos de análisis. De aquellos que indican otro tipo de profesión se encuentra turistas que laboran como abogados, docentes, ingeniero en sistemas, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

Ilustración 29: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 30: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

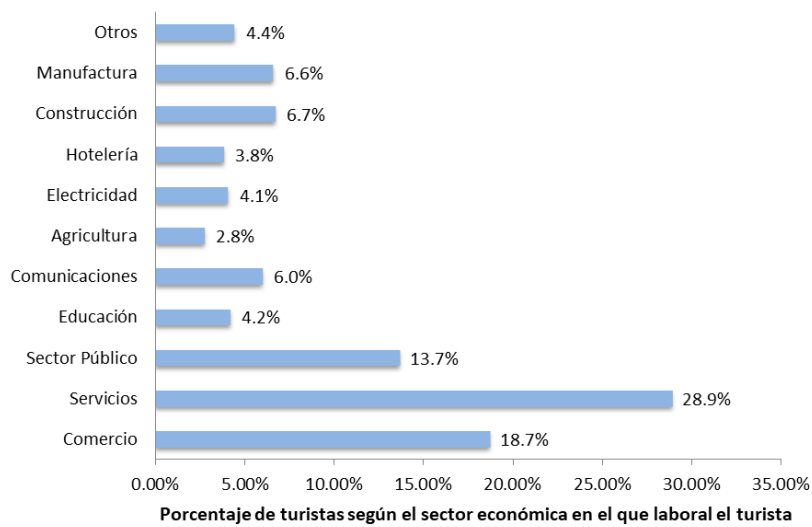
Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios profesionales (28.9%), pero en menor proporción que el trimestre enero-marzo del año en comparación (38.2%). Otro grupo predominante está conformado por quienes se dedican al sector comercial (18.7%), y quienes laboran en el sector público (13.7%).

Cabe señalar, que si bien existe un 7.9% que labora como comerciante (Ilustración 30), el porcentaje de turistas que laboran en el sector comercio, asciende a 18.7% (Ilustración 31). La diferencia existente se debe fundamentalmente que en el sector comercio no solo laboran comerciantes, sino también otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

Hay una incidencia de 4.2%, 4.1%, y 3.8% de turistas que laboran en el sector educación, electricidad, y hotelería respectivamente. La fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción es de 6.7%, y de 6.6% quienes se dedican a laborar en el sector manufactura. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otro sector económico (4.4%), la mayor porción trabaja en el sector salud (31.3%) y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Es interesante notar que la menor incidencia de turistas que laboran en el sector servicios, se compensa con el incremento de turistas que laboran en los sectores hotelería, electricidad, agricultura, comunicaciones y educación, frente al primer parcial del año 2017.

Ilustración 31: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



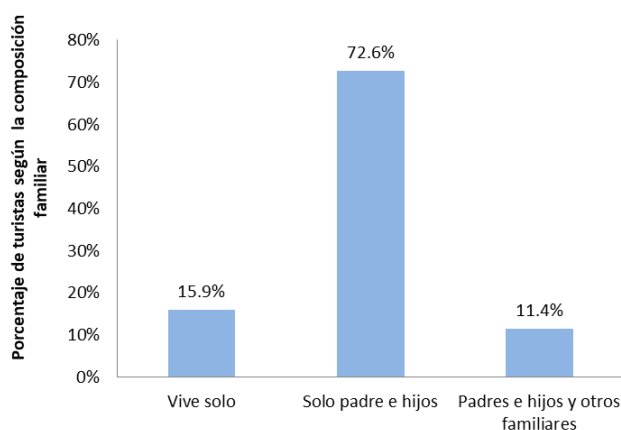
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 32, en el trimestre enero-marzo del 2018, el 72.6% de turistas nacionales viven solo entre padres e hijos; los turistas que viven solos son el 15.9% del total, y la permanencia de

turistas nacionales cuya composición familiar está conformado por padres, hijos y otros familiares es de 11.4%. Los resultados son congruentes con los obtenidos en el parcial enero-marzo 2017.

Ilustración 32: Con quién vive el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 10 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista nacional.

Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

| | ESTADO CIVIL | | | | | | Total |
|--|--------------|-------------|--------|----------|------------|-------|--------|
| | SOLTERO | UNIÓN LIBRE | CASADO | SEPARADO | DIVORCIADO | VIUDO | |
| Vive Solo | 12.2% | 0.3% | 0.8% | 0.3% | 2.0% | 0.3% | 15.9% |
| Solo padre e hijos | 25.8% | 3.6% | 36.6% | 1.3% | 4.2% | 1.2% | 72.6% |
| Padres e hijos y otros familiares | 5.7% | 0.8% | 3.8% | 0.2% | 0.8% | 0.3% | 11.4% |
| Total | 43.7% | 4.7% | 41.2% | 1.8% | 6.9% | 1.8% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la primera parte del año, alrededor de 25.8% de los visitantes viven con sus familias y son solteros, pero un no menos significativo 12.2% está conformado por turistas solteros que viven solos. Asimismo, un 36.6% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. Por lo que el núcleo familiar de los visitantes nacionales no sufre cambios sustantivos frente al primer parcial del año 2017.

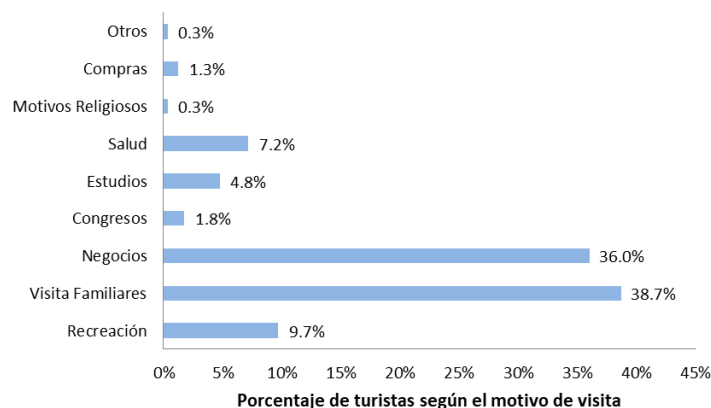
4.1.2 Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan como se aprecia en la Ilustración 33, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año es la visita a

familiares o amigos (38.7%), seguida por quienes arriban por motivos de negocios (36%); a diferencia del primer trimestre del año 2017 donde la principal razón fueron los negocios y como segunda opción la visita a familiares (35.1% y 32.3% respectivamente) Solo un 9.7% de turistas nacionales visitan la ciudad por recreación.

Ilustración 33: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

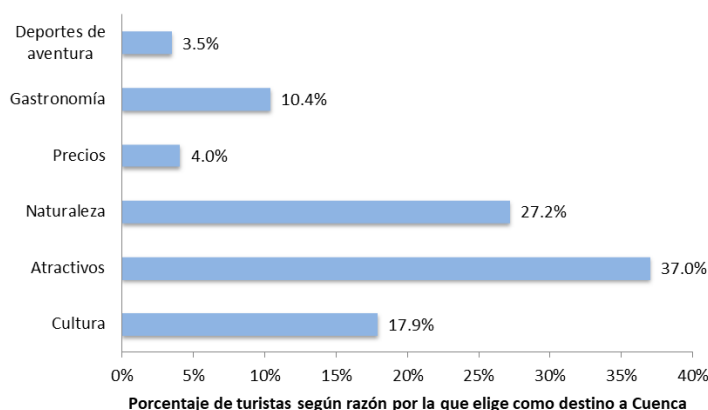
4.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino turístico, los turistas nacionales eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos turísticos (37%), como los monumentos característicos de la ciudad, seguido no muy de lejos por sus paisajes naturales (27.2%). El turismo que vino a la ciudad por su cultura es de 17.9%, como las fiestas tradicionales y el folclore. Turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es 10.4% y 3.5% respectivamente. Se observa, además, que aquellos turistas que arriban a la ciudad atraídos por los precios de bienes o servicios son el 4%. Lo anterior expuesto significa que el turista nacional ve a la ciudad de Cuenca en este periodo del año como un lugar para disfrutar de los atractivos turísticos, naturales y culturales. (Ver Ilustración 34).

Al comparar con los resultados del trimestre enero-marzo del año 2017, se observa que ahora la incidencia de visitantes que eligen a la ciudad como destino turístico por su Gastronomía, deportes de aventura y por precios ha disminuido, frente al 19.7%, 15.5%, y 8.5% respectivamente de visitantes nacionales que arribaron a la ciudad por las mismas razones en el mismo periodo del año en comparación. La disminución existente fue compensada por mayor incidencia de turistas que vienen por visitantes que eligen a la ciudad por su naturaleza y cultura.

Ilustración 34: 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 91.1% de los entrevistados son visitantes de repetición, mientras que solo un 8.9% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, al igual que en el primer trimestre 2017 (92.7% y 7.3% respectivamente).

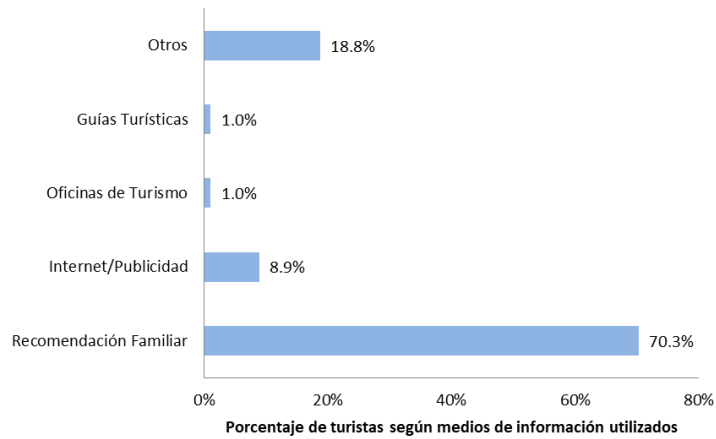
4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

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 (70.3%), y el uso de la Internet y la publicidad (8.9%). Las oficinas de turismo fueron utilizadas por el 1% de turistas nacionales, al igual que las guías turísticas (Ver Ilustración 35). Por otro lado, del 18.8% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor porción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 2). Resultados que son consistentes con los hallazgos del primer parcial del año 2017.

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver Ilustración 36), los hallazgos revelan en el año 2018 los turistas utilizan con mayor fuerza las redes sociales (42.9%), frente al 22.5% de turistas nacionales que utilizaron este medio de internet en el periodo de comparación. Con menor incidencia utilizan el buscador Google (11.1%), al igual que las páginas oficiales de turismo (con una incidencia del 4.8%). 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.

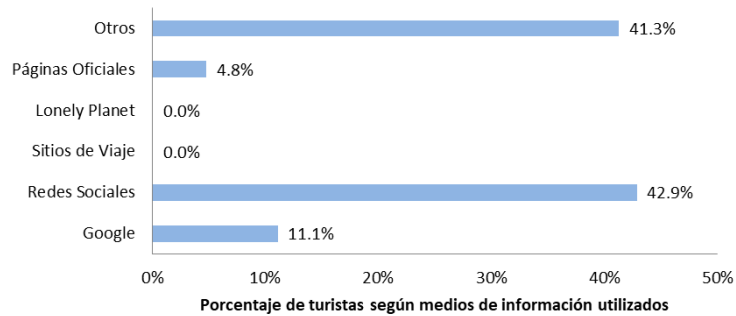
Estos resultados se presentan en las Ilustraciones 35 y 36.

Ilustración 35: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 36: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



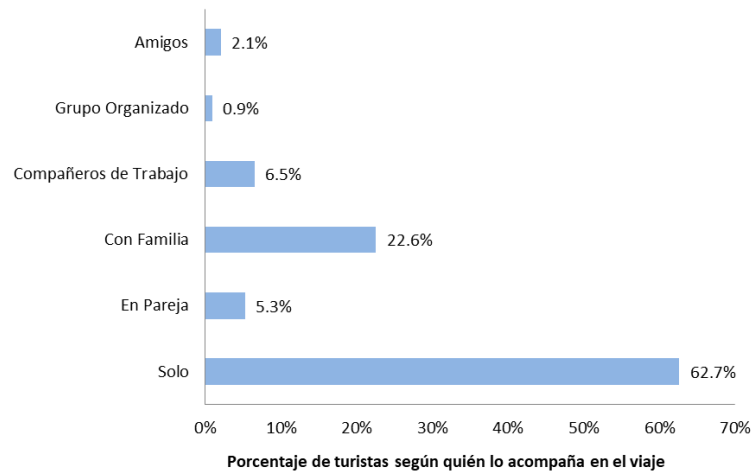
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3 Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

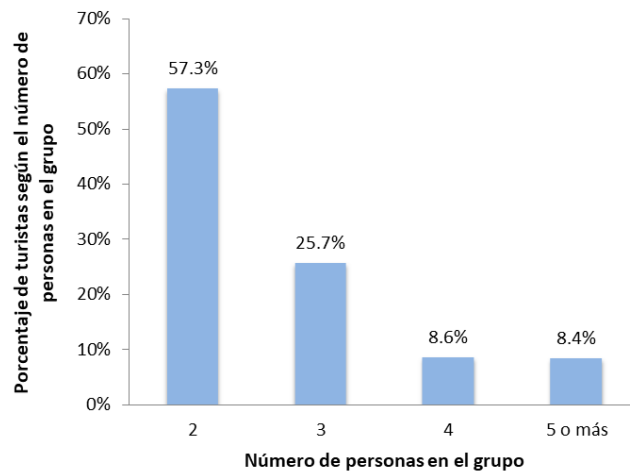
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (62.7%), pero en menor incidencia que en el parcial enero-marzo del año 2017 (69.4%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias es del 22.6%, que es mayor al 14.1% de turistas que viajaron con sus familiares en el periodo de comparación. Solamente el 5.3% y 6.5% de turistas vienen en pareja o con compañeros de trabajo respectivamente.

Ilustración 37: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 38: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 38 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de mayor tamaño fueron escasos, hallazgos que son similares a lo encontrado en el primer trimestre del año 2017.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, arriban a la ciudad en familia (47.4%), y solos (29.3%). Lo que revela que el turista recreativo prefiere ahora visitar la ciudad acompañado de su familia a diferencia del parcial 2017 donde el turista que visitó la ciudad por el mismo motivo prefirió hacer su viaje solo (43.8%). Según Tabla 11 quienes vienen por visita familiar un 60.7% deciden hacerlo solos, y un 30.9% lo hacen acompañados de su familia. Aquellos que visitan la ciudad por negocios lo hacen solos, al igual que los que vienen a la ciudad por estudios o investigación, o los que vienen por compras o servicios personales (ver anexo 3).

Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

| Turista Nacional | | ¿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 | 29.3% | 0.0% | 47.4% | 15.5% | 6.9% | 0.9% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 60.7% | 0.6% | 30.9% | 5.6% | 1.7% | 0.4% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 76.3% | 0.9% | 3.9% | 2.1% | 0.9% | 15.8% | 100.0% |
| Total | | 62.7% | 0.9% | 22.6% | 5.3% | 2.1% | 6.5% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (88.4% en enero-marzo 2018 vs. 91.7%, en el año 2017). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística es alrededor del 11.6%.

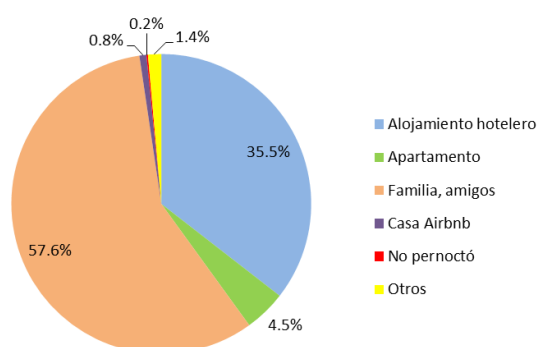
4.1.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca en una semana normal

4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista nacional es el alojamiento con sus familiares o amigos 57.6%. Aquellos que eligen establecimiento hotelero corresponden al 35.5%; estas proporciones son similares al 54% y 35% de turistas que eligen los mismos tipos de alojamiento, respectivamente, en el mismo parcial del año 2017. El uso de apartamento, aplica solamente para el 4.5% de los encuestados.

La proporción de turistas nacionales que no pernoctan en la ciudad o que alquilan una casa por medio de la web (casa Airbnb) es menos de 1% cada caso. Los visitantes que dicen elegir otro tipo de alojamiento es de únicamente el 1.4%.

Ilustración 39: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 12 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, 49.1% prefieren alojamiento en establecimiento hotelero tradicional y 49.1% se aloja con familiares o

amigos, frente al 45% y 51% respectivamente encontrado en el trimestre del año anterior. 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. En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación continúan prefiriendo alojarse con sus familiares o amigos o en apartamentos, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud o religiosos. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de compras o servicios personales, se aprecia una probabilidad de un 46.7% en cada caso de que escoja quedarse con un familiar o alojarse en establecimiento hotelero respectivamente. El uso de la web para reservar una casa (Casa AIRBNB) fue escaso (ver anexo 4).

Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional

| Turista Nacional | | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|-------------|-----------------|---------------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 49.1% | 0.9% | 49.1% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 7.8% | 2.4% | 88.8% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 64.5% | 7.2% | 25.1% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 66.7% | 0.0% | 19.0% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 22.8% | 14.0% | 61.4% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 19.8% | 1.2% | 75.6% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 25.0% | 25.0% | 50.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 46.7% | 0.0% | 46.7% | 100.0% |
| | Otros | 50.0% | 25.0% | 25.0% | 100.0% |
| Total | | 35.5% | 4.5% | 57.6% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

4.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 13 se presenta la duración de estancia del turista nacional que visita la ciudad hasta 30 días. En el primer trimestre del año 2018, la estancia promedio es de 5.37 días, no obstante, 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. El 25% de turistas nacionales tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 3 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 6 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 6 días. La respuesta más común de los turistas nacionales, fue permanecer 2 días en la ciudad.

**Tabla 11: Duración de la estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)**

| | Primer trimestre |
|-------------------------------------|-------------------------|
| Media | 5.37 |
| Cuartil 1 (25% de los casos) | 2.00 |
| Mediana (Cuartil 2) | 3.00 |
| Cuartil 3 (75% de los casos) | 6.00 |
| Moda | 2.00 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se debe señalar que la duración de la estancia va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. Por lo tanto no es recomendable, comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. Además, dada la distribución de los datos, el uso de la media no es recomendable, es preferible el uso de la mediana o moda.

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. La Tabla 14 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que aquellos que vienen por visita a familiares o amigos, resultados semejantes para visitantes que arriban por motivos de dictar o participar en congresos o conferencias. El turista que viene por negocios, tratamiento de salud o por realizar compras o servicios personales realiza visitas cortas de 2 días. Los que vienen por estudios o investigación o por motivos religiosos suelen realizar una estancia de una mediana de 4 días.

Es importante indicar que los resultados son consistentes con la duración de la estadía de los turistas que visitaron la ciudad en el periodo enero-marzo del año 2017.

**Tabla 12: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)**

| Turista Nacional | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana) |
|---|---|--|
| | | Primer trimestre |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 3.0 |
| | Visita a familiares o amigos | 3.0 |
| | Negocios, actividades | 2.0 |
| | Congresos, conferencias | 3.0 |
| | Estudios, investigación | 4.0 |
| | Tratamiento de salud | 2.0 |
| | Motivos religiosos | 4.0 |
| | Compras o servicios personales | 2.0 |
| | Otros | 2.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento, según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 15), se puede apreciar que los días de estadía son de 2 cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero, la estancia es de 3 días cuando se aloja con la familia y amigos y de 8 cuando se aloja en apartamento. Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es de 3.5 días. En cuanto a los que prefirieron no pernoctar⁹ en la ciudad se quedaron una mediana de 5 días. Por último, quienes se hospedan en otro tipo de alojamiento tienen una estadía mediana de 3 días; dichos visitantes son aquellos que mencionan alojarse en sus lugares de trabajo, u otros. Es importante indicar que los hallazgos son consistentes a la evidencia reportada por el trimestre enero-marzo 2017.

Tabla 137: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Nacional | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana) |
|-------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| | | Primer Trimestre |
| Tipo de Alojamiento Utilizado | ALOJAMIENTO HOTELERO | 2.0 |
| | APARTAMENTO | 8.0 |
| | FAMILIA, AMIGOS | 3.0 |
| | CASA AIR BNB | 3.5 |
| | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | 5.0 |
| | OTROS | 3.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca, gasta en promedio \$311.36 por grupo¹⁰ durante toda su estancia, en el primer trimestre del año 2018 que es mayor al gasto promedio en el mismo periodo del año 2017 (\$238.28). Al dividir dicho gasto por el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$215.34 en promedio, por persona en el año 2018, mayor a \$177.31 por persona en el primer trimestre del año 2017. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona fue calculado en \$53.78, para en el periodo enero-marzo de 2018, mayor al gasto diario por turista (\$46.51) en el mismo periodo del año 2017¹¹.

La Ilustración 40, revela la composición del gasto turístico en el primer trimestre del año 2018. Del total de gastos realizados por turistas nacionales, el 43.9% se realiza en transporte, el 28.5% del gasto lo realizan en alimentación, y un 11.8% gastan en alojamiento. El 7.8% del gasto, que se realiza en entretenimiento, es mayor al 3.9% del gasto en dicho rubro en el periodo de

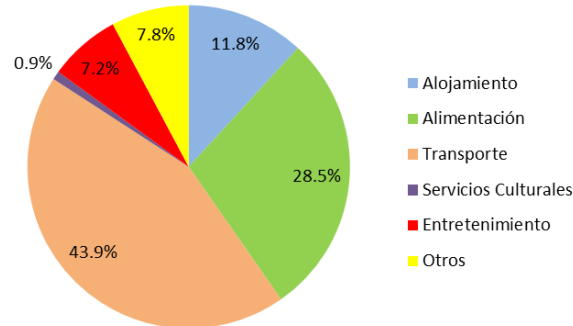
⁹ Los turistas que indican no pernoctar en la ciudad, corresponde al porcentaje de turistas que se hospedaron en cantones cercanos pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

¹⁰ Los gastos totales por grupo, se calcula como la suma de los diversos tipos de gastos en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo de turistas con el que viajó. Pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

¹¹ Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos. En las siguientes tablas se presenta la estimación de los gastos que toma en cuenta la forma de distribución de los gastos.

comparación; el resto de composición del gasto no varía significativamente al presentado en el trimestre enero-marzo 2017.

Ilustración 40: Composición del gasto total turístico por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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, y la duración de la estancia. Con respecto a los turistas que tienen una estancia de hasta 30 días, el gasto 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 negocios (\$130) y por motivos recreacionales (\$78), gasto que es menor a los resultados en el primer trimestre del año 2017 (\$140 y \$106 respectivamente). Caso especial son aquellos que vienen a visitar familia y amigos, o tratamiento de salud, en estos grupos se puede apreciar que los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Los hallazgos revelan que las personas que vinieron por motivos de negocios, a pesar de presentar estancias relativamente cortas prefirieron establecimientos hoteleros de mayor jerarquía, lo que impulsó su gasto en hospedaje (\$35.84) y otros medios de transporte (\$49.7) con mayor costo. El caso de turistas que arriban por motivos recreacionales, realiza gastos menores que el promedio en servicios culturales y espacio de diversiones (\$3.81), en comparación con aquel que arriba a la ciudad por visitar a familiares o amigos (\$6.69), o por motivos de negocios o trabajo (\$5.18). En términos generales, el gasto de un turista nacional durante toda su estancia en el periodo enero-marzo 2018 (84.10), es relativamente similar al presentado en el primer trimestre del año 2017 (88.19).

4.1.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal

4.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

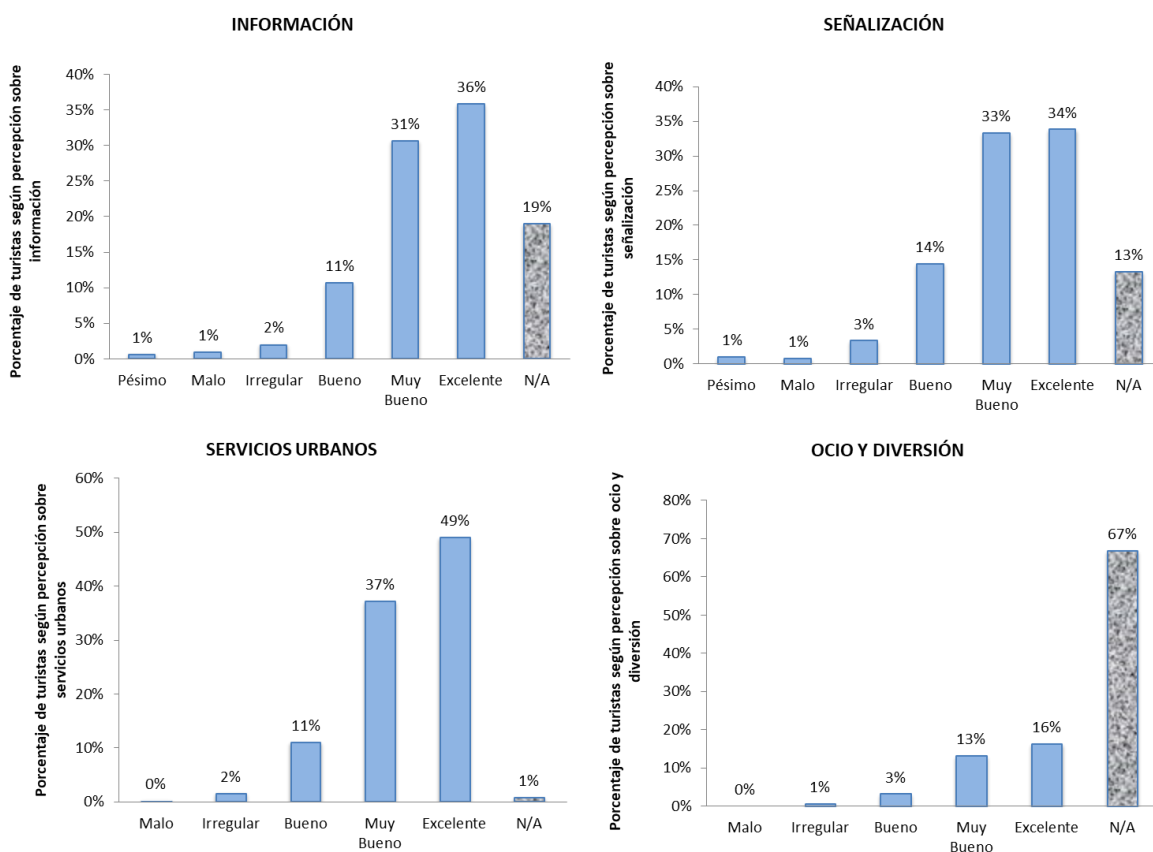
Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 85.7%, 80.4% y 81.3% respectivamente, lo que es consistente con los hallazgos del primer parcial del año 2017 (80.7%, 85%, 80.6%). Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar pagado.

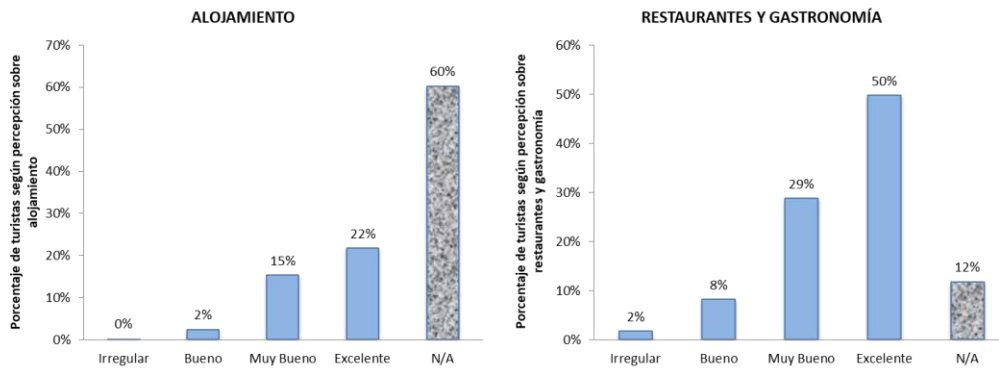
4.1.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes, al igual que en el parcial enero-marzo 2017. Estos resultados se pueden apreciar en la Ilustración panorámica 41. Se aprecia un incremento de turistas nacionales que califican a los servicios urbanos como excelentes, en este parcial frente al mismo periodo 2017 (42% a 49% en el año 2018).

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

Ilustración 41: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional

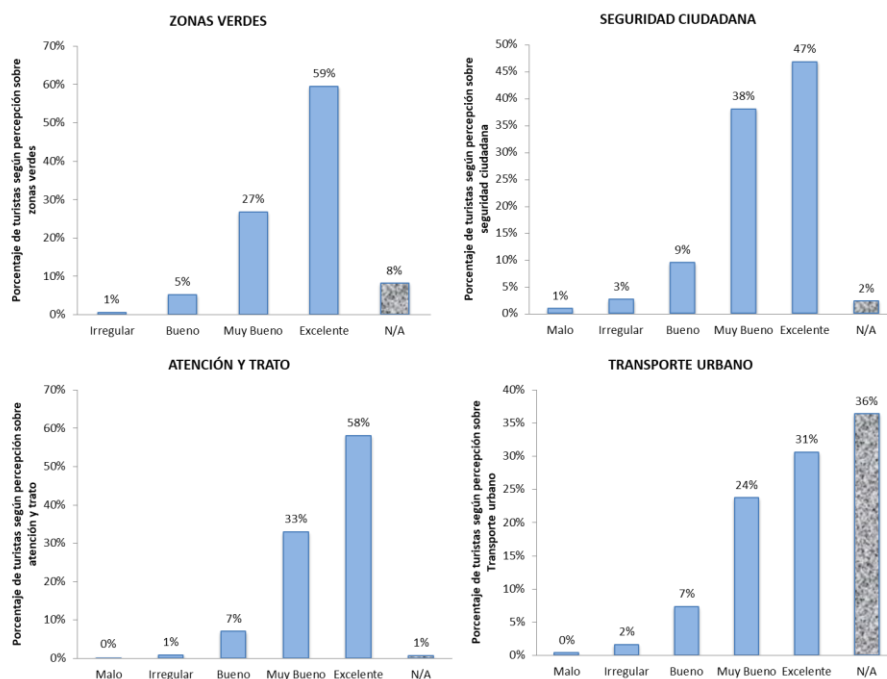




Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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, y una alta calidad en el servicio de transporte urbano. Si bien, el servicio de transporte urbano es calificado como muy bueno o excelente, hay una incidencia media de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicio. Estos resultados son consistentes con los obtenidos en el primer trimestre del año 2017. En comparación con el primer trimestre del año 2017, se evidencia una mejora perceptiva de bueno a muy bueno de servicios de seguridad ciudadana en el parcial enero-marzo 2018 (38% y 9% muy bueno y bueno respectivamente en el año 2018 frente al 28% y 15% respectivamente en el año 2017). De igual manera, una mejora perceptiva de bueno a muy bueno de servicios de seguridad ciudadana en el parcial enero-marzo 2018 (33% y 7% muy bueno y bueno respectivamente en el año 2018 frente al 24% y 10% respectivamente en el año 2017).

Ilustración 42: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al comparar la percepción de los turistas extranjeros frente a los turistas nacionales sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca, en general existe una percepción de excelente o muy bueno de todos los servicios. Las diferencias más importantes en la percepción, se da en los servicios urbanos, ya que un 43% de visitantes extranjeros califican como excelentes a este servicio, mientras que el 49% de turistas nacionales califica este servicio como excelente. Se debe señalar que aun cuando existe diferencias en la percepción de otros servicios, no es directamente comparable porque las variaciones en la percepción, se debe a la proporción de turistas que no aplican para responder a dichas preguntas. (Ver Tabla 18)

Tabla 14: Comparación de la percepción de los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero vs Nacional

| SERVICIOS | Percepción | Extranjeros | Nacionales | SERVICIOS | Percepción | Extranjeros | Nacionales |
|-------------------|------------|-------------|------------|----------------------------|------------|-------------|------------|
| INFORMACIÓN | Bueno | 9% | 11% | RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA | Bueno | 7% | 8% |
| | Muy Bueno | 40% | 31% | | Muy Bueno | 36% | 29% |
| | Excelente | 33% | 36% | | Excelente | 52% | 50% |
| SEÑALIZACIÓN | Bueno | 15% | 14% | ZONAS VERDES | Bueno | 7% | 5% |
| | Muy Bueno | 31% | 33% | | Muy Bueno | 27% | 27% |
| | Excelente | 27% | 34% | | Excelente | 60% | 59% |
| SERVICIOS URBANOS | Bueno | 14% | 11% | SEGURIDAD CIUDADANA | Bueno | 5% | 9% |
| | Muy Bueno | 41% | 37% | | Muy Bueno | 35% | 38% |
| | Excelente | 43% | 49% | | Excelente | 57% | 47% |
| OCIO Y DIVERSIÓN | Bueno | 6% | 3% | ATENCIÓN Y TRATO | Bueno | 6% | 7% |
| | Muy Bueno | 14% | 13% | | Muy Bueno | 28% | 33% |
| | Excelente | 20% | 16% | | Excelente | 63% | 58% |
| ALOJAMIENTO | Bueno | 5% | 2% | TRANSPORTE URBANO | Bueno | 7% | 7% |
| | Muy Bueno | 29% | 15% | | Muy Bueno | 23% | 24% |
| | Excelente | 35% | 22% | | Excelente | 30% | 31% |

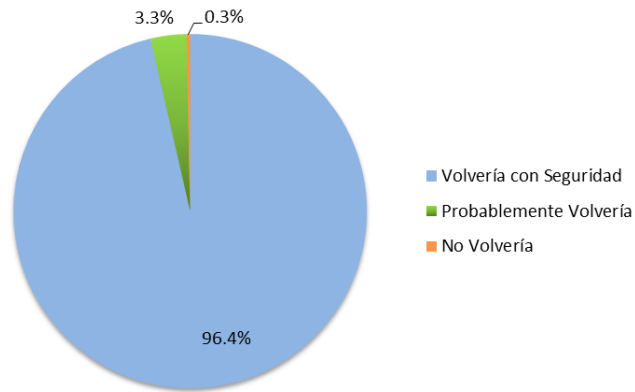
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.5.3 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.

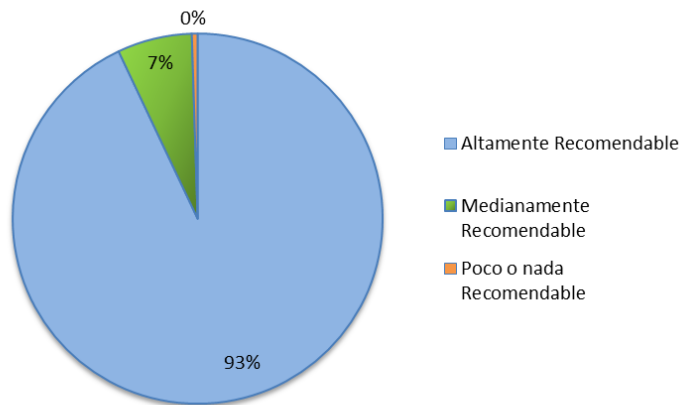
Como se aprecia en las Ilustraciones 44 y 45, cerca del 96.4% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 3.3% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volvería son solamente de 0.3%, resultados consistentes en relación a los hallazgos del trimestre enero-marzo 2017. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 93% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 6.5% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 0.5% lo considera como poco o nada recomendable. Esto implica que la recomendabilidad de la ciudad de Cuenca como destino turístico ha incrementado frente al 79% de turistas nacionales que visitaron la ciudad en el primer trimestre del año 2017 y lo consideraron como altamente recomendable.

Ilustración 43: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 44: Recomendabilidad del Destino Cuenca

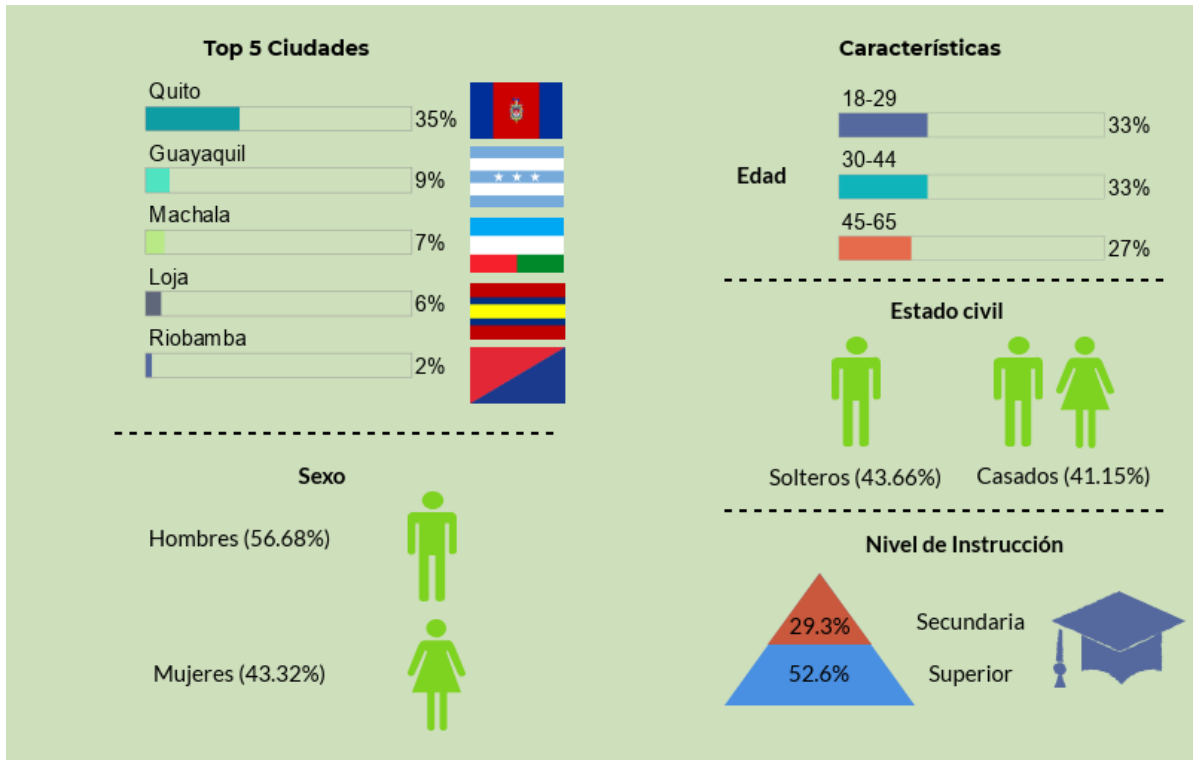


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.5.4 Grado de Conocimiento de los atractivos de la Ciudad antes de la visita

Alrededor del 53.6% de los turistas nacionales ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que el resto de visitantes, 46.4%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad. Finalmente, solo un 9.8% de turistas nacionales estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.

4.1.6 Perfil del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en semana normal



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

Perfiles de turistas nacionales

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre enero-marzo 2018, se pueden inferir dos perfiles de turistas nacionales que visitan la ciudad:

- Un perfil conformado por turistas adultos, 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. (Ver anexo 6)
- Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 6)

Importante

Las recomendaciones familiares es el medio más utilizado por el turista nacional para informarse sobre el destino turístico Cuenca.

Percepción del turista nacional:

Consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos.

Los turistas nacionales califican a los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca como muy buenos o excelentes.

Retorno y recomendabilidad:

Los visitantes nacionales presentan alta probabilidad de retorno, y consideran que la ciudad de Cuenca es altamente recomendable.

Motivación, organización, tipo de alojamiento, duración de la estancia y costos de la estancia del turista nacional en el primer trimestre del año 2018

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$60, es decir, un gasto diario por persona de \$20.
- b) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$130, es decir, un gasto diario por persona de \$65.
- c) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por sus atractivos turísticos, paisajes naturales, y a la cultura característica de la ciudad de Cuenca, que viajan en familia o solos y prefieren alojamiento hotelero u hospedarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$78, es decir, un gasto diario por persona de \$26.

4.2 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado

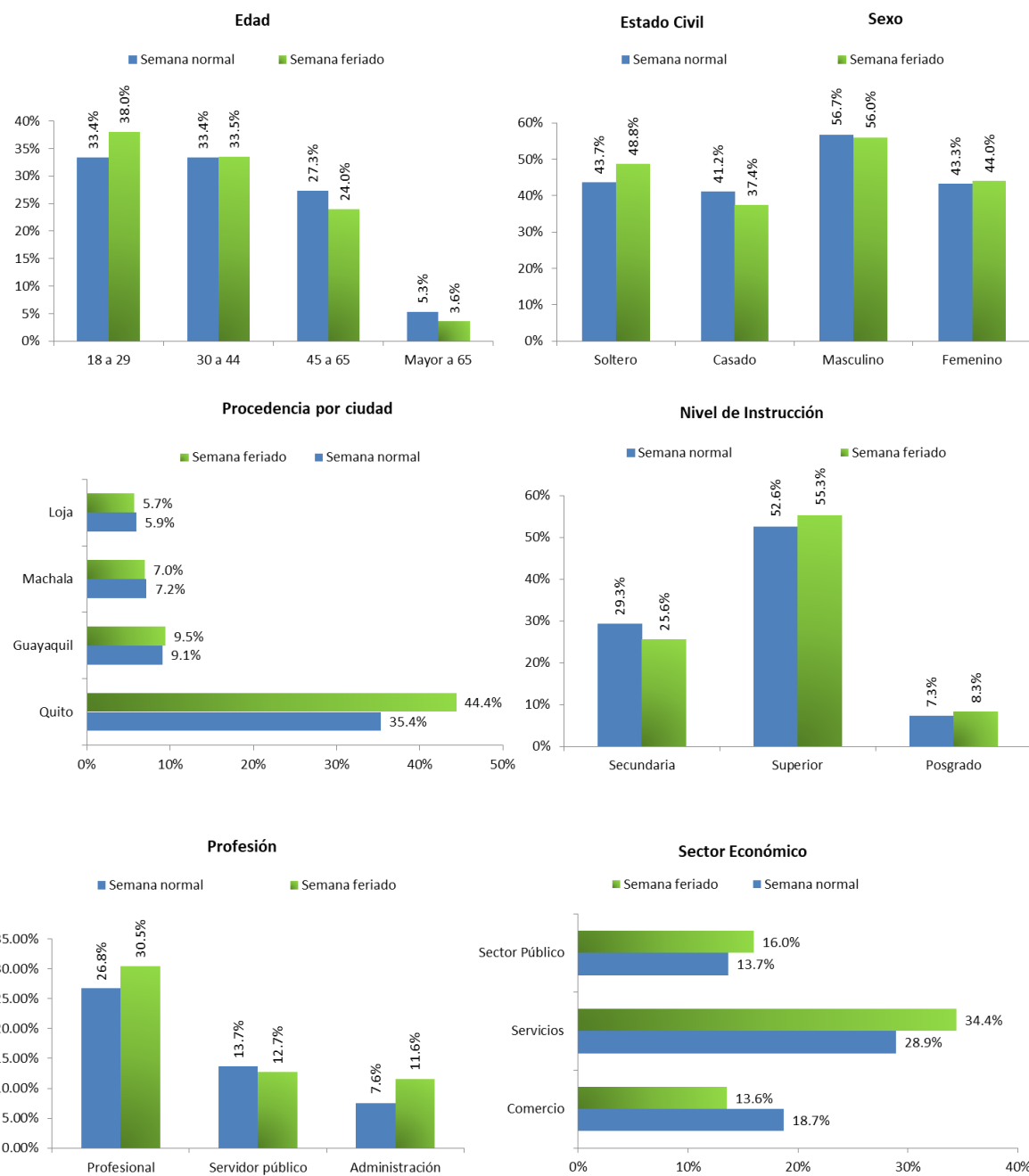
Con el fin de identificar si el perfil del turista es distinto en el periodo de feriado, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana de carnaval, dando los siguientes resultados:

4.2.1 Características sociodemográficas:

Al igual que los resultados ya reportados, el turista nacional que visita la ciudad de Cuenca en el periodo de feriado se caracteriza por en un rango con edad comprendido entre 18 a 29 años (38%); o en un rango entre 30 a 44 años y 45 a 65 años (33% y 24% respectivamente); en su mayor parte continúan siendo solteros (48.8%) o casados (37.4%). Los resultados reportan una muestra de 56%-44% de entrevistados hombres frente a mujeres. La gran mayoría de los visitantes nacionales continúa estando conformado por turistas quiteños (con una mayor proporción a lo encontrado anteriormente, 44.4% frente al 35.4% en una semana normal).

En la época de feriado, los visitantes nacionales no muestran variaciones fuertes respecto a su nivel de educación, ya que continúan siendo turistas con educación superior (55.3%), o con título de bachiller (25.6%), que laboran como profesionales independientes (30.5%) o como servidores públicos (12.7%). Se evidencia que existe una mayor incidencia de turistas nacionales que laboran en el sector servicios (34.4% en una semana de feriado frente al 28.9% en una semana normal). En cuanto a la composición familiar del turista continúan formando parte de una familia tradicional arquetipo (34.22%), o son turistas solteros que viven solos (7.18%) o con sus padres (33.27% en semana de feriado frente al 25.79%).

Ilustración 45: Comparación características sociodemográficas del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Composición del núcleo familiar

| Estado civil | Núcleo familiar | Semana normal | Semana feriado |
|--------------|---------------------|---------------|----------------|
| Solteros | Viven solos | 12.19% | 7.18% |
| | Solo padres e hijos | 25.79% | 33.27% |
| Casado | Solo padres e hijos | 36.56% | 34.22% |

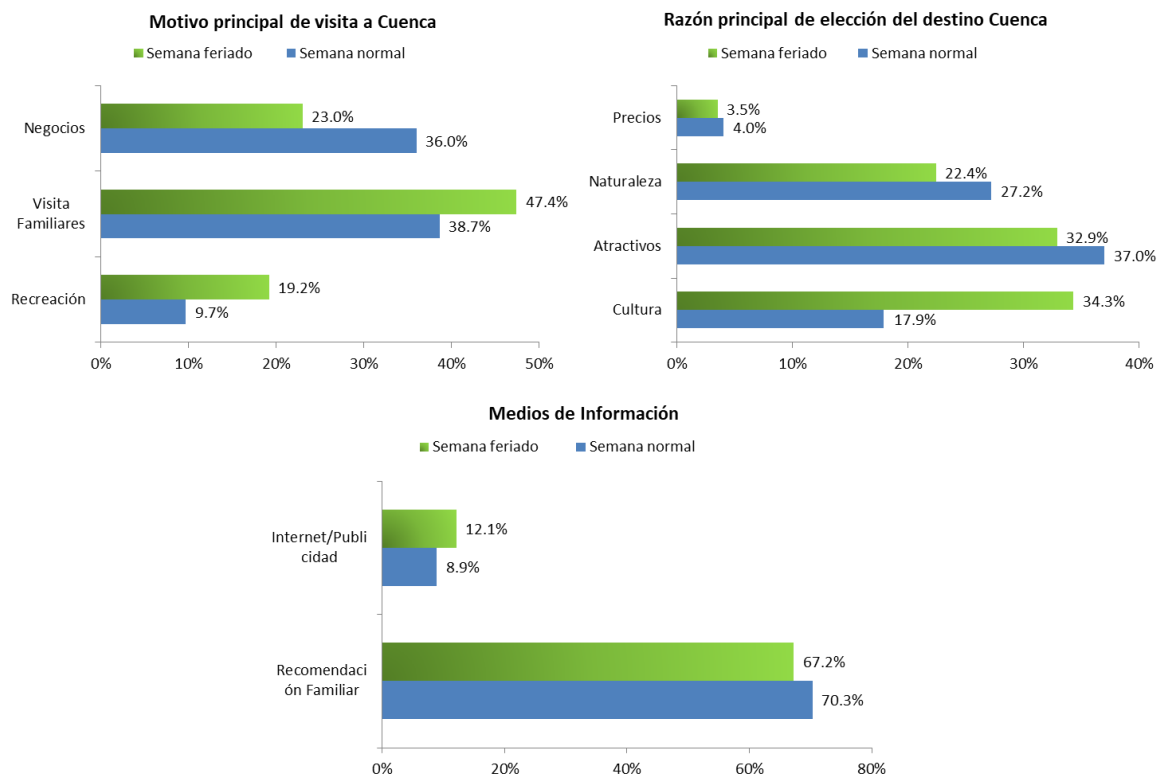
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.2 Motivación del turista:

Uno de los cambios más interesantes se da en la motivación del turista para visitar la ciudad, ya que el visitante nacional aprovecha el feriado para visitar a sus familiares o amigos (47.4% frente al 38.7% presentado en los resultados de relevamientos en una semana normal). Aquellos que arriban a la ciudad para realizar actividades recreativas representan el 19.2% del total, en la semana de feriado, proporción que es mayor al 9.7% en una semana normal. Aquellos que visitan la ciudad con motivos de negocios representan una proporción menor con valor de 23% en una semana de feriado frente al 36% en una semana normal.

Los visitantes que arriban a la ciudad por motivo puramente recreacional, eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por su cultura como sus fiestas y folclore (34.3% en periodo de feriado frente al 17.9% en una semana normal), por sus atractivos no naturales como sus monumentos (32.9% en semana de feriado frente al 37% en semana normal) o por sus paisajes naturales (22.4% frente al 27.2% en semana normal). Siendo, al igual que en los resultados presentados, la recomendación familiar o de amigos (67.2%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento de la ciudad.

Ilustración 46: Comparación de la motivación del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

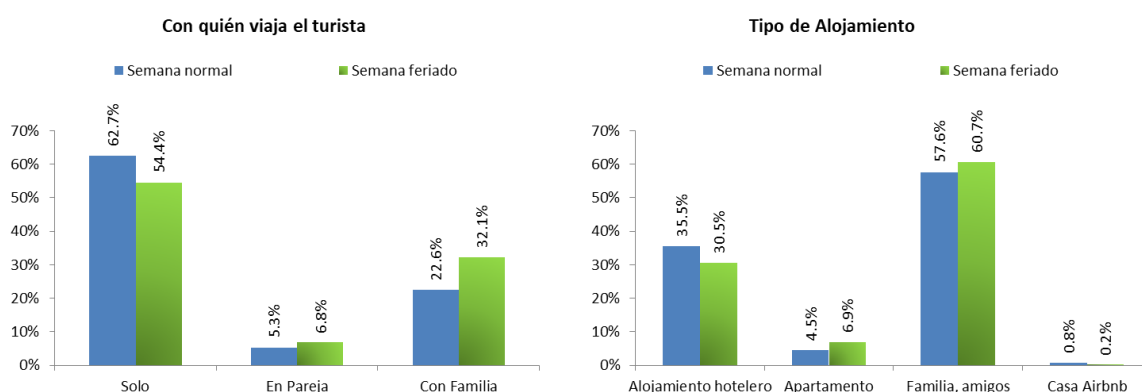
4.2.3 Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:

En cuanto a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales continúan prefiriendo viajar solos (54.4%), pero en menor proporción que los resultados de una semana normal (62.7%). Pero también hay una importante proporción que ahora viajan en familia (32.1% en semana de feriado frente al 22.6% en una semana normal). No hay variaciones fuertes en las elecciones de tipo de

alojamiento, ya que continúan prefiriendo alojarse con familiares y amigos (60.7%), o alojamiento en algún establecimiento hotelero (30.5%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos continúan con estancias medianas de 3 días, quienes vienen por visitar a familiares o amigos presentan una permanencia de 4 días, que es un día más en comparación con los resultados de una semana normal. Finalmente, quienes visitan la ciudad por motivos de negocios, se aprecia que tienen una permanencia de 4 días, que es dos días más que en periodo normal.

Ilustración 47: Comparación de la organización del viaje, tipo de alojamiento y duración de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



| Turista Nacional | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana) | |
|--|--------------------------------------|--|----------------|
| | | Semana normal | Semana feriado |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 3.0 | 3.0 |
| | Visita a familiares o amigos | 3.0 | 4.0 |
| | Negocios, actividades | 2.0 | 4.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

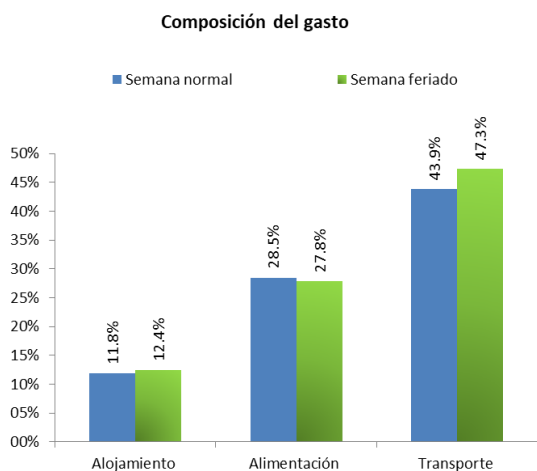
4.2.4 Costo de la estancia:

Analizando el costo de la estancia se puede inferir que la composición del gasto de los turistas nacionales no presenta variaciones significativas, ya que continúa siendo los gastos de transporte el 47% de los gastos totales, la alimentación continúa representando el 24% de los gastos, y los gastos en alojamiento el 27.8%.

En términos generales los resultados del relevamiento en el feriado, reportan mayores gastos medianos por persona por día, solamente para aquellos turistas nacionales que arribaron por motivos recreativos (\$40 por persona diario frente a un gasto de \$26 en semana de feriado). Aquellos turistas que arriban a la ciudad por visita a familiares, presenta un gasto diario similar en un semana de feriado en comparación con los resultados de una semana normal (\$18.75 frente a \$20 en una semana normal). Los visitantes nacionales que visitan la ciudad por negocios o actividades profesionales, también presentan menores gastos en una semana de feriado (\$46.25

frente a \$65). Por lo que en general el resultado del gasto mediado diario por persona es menor con un valor de \$29.29 frente al gasto reportado en una semana normal (\$36.06).

Ilustración 48: Comparación del costo de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



| Mediana del Gasto diario personal del Turista Nacional | Semana normal | Semana feriado |
|--|----------------|----------------|
| Recreación, esparcimiento vacaciones | \$26.00 | \$40.00 |
| Visita a familiares o amigos | \$20.00 | \$18.75 |
| Negocios, actividades profesionales | \$65.00 | \$46.25 |
| Congresos, conferencias | \$18.58 | \$40.00 |
| Estudios, investigación | \$13.50 | \$7.70 |
| Tratamiento de salud | \$15.00 | \$15.75 |
| Motivos religiosos | \$18.75 | \$0.00 |
| Compras o servicios personales | \$23.50 | \$24.17 |
| Otros | \$22.50 | \$41.50 |
| GLOBAL | \$36.06 | \$29.29 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.5 Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad

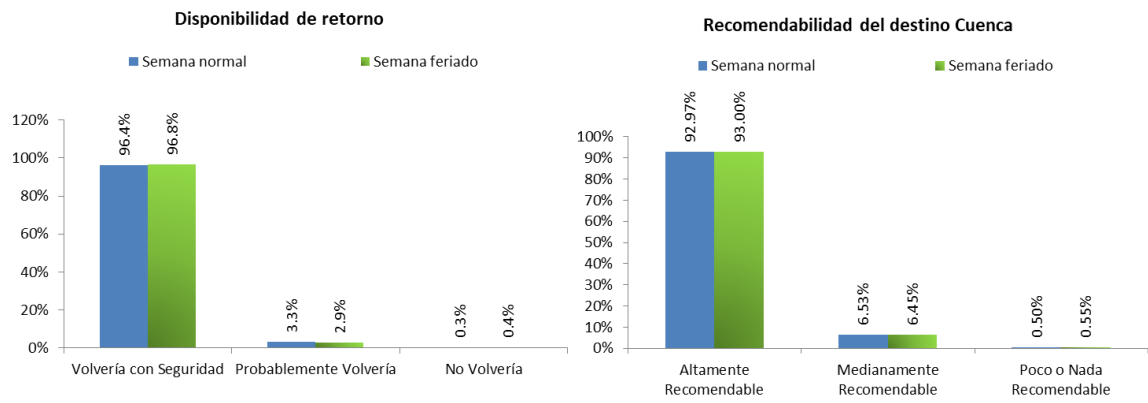
Por último, la percepción de todos los servicios que ofrece la ciudad es muy buena o excelente en el periodo de carnaval, similar a los resultados obtenidos en el relevamiento de una semana normal. El nivel de retorno (96.8%) y recomendabilidad (93%) son similares a los ya obtenidos en el relevamiento de una semana normal (Ver Ilustración 49).

Tabla 15: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional

| SERVICIOS | Percepción | Semana normal | Semana feriado | SERVICIOS | Percepción | Semana normal | Semana feriado |
|-------------------|------------|---------------|----------------|----------------------------|------------|---------------|----------------|
| INFORMACIÓN | Bueno | 10.7% | 10.8% | RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA | Bueno | 8.1% | 8.2% |
| | Muy Bueno | 30.7% | 30.5% | | Muy Bueno | 28.7% | 28.6% |
| | Excelente | 35.9% | 35.5% | | Excelente | 49.7% | 49.1% |
| SEÑALIZACIÓN | Bueno | 14.5% | 14.6% | ZONAS VERDES | Bueno | 5.1% | 5.4% |
| | Muy Bueno | 33.3% | 33.2% | | Muy Bueno | 26.7% | 26.6% |
| | Excelente | 33.8% | 33.1% | | Excelente | 59.4% | 59.7% |
| SERVICIOS URBANOS | Bueno | 11.0% | 11.0% | SEGURIDAD CIUDADANA | Bueno | 9.4% | 9.5% |
| | Muy Bueno | 37.2% | 37.8% | | Muy Bueno | 38.0% | 37.6% |
| | Excelente | 49.0% | 48.8% | | Excelente | 46.7% | 47.3% |
| OCIO Y DIVERSIÓN | Bueno | 3.2% | 2.9% | ATENCIÓN Y TRATO | Bueno | 6.9% | 7.7% |
| | Muy Bueno | 13.1% | 13.7% | | Muy Bueno | 32.9% | 20.9% |
| | Excelente | 16.3% | 15.3% | | Excelente | 58.0% | 57.5% |
| ALOJAMIENTO | Bueno | 2.3% | 2.5% | TRANSPORTE URBANO | Bueno | 7.3% | 7.2% |
| | Muy Bueno | 15.3% | 15.3% | | Muy Bueno | 23.7% | 24.1% |
| | Excelente | 21.7% | 21.4% | | Excelente | 30.6% | 30.2% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 49: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

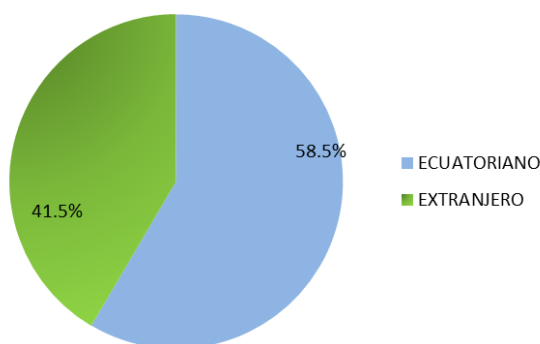
5. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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, también se realiza con el fin de capturar las preferencias de aquellos que vienen por auto propio, ya que no se puede hacer un conteo directo por temas presupuestarios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, realizar un estudio paralelo directamente en los establecimientos hoteleros, cuyos resultados en el trimestre enero – marzo 2018, se ponen a consideración a continuación.

5.1 Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 58.5% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales, contra un 41.5% de extranjeros. Por lo que existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros relevando en establecimiento hotelero frente al 32.4% del trimestre enero-marzo 2017.

Ilustración 50: Procedencia del Turista en el Hotel

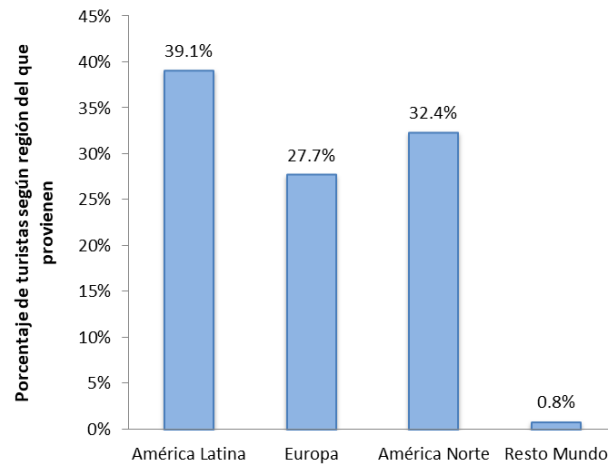


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La mayoría de turistas internacionales provienen de América Latina y Caribe (39.1%), turistas europeos (27.7%) y norteamericanos ¹² (32.4%) también tuvieron una importante representatividad. El número de visitantes de otras latitudes aun es bajo (0.8%). Estos resultados son similares a los hallazgos del trimestre enero-marzo 2017.

¹² Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.

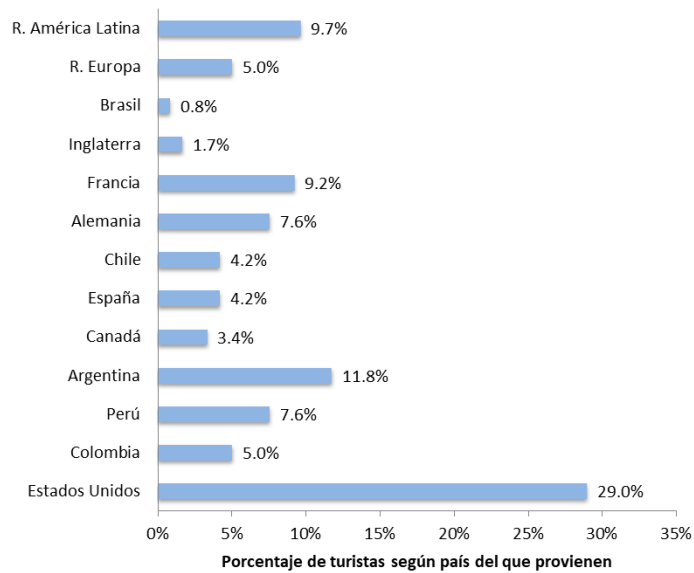
Ilustración 51: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia una mayor proporción de turistas provenientes de Estados Unidos (29%). El de flujo de turistas europeos como Alemania es del 7.6%, de Francia 9.2%, que es relativamente mayor al 5.8% de visitantes franceses que estuvieron en la ciudad en el primer trimestre del año 2017. A la par, se observa un incremento de turistas provenientes principalmente de Argentina (de 7.3% en 2017 a 11.8% en 2018), y una disminución de turistas provenientes de Perú (de 13.1% al 7.6%). La incidencia de chilenos, españoles, ingleses, canadienses y brasileños es menor que el 5% en cada caso del total de entrevistados. El resto de Europa, incluidos países no comunitarios, representan el 5%; se encuentra conformado de visitantes provenientes de países de Italia y Rumania. La representatividad de otros países de América Latina es del 9.7%, conformado principalmente por venezolanos, mexicanos y otros países que a nivel individual resultan ser no significativos. (Ver Ilustración 52).

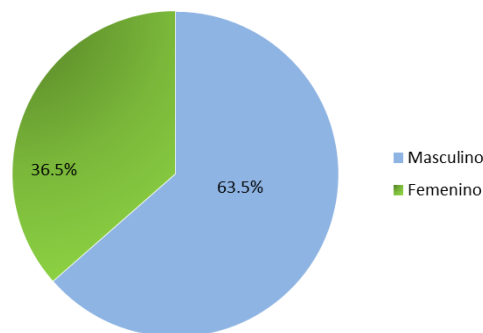
Ilustración 52: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, existe predominancia clara de 63.5% de encuestados varones versus un 36.5% de mujeres (Ilustración 53).

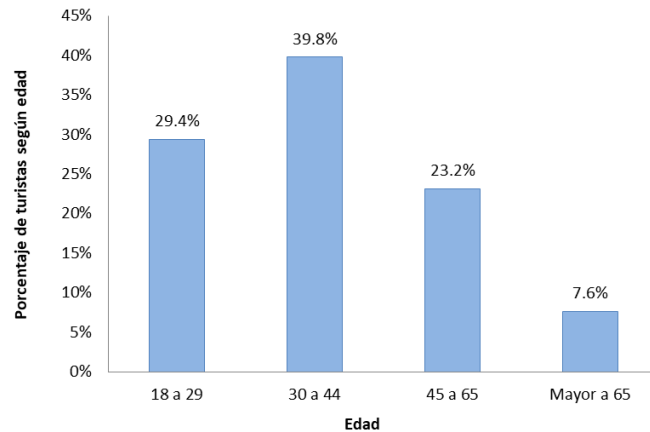
Ilustración 53: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 54 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros son aquellos que tienen entre 30 a 44 años de edad (39.8%), una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (29.4%), alrededor del 23.2% entre 45 a 65 años, y un 7.6% tienen más de 65 años. Resultados que son consistentes a los obtenidos en el trimestre enero-marzo 2017.

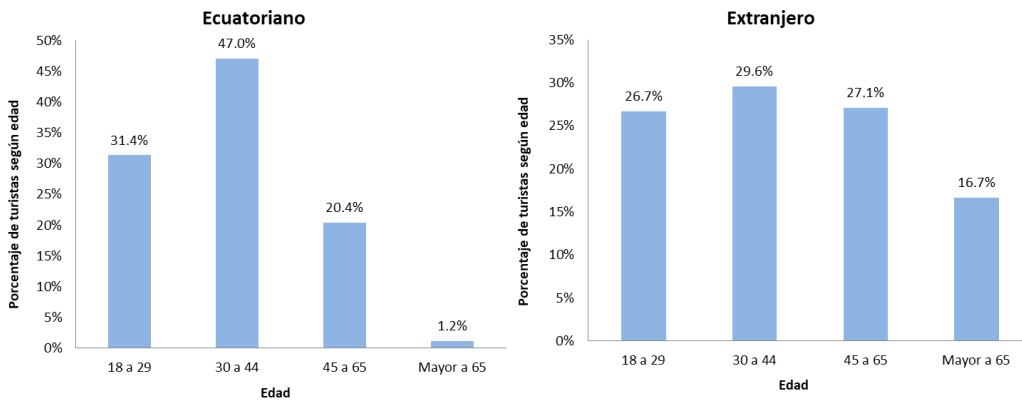
Ilustración 54: Edad del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 55), muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre 30 a 44 años (47%), al igual que el turista extranjero, pero en este caso con menor incidencia (29.6%). Una distinción importante se da en los turistas extranjeros con mayor rango etario, como el grupo entre 45 a 65 años, cuya representatividad es del 16.7%, frente al 1.2% en el caso de turistas nacionales. Los resultados son similares a los hallazgos del trimestre enero-marzo 2017.

Ilustración 55: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

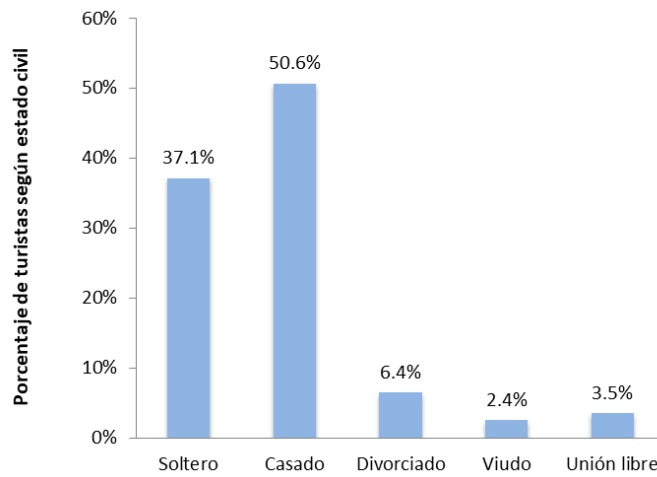


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (50.6%), proporción que es 4.5% más que en el primer parcial del año 2017. En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros (37.1%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación.

Ilustración 56: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero

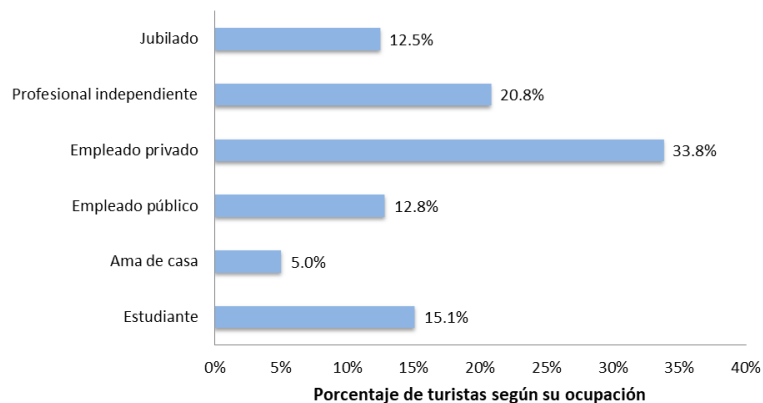


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 57, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados (33.8%). Del total de entrevistados el 21% reveló trabajar como profesional independiente, que resulta ser 3.2% menos que en el primer trimestre 2017.

La incidencia de empleados públicos es alrededor del 13%, mientras que la presencia de estudiantes se mantiene en 15%. El flujo de jubilados es del 12% y un 5% de visitantes son amas de casa.

Ilustración 57: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



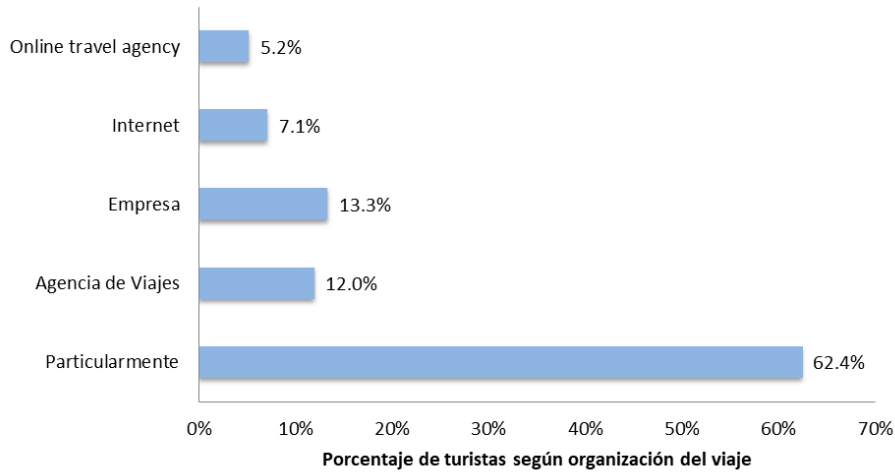
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3 Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que predomina es de forma independiente (62.4%). Alrededor de un 12% lo hace a través de una agencia de viajes; turistas que organizan su viaje a través de su empresa, es del 13.3%. Quienes utilizan internet para organizar su viaje son el 7.1% del total entrevistado, y tan solo un 5.2% lo hacen a través de agencias de viaje online (Ver Ilustración 58). Se evidencia que existe 6.3% de turistas que ya no organizan su viaje de forma particular si no que

lo realizan con mayor incidencia por medio de su empresa o por medio de online travel agency, en comparación al primer parcial del año 2017.

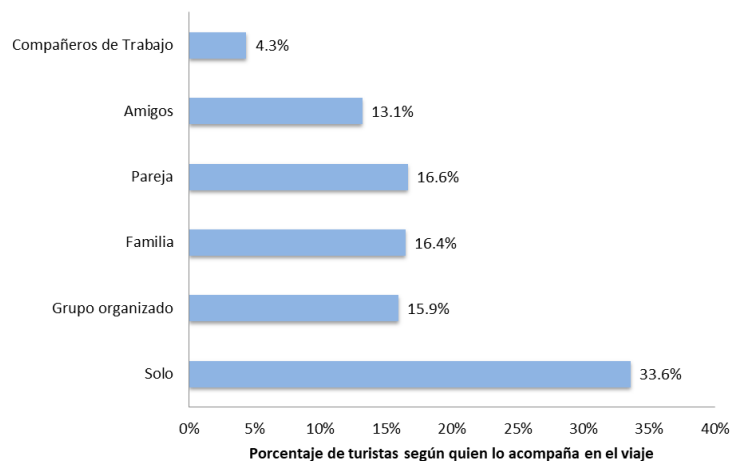
Ilustración 58: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, un grupo predominante de turistas viaja solo (33.6%). En este trimestre, los turistas hospedados en hoteles que viajaron a Cuenca en familia o en grupo organizado son de 16.4% y 15.9% respectivamente. Los turistas que viajaron en pareja, con amigos o compañeros de trabajo son de 16.6%, 13.1% y 4.3% respectivamente. (Ver Ilustración 59). Es importante indicar que hubo una disminución de 3.9% de visitantes que viajan en pareja en comparación con el primer trimestre 2017, como resultado hubo un incremento de turistas que viajan con sus amigos.

Ilustración 59: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña

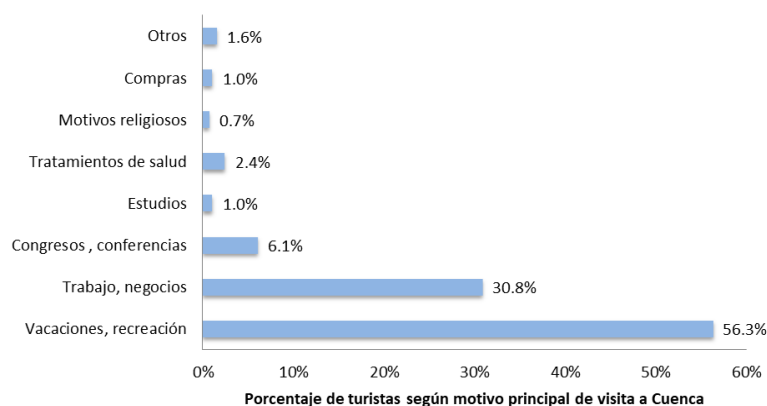


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, el turista en establecimiento hotelero viene por motivos recreativos fundamentalmente (56.3%), aunque hay un 30.8% que viene por motivos de trabajo, negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 6% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreos. Cabe señalar que hubo una disminución de turistas

que vienen por distintos motivos a favor de un aumento de visitantes que arribaron a la ciudad por vacaciones o recreación, trabajo o negocios, en relación al primer trimestre del año 2017. Adicionalmente, el 56% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad, por lo que un 44% de los turistas alojados en establecimientos hoteleros, visitan por primera vez la ciudad de Cuenca, hallazgos consistentes en ambos periodos analizados.

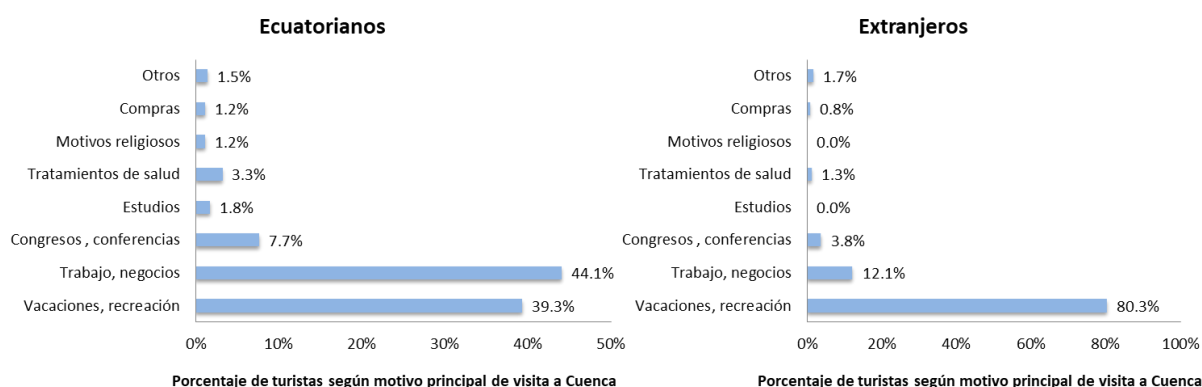
Ilustración 60: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 61 se evidencia que el turista nacional visita la ciudad por motivos de trabajo y negocios (44.1%) y motivos recreacionales (39.3%), y el turista extranjero por motivos puramente recreacionales (80.3%).

Ilustración 61: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

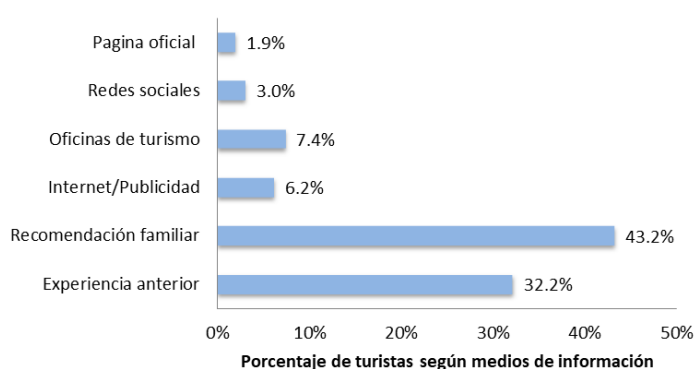
5.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior, hay mayor incidencia de turistas en hoteles que basaron su información sobre la ciudad en recomendaciones por parte de familiares y amigos (43.2%); no menos importante resulta los turistas que basan su conocimiento de la ciudad en experiencias anteriores (32.2%). A su vez, el 7.4% se informa por medio de oficinas de turismo oficiales, un 6.2% lo hace a través de internet o publicidad y un 3% utiliza las redes sociales para

informarse sobre la ciudad de Cuenca. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 2%. (Ver Ilustración 62). Si comparamos con los resultados del primer trimestre 2017, se evidencia que el medio principal de información que ha tomado mayor fuerza son las recomendaciones familiares en detrimento del uso de oficinas de turismo e internet y publicidad.

Adicionalmente, si se analiza los medios de información utilizados por el turista nacional y extranjero, se evidencia que el 50% de turistas nacionales que se alojaron en establecimientos hoteleros, basa su conocimiento de la ciudad en experiencias previas; a diferencia del turista extranjero en el que el 59% recibe recomendaciones e información por medio de amigos y familiares. El resto de turistas utilizan diferentes medios de información.

Ilustración 62: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



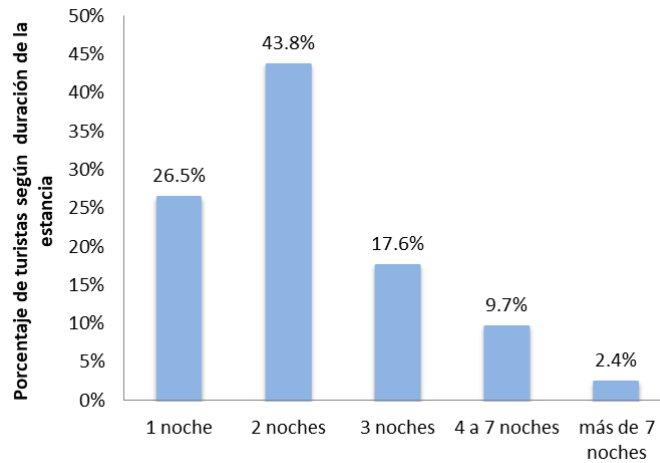
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5 Duración de la Estancia

La Ilustración 63 revela que, la mayor proporción de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 2 noches (43.8%); un 26.5% se quedó una noche; un 17.6% de turistas se quedaron 3 noches. Hubo un 9.7% de turistas en hoteles que se quedaron de 4 a 7 noches. Estadías mayores a 7 días son escasas. A diferencia del trimestre enero-marzo 2017, donde la estancia fue de una noche (43.9%) y un 33.2% del total de turistas relevados en hoteles se quedaban hasta dos noches.

Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel relevado, el 78% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento. Solo un 22% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común la respuesta de una o dos noches extra.

Ilustración 63: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel

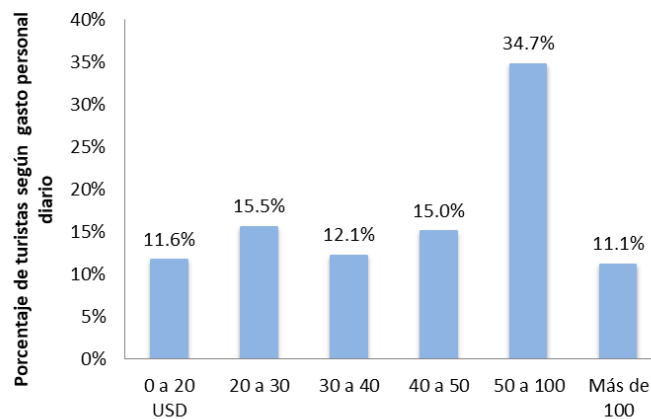


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 64 revela que la mayor proporción de turistas durante la estadía diariamente entre 50 a 100 dólares (34.7%). La fracción que gastó entre 20 a 30 dólares diarios o entre 40 a 50 dólares es el 15% en cada caso, y la porción que gastó más de 100 dólares por persona diariamente es del 11.1%. Un 12.1% de turistas relevados en establecimientos hoteleros gastan diariamente por persona entre 30 a 40 dólares. Es importante señalar que, en relación al primer parcial del año en comparación, existe una disminución de turistas que gastan entre 30 a 50 dólares, y un incremento de visitantes que ahora gastan entre 50 a 100 dólares (de 14.4% en el primer trimestre 2017 a 34.7% en el año 2018).

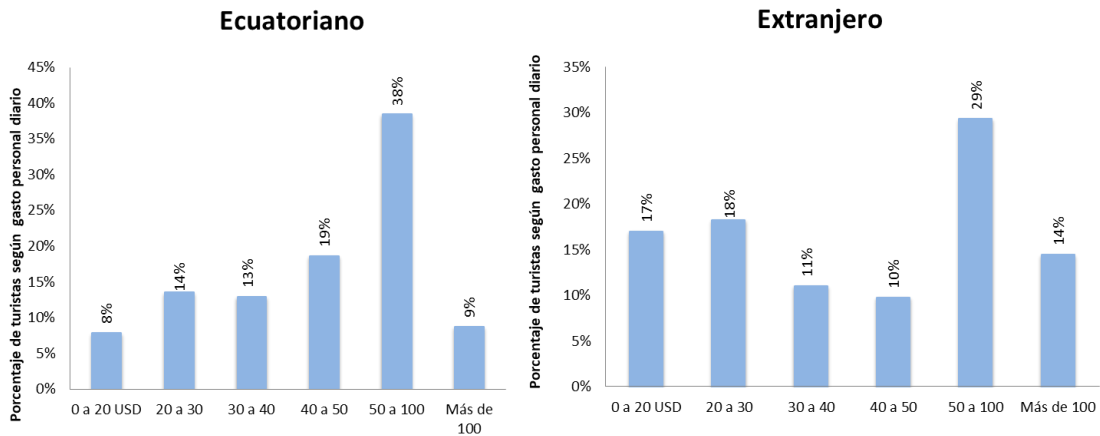
Ilustración 64: Gasto Personal Diario durante la estadía



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se analiza el gasto de los turistas en establecimiento hotelero por turista nacional o extranjero se observan los siguientes resultados. La Ilustración 65 revela que tanto turistas nacionales (38%) como extranjeros gastan diariamente por persona rubros entre 50 a 100 dólares por personas (29%).

Ilustración 65: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista

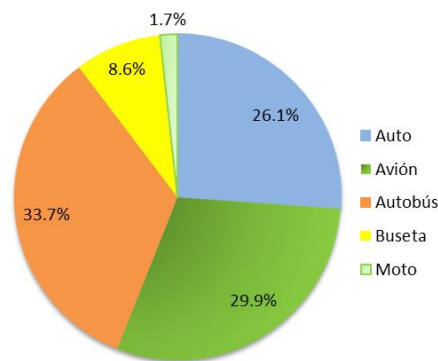


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.7 Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron revelados en establecimiento hotelero, la predilección es venir a la ciudad por autobús (33.7%). Aquellos turistas que utilizan auto, muestran una proporción del 26.1%. El uso de transporte aéreo es del 29.9% de turistas entrevistados. El uso de busetas es del 8.6% y de apenas el 1.7% utilizan motocicleta para transportarse a la ciudad de Cuenca¹³. Los hallazgos muestran que en este trimestre existe mayor uso de avión y menor proporción de turistas que utilizaron auto, en comparación con el 18.6% y 41% de turistas que utilizaron dichos medios de transporte respectivamente en el periodo enero-marzo 2017.

Ilustración 66: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

¹³ 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.

6. 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, tarifa Rev Par (Revenue per Available Room), y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros por tipo de establecimiento para los meses de enero a marzo.

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

- a) Determinar las características fundamentales en cuanto a tamaño, ubicación, número de habitaciones de los establecimientos hoteleros.
- b) Estimar la tarifa promedio por habitación de los locales de alojamiento.
- c) Comparar los principales indicadores con los resultados obtenidos en los años 2016-2017-2018 de los meses enero, febrero y marzo.

6.1 Metodología del estudio

6.1.1 ¿Quiénes Participaron en el estudio?

En esta parte del estudio se levantó información en los establecimientos de alojamiento de la zona urbana. Para ello, se contó con un catastro de locales a visitar otorgado por parte de la Fundación Turismo para Cuenca, que contenía la información de los establecimientos turísticos. Del catastro, 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 y que fueron visitados por los encuestadores durante los tres meses que se presentan en este informe, para la aplicación de las encuestas.

Es importante señalar que desde el mes de febrero del año 2018, se recolecta la información por medio de encuestas online, y con aplicación de encuestas de forma física por medio de visita a los alojamientos. Así, en enero se realizaron 90 encuestas físicas, en febrero 36 encuestas vía online y 42 físicas, y en marzo se realizó 30 encuestas online y 52 encuestas físicas (Ver Tabla 20).

Tabla16: Origen de los datos relevamiento: enero-marzo 2018

| Mes | Encuestas online | Encuestas físicas | Total |
|--------------|------------------|-------------------|------------|
| Enero | 0 | 90 | 90 |
| Febrero | 36 | 42 | 78 |
| Marzo | 30 | 52 | 82 |
| TOTAL | 66 | 184 | 250 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El levantamiento de información se realiza a los siguientes tipos de establecimiento hotelero:

- Categoría hotel: cinco, cuatro, tres y dos estrellas
- Categoría hostel: tres, dos y una estrella
- Categoría hostería
- Categoría única: casa de huéspedes

En la Tabla 21 se presenta la distribución de la muestra por tipo de alojamiento en los meses enero, febrero y marzo. Lo que da una muestra de 90, 78, y 82 establecimientos hoteleros en enero, febrero y marzo respectivamente.

Tabla17: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-marzo 2018

| TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO | Enero | Febrero | Marzo |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Hotel Cinco estrellas | 3 | 2 | 2 |
| Hotel Cuatro estrellas | 5 | 3 | 4 |
| Hotel Tres estrellas | 17 | 18 | 19 |
| Hotel Dos estrellas | 11 | 11 | 11 |
| Hostal Tres estrellas | 9 | 8 | 10 |
| Hostal Dos estrellas | 17 | 15 | 16 |
| Hostal Una estrellas | 25 | 17 | 13 |
| Hosterías | 2 | 2 | 3 |
| Categoría única | 1 | 2 | 4 |
| TOTAL | 90 | 78 | 82 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

6.1.2 ¿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 el catastro proporcionado por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. Como ya se indicó, de todos los locales visitados, entre 78 y 90 respondieron la encuesta a lo largo de visitas mensuales realizadas a los locales de alojamiento y mediante el levantamiento de información vía online. Esto es una respuesta de alrededor de 40% de locales aptos para contestar la encuesta.

La ficha de levantamiento de la encuesta se realizó en concordancia con la encuesta que periódicamente levanta el 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 de llamadas telefónicas a los locales consultados.

Durante el periodo de estudio, se definió las categorías de hoteles con estrellas, siendo cinco la mayor y dos estrellas la de menor categoría. En hostales se empieza con tres estrellas hasta una estrella, por último se incluyó categoría hosterías y categoría única pero estas no se registran como una sección de análisis por ser pequeña; sin embargo si se incluyen en los promedios totales.

6.1.3 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 considerando sus fluctuaciones.

6.2 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 2018 para hoteles son: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y dos estrellas; para hostales son: tres estrellas, dos estrellas y una estrella; por último, existe para pensiones una categoría única y la categoría hosterías¹⁴. En esta sección del documento se presenta una Tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel y una Ilustración con la evolución de la tasa de ocupación y la evolución de la tarifa de una habitación general.

6.2.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 22 se registra los indicadores para el total de los establecimientos hoteleros, hostales, hosterías y categoría única.

Tabla18: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Total

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 30.38 | \$ 31.78 | \$ 32.19 | \$ 31.45 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 73.8% | 72.9% | 73.4% | 73.4% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 26.2% | 27.1% | 26.6% | 26.6% |
| Tasa de ocupación | 37.2% | 44.0% | 44.7% | 42.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 72.9% y 73.8%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje, con valor promedio de 73.4% (ver Tabla 22), proporción similar al promedio encontrado en el trimestre enero marzo 2017 (70.8%).

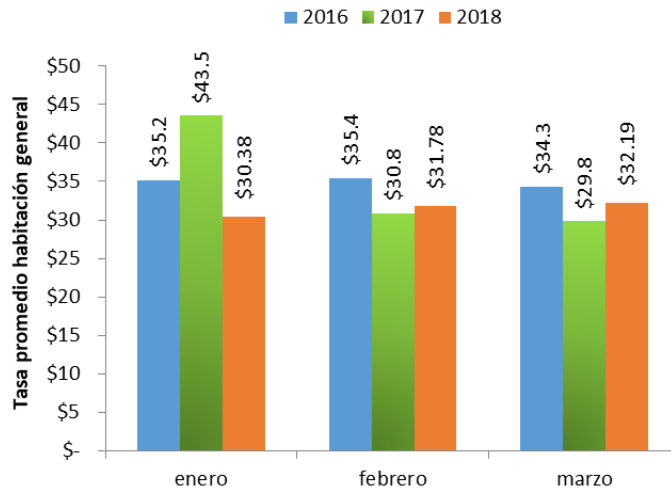
El porcentaje promedio de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 42% en promedio en el trimestre enero-marzo 2018, siendo el mes de marzo el mes con mayor porcentaje 44.7%. En cuanto a la tarifa promedio habitación general, oscila entre \$30.38 y \$32.19, con un promedio de \$31.45 en el periodo de estudio, valor que es relativamente similar al promedio encontrado en el mismo trimestre en el año 2017 (\$34.7).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado. Todos los demás meses fluctúan entre 29.8 y 35.4 dólares.

¹⁴ Estas categorías se incluye en los indicadores para el total de establecimientos, 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. Tampoco se analiza los establecimientos categorizados como hosterías. Los cambios en el catastro también en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re-categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

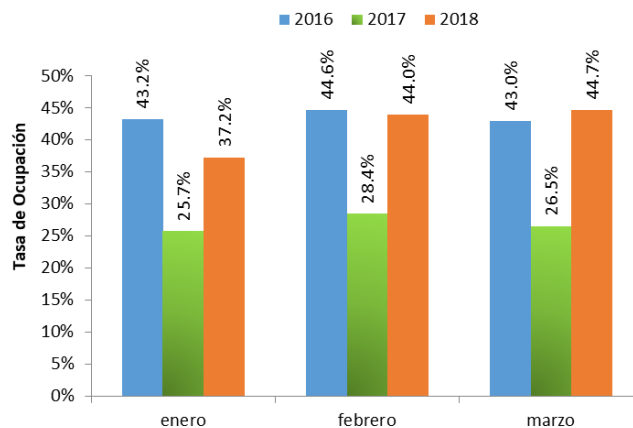
Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017. Siendo el mes de febrero y marzo, los meses que presenta una alta tasa de ocupación con valor 44.7%. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 presenta la mayor tasa promedio de ocupación (43.6%). Los niveles de ocupación en el año 2018 (42% en promedio) se incrementaron respecto al año 2017 (26.9%), muy cercano a los niveles encontrados en el año 2016.

Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Estos datos son fluctuantes cuando se analiza los indicadores por categoría de establecimientos hoteleros.

6.2.2 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.

Tabla19: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría cinco estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|-----------|-----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 82.12 | \$ 112.64 | \$ 118.50 | \$ 104.42 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 72.5% | 54.9% | 53.7% | 60.4% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 27.5% | 45.1% | 46.3% | 39.6% |
| Tasa de ocupación | 40.4% | 55.6% | 51.7% | 49.2% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

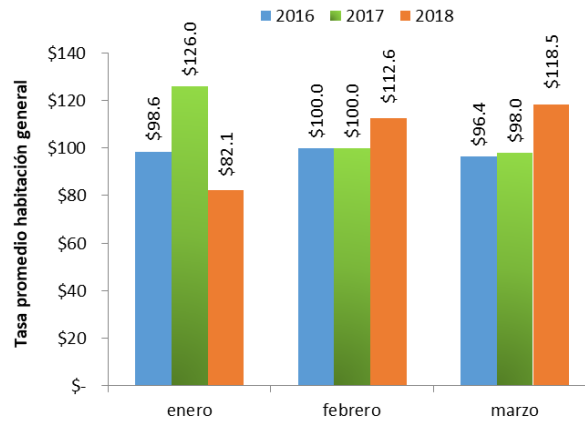
En los establecimientos hoteleros Cinco Estrellas, presenta el mayor porcentaje de huéspedes nacionales hospedados en el mes de enero (72.5%), por lo que el porcentaje promedio de nacionales huéspedes alcanza a 60.4% en el primer trimestre del año 2018, proporción que no dista significativamente del promedio 57.5% encontrado en el mismo trimestre del año 2017. La tarifa promedio de una habitación en general varía de \$82.1 y \$118.5, lo que da un promedio de \$104.4 mensual, siendo el mes de marzo el que presenta mayor tarifa promedio (\$118.5) (Ver Tabla 23).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje cinco estrellas en la ciudad de Cuenca es alto, en el mes de febrero se observa la mayor tasa de ocupación (55.6%), valor que se puede explicar por las fiestas cuencanas característicos del mes (ver Tabla 23). La tasa promedio de ocupación en el trimestre enero-marzo 2018 alcanza (49.2%) mensual, proporción que es mayor con respecto al promedio encontrado en el mismo periodo del año 2017 (43.4%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado. Todos los demás meses fluctúan entre 82.1 y 118.5 dólares. Además, se observa que, en el mes de febrero y marzo de 2018 la tarifa general es mayor en comparación a niveles encontrados en el año 2016 y 2017.

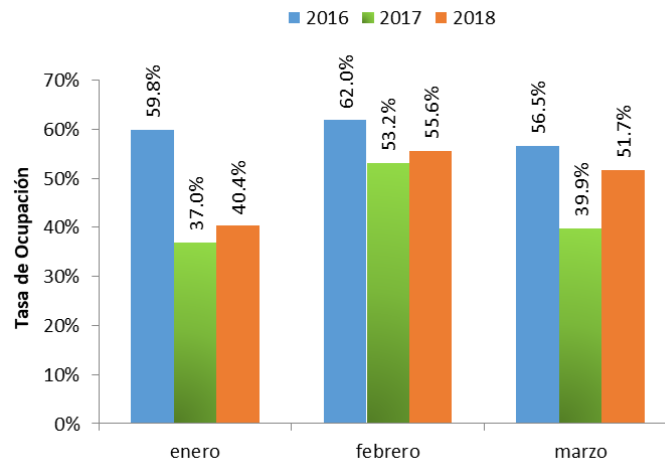
Ilustración 69: Tarifa promedio habitación general, categoría cinco estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son relativamente mayores en relación al año 2017. Siendo el mes de febrero el que presenta una alta tasa de ocupación con valor 55.6%. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 presenta la mayor tasa promedio de ocupación (59.4%); si bien los niveles de ocupación en el año 2018 (49.2% en promedio) se incrementaron respecto al año 2017 (43.4%), aún no alcanza los niveles encontrados en el año 2016.

Ilustración 70: Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.3 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 20: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Cuatro Estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$71.60 | \$53.00 | \$58.00 | \$60.87 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 86.6% | 33.4% | 53.6% | 57.8% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 13.4% | 66.6% | 46.4% | 42.2% |
| Tasa de ocupación | 38.4% | 53.0% | 54.1% | 48.5% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

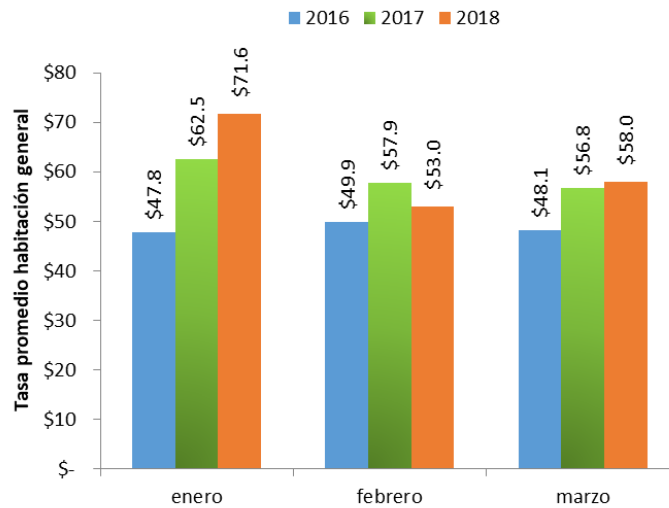
En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 33.4% y 86.6%; con un promedio de 57.8% mensual, proporción que es menor en comparación con el porcentaje promedio encontrado en el mismo trimestre del año 2017 (63.2%). (Ver Tabla 24). La mayor tarifa de una habitación general, se evidencia en el mes de enero con valor de 71.6 dólares, alcanzando una tarifa promedio de una habitación general en el trimestre de \$60.87 mensual, tarifa que es similar al promedio mensual encontrado en el primer trimestre del 2017 (\$59.1)

De acuerdo a la Tabla 24, la tasa de ocupación en los meses febrero y marzo son altas (53% y 54.1%). La tasa de ocupación promedio mensual alcanza un valor de 48.5%, que es mayor en relación al promedio mensual del mismo periodo del año 2017 (40.3%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 71.6 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 47.8 y 62.5 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2017 y 2018 son similares (\$59.1 y \$60.87 respectivamente), pero mayores en relación a la tarifa promedio mensual del año 2016 (\$48.6).

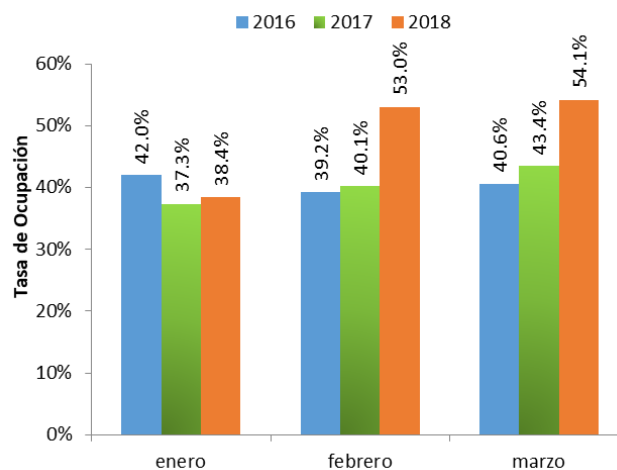
Ilustración 71: Tarifa promedio habitación general, categoría cuatro estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017 y 2016. Siendo los meses de febrero y marzo que presentan una alta tasa de ocupación con valor 53% y 54.1% respectivamente. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 y 2017 la tasa promedio de ocupación mensual son similares (40.6% y 40.3% respectivamente); pero menores a los niveles de ocupación en el año 2018 (48.5% en promedio mensual).

Ilustración 72: Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En la Tabla 25 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

Tabla 21: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría: tres estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 41.70 | \$ 35.58 | \$ 30.73 | \$ 36.00 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 61.4% | 86.2% | 88.2% | 78.6% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 38.6% | 13.8% | 11.8% | 21.4% |
| Tasa de ocupación | 39.6% | 39.3% | 37.4% | 38.8% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

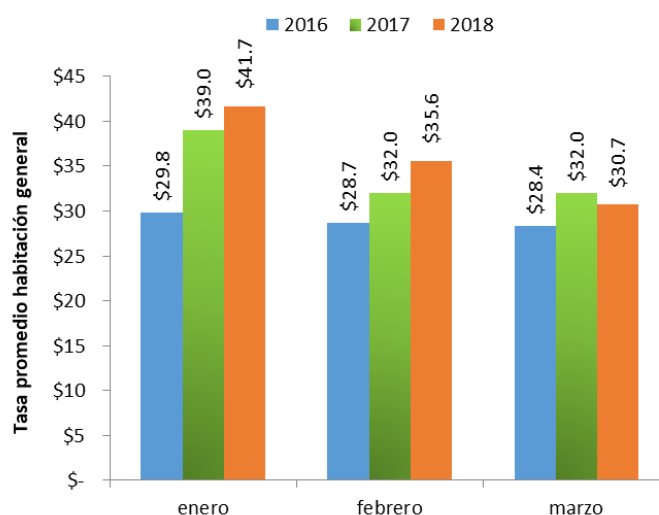
En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles es en promedio 78.6% mensual, proporción que es mayor en comparación al 73.8% promedio mensual de hospedados nacionales en el primer trimestre del año 2017. Siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles, donde el mes de marzo presenta la mayor proporción de hospedados nacionales con valor de 88.2% en promedio. La tarifa general promedio de una habitación en el mes de enero y febrero es alta, con valor de \$41.7 y \$35.58 respectivamente. Alcanzando la tarifa promedio de una habitación general, en el primer trimestre 2018 es de \$36 mensual, tarifa que es relativamente similar al promedio mensual encontrado en el primer trimestre del 2017 (\$34.3).

La tasa de ocupación promedio en los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca con categoría tres estrellas, fue del 38.8% en el primer trimestre, proporción que es mayor en comparación con el nivel de ocupación encontrado en primer trimestre del año 2017 (18.8% en promedio). Siendo el mes de enero y febrero que presenta la mayor tasa de ocupación en el trimestre con valor de 39.6% y 39.3% respectivamente.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 41.7 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 28.7 y 39 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2017 y 2018 son relativamente similares (\$34.3 y \$36 respectivamente), pero mayores en relación a la tarifa promedio mensual del año 2016 (\$28.9).

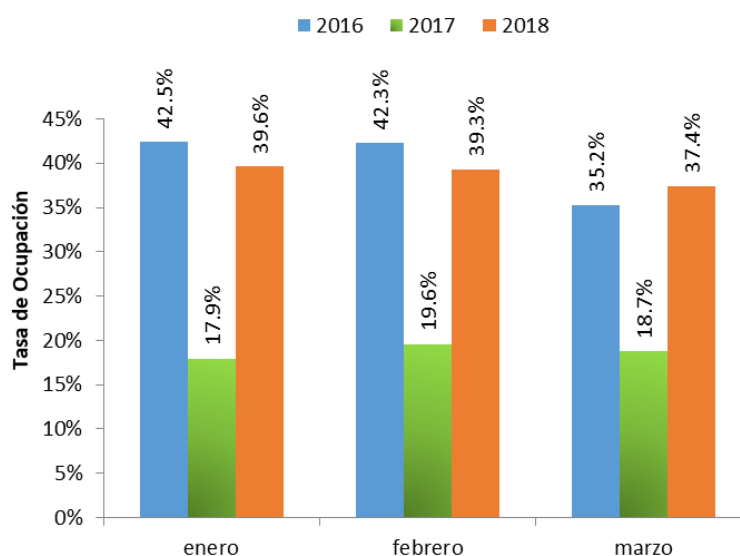
Ilustración 73: Tarifa promedio habitación general, categoría tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017, similares a los niveles de ocupación encontrados en el año 2016. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 la tasa promedio de ocupación mensual (40%) es similar en relación a las tasas de ocupación del año 2018 (38.8% en promedio mensual); a diferencia de los bajos niveles de ocupación en el mismo periodo del año 2017 (18.8% en promedio mensual).

Ilustración 74: Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En la Tabla 26 se puede revisar los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 22: Indicadores de oferta enero- marzo: Categoría: dos estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 22.00 | \$ 29.09 | \$ 27.45 | \$ 26.18 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 85.9% | 81.7% | 87.8% | 85.1% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 14.1% | 18.3% | 12.2% | 14.9% |
| Tasa de ocupación | 33.4% | 42.5% | 47.7% | 41.2% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

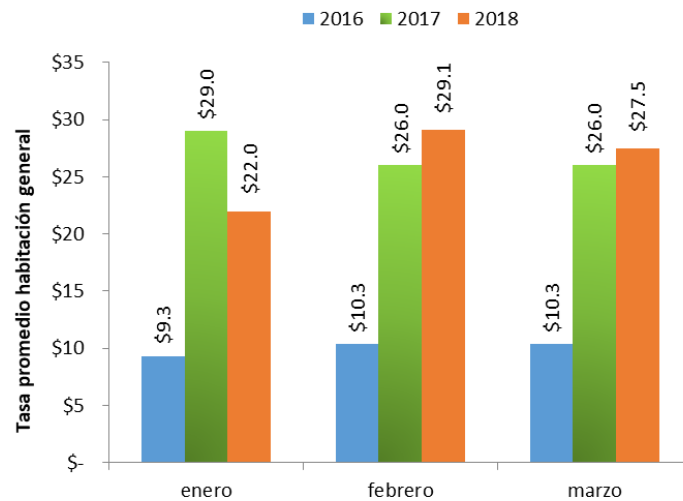
En los establecimientos de dos estrellas, el porcentaje promedio de nacionales hospedados en este tipo de establecimiento es alto en comparación con otras categorías, el promedio mensual en el trimestre enero-marzo 2018 es de 85.1%, proporción mayor al encontrado en el primer trimestre del año 2017 (60.4% hospedados nacionales). Siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles.

La tarifa promedio de una habitación general, es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en promedio en 26.18 dólares mensuales para los primeros tres meses del año, valor que es similar a la tarifa promedio mensual del primer trimestre del año 2017 (\$27.0). Con respecto a la tasa de ocupación, esta categoría mantuvo una ocupación promedio de enero a marzo de 41.2% mensual, valor que es 14.7 puntos porcentuales más que los niveles de ocupación del primer trimestre del año 2017 (26.5% promedio mensual).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de febrero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 29.09 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 9.3 y 29.0 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2017 y 2018 son similares (\$26.18 y \$26.48 respectivamente), pero alrededor de 2.7 veces más en relación a la tarifa promedio mensual del año 2016 (\$9.97).

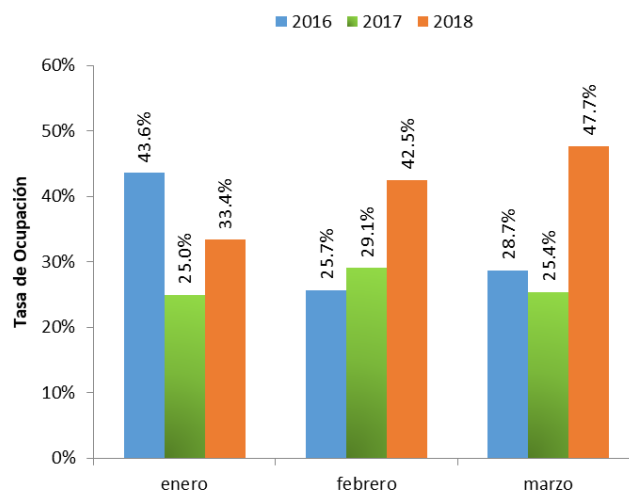
Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general, categoría dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017 y 2016. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016, la tasa promedio de ocupación mensual (32.7%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2017 (26.5% en promedio mensual); pero se evidencia una mejoría en los niveles de ocupación en el año 2018 (41.2% en promedio mensual).

Ilustración 76: Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.6 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

Hostales Tres Estrellas

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

Tabla 23: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Tres Estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 44.25 | \$ 54.13 | \$ 48.44 | \$ 48.94 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 39.2% | 64.4% | 50.1% | 51.2% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 60.8% | 35.6% | 49.9% | 48.8% |
| Tasa de ocupación | 34.4% | 51.5% | 43.1% | 43.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 51.2% mensual en el periodo enero-marzo 2018, proporción que es mucho menor al encontrado en el primer trimestre del año 2017 (88.3% huéspedes nacionales en promedio mensual). Siendo el mes de febrero con mayor proporción de huéspedes nacionales con valor de 64.4%.

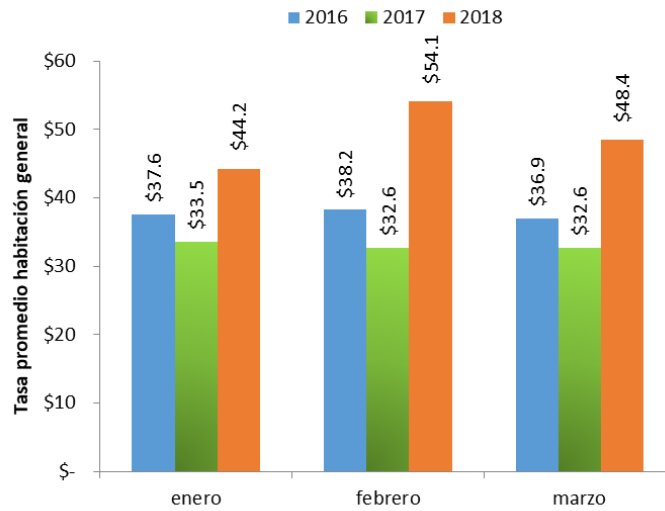
La tarifa promedio en estos establecimientos durante el trimestre fue de \$48.94 en promedio mensual, tarifa que es mayor al evidenciado en el primer trimestre del año 2017 (\$32.93 en promedio mensual). Siendo el mes de febrero que presenta una alta tarifa habitación general con valor de \$54.13, incremento que se explica por las mayores tasas de ocupación que experimenta el establecimiento hostales tres estrellas en dicho trimestre.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, categoría hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca, fue en promedio de 43% para los meses enero-marzo 2018, proporción que es 15.1% más que el nivel de ocupación promedio mensual encontrado en el primer trimestre del año 2017 (27.9%). En el mes de febrero, este tipo de establecimiento hotelero experimenta la mayor tasa de ocupación con valor de 51.5%, niveles de ocupación que puede ser explicado por el feriado festivo que se presenta en dicho mes.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de febrero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 54.1 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 32.6 y 48.4 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2016 y 2017 son relativamente similares (\$37.58 y \$32.93 respectivamente), pero en el año 2018 la tarifa promedio creció un 48.62% hasta alcanzar un valor de \$48.94, en comparación al promedio mensual del año 2017.

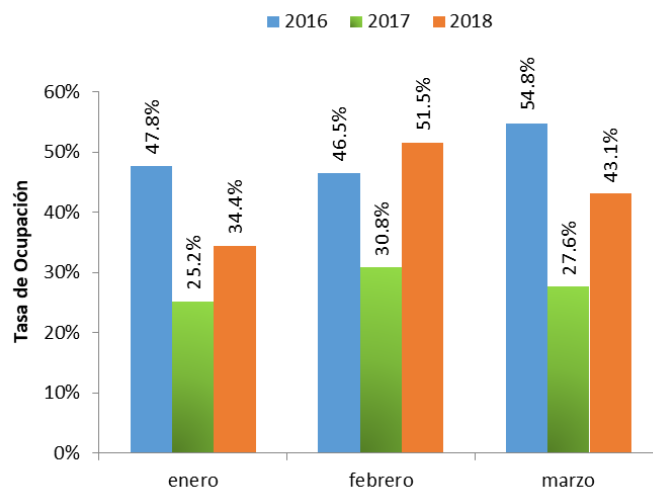
Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de marzo del año 2016, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2018 y 2017, con valor de 54.8%. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 la tasa promedio de ocupación mensual (49.7%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2017 (27.9% en promedio mensual); pero se evidencia una mejoría en los niveles de ocupación en el año 2018 (3% en promedio mensual).

Ilustración 78: Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

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

Tabla 24: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Dos Estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 21.63 | \$ 19.81 | \$ 21.22 | \$ 20.89 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 63.2% | 67.9% | 71.2% | 67.4% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 36.8% | 32.1% | 28.8% | 32.6% |
| Tasa de ocupación | 36.8% | 40.4% | 58.9% | 45.4% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

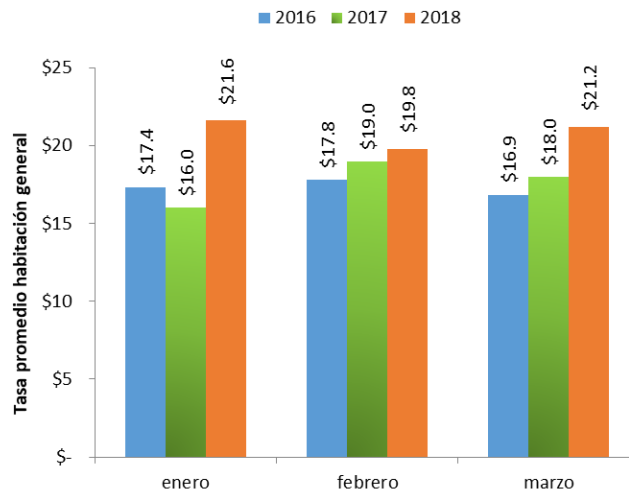
En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas, el porcentaje de nacionales hospedados es alto con valores en promedio mensual de 67.4% en el año 2018, proporción menor si se compara con el trimestre del año 2017 (86.9% huéspedes nacionales en promedio mensual), siendo el mes de febrero que presenta la mayor proporción con valor de 67.9%. La tarifa general promedio del trimestre enero-marzo fue de \$20.89 mensual, tarifa que es mayor al valor encontrado en el primer trimestre 2017 (\$17.67 promedio mensual). Siendo el mes de enero que presenta la mayor tarifa con valor de \$21.63, luego del cual las tarifas no presentan variaciones significativas.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue alta con valor de 45.4% en promedio mensual, proporción que es mayor al nivel de ocupación encontrado en el primer trimestre del 2017 (26.2% en promedio mensual). Los resultados muestran que existe un repunte en el mes de marzo con una proporción de 58.9%.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 21.6 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 16 y 21.2 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2016 y 2017 son relativamente similares (\$17.34 y \$17.67 respectivamente), mientras que en el año 2018 la tarifa promedio mensual alcanza a 20.89 dólares mensuales. El pequeño incremento en las tarifas del año 2018 puede explicarse por el crecimiento de las tasas de ocupación.

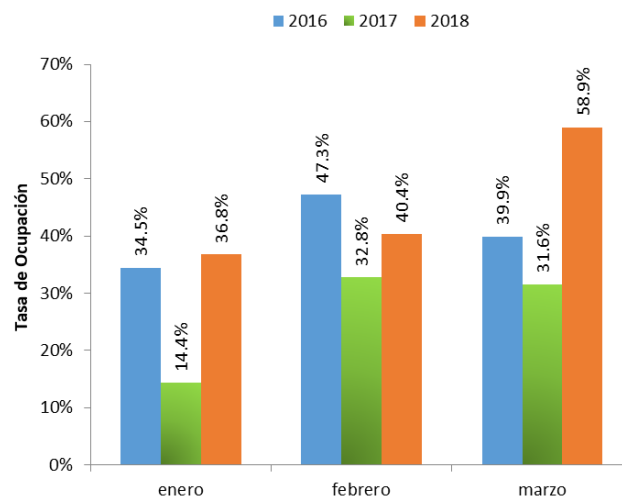
Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de marzo del año 2018, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2017 y 2016, con valor de 58.9%. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 la tasa promedio de ocupación mensual (40.6%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2017 (26.2% en promedio mensual); pero se evidencia una mejoría en los niveles de ocupación en el año 2018 (45.4% en promedio mensual).

Ilustración 80: Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales una estrella

Por último en esta sección se va a analizar a los hostales de una estrella que son los de menor categoría en este tipo de establecimientos de hospedaje.

Tabla 25: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Una Estrella

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 13.12 | \$ 15.99 | \$ 16.11 | \$ 15.07 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 76.7% | 86.3% | 69.5% | 77.5% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 23.3% | 13.7% | 30.5% | 22.5% |
| Tasa de ocupación | 36.2% | 47.2% | 43.3% | 42.2% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

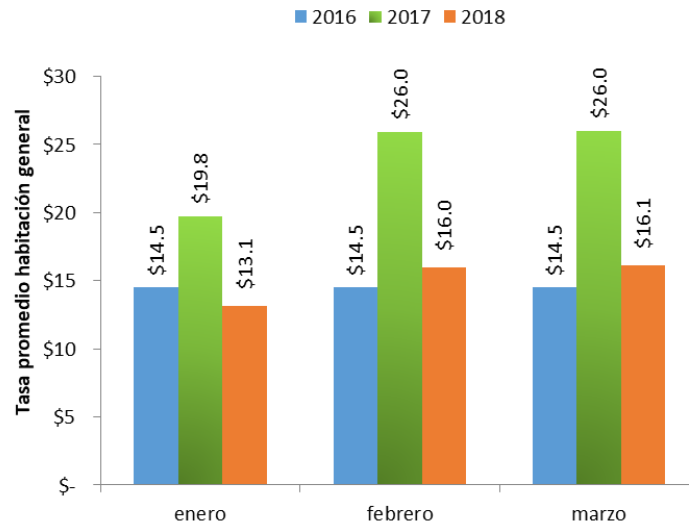
En los establecimientos de Hostales Una Estrella, el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 77.5% mensual para enero-marzo de 2018, proporción que es mayor al valor encontrado en el primer trimestre del año 2017 (53.1% huéspedes nacionales). Siendo el mes de febrero que presenta la mayor proporción de huéspedes nacionales con valor de 86.3%. La tarifa promedio por habitación general fue de \$15.07 mensual en el trimestre enero-marzo 2018, tarifa que es menor al encontrado en el primer trimestre del año 2017 (\$23.9 en promedio mensual). Esta disminución general de las tarifas 2018 respecto al año 2017 puede ser explicado por promociones o descuentos que los establecimientos hostales una estrella realizan con el fin de captar más clientes.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, hostales una estrella, aumenta drásticamente de 36.2% en enero a un valor de 47.2% y 43.3% en los meses febrero y marzo respectivamente, niveles de ocupación que puede ser explicado por las bajas tarifas promedio de una habitación general.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los tres meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero y febrero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 26 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 14.5 y 16.1 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2016 y 2018 son relativamente similares (\$14.5 y \$15.07 respectivamente), pero menores en comparación al año 2017 que alcanza una tarifa promedio mensual de 23.9 dólares mensuales. Esta diferencia entre los años 2016, 2017 y 2018 están ligados a las diferencias que se evidencian en las tasas de ocupación.

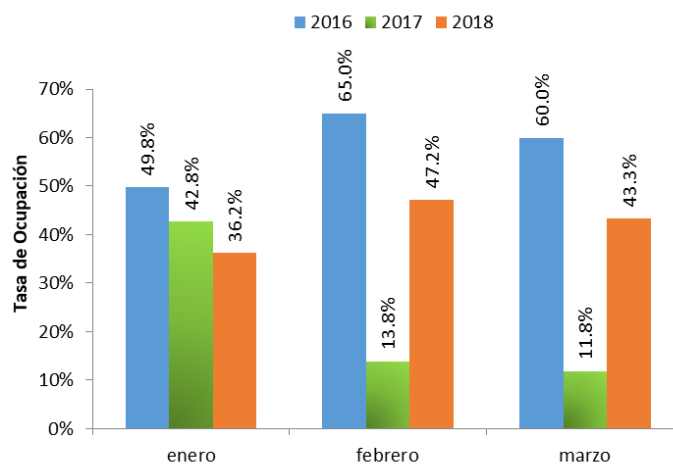
Ilustración 81: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales una estrella: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de febrero del año 2016, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2017 y 2016, con valor de 65%. Si analizamos la tasa promedio del primer trimestre de cada año, se encuentra que en el trimestre enero-marzo 2016 la tasa promedio de ocupación mensual (58.3%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2017 (22.8% en promedio mensual); diferencia que puede explicarse debido a que en el año 2017 existe mayores tarifa por habitación general lo que se relaciona directamente con bajas tasas de ocupación. No obstante, la disminución de las tasas de habitación general en el año 2018, permitieron que los niveles de ocupación mejore (42.2% en promedio mensual).

Ilustración 82: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero-marzo 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2.7 Tarifa RevPar

La tarifa RevPar se refiere la renta que se obtiene por habitación disponible y significa Revenue Per Available Room (Renta Por Habitación Disponible). En esta ocasión se completó los datos con las dos formas de cálculo de la Rev Par, la primera con la tarifa promedio general por el número de habitaciones ocupadas en el mes o, en caso de no tener la información para construirla de esta forma se usó la fórmula de los ingresos totales del establecimiento (ventas) de alojamiento dividido para el número total de habitaciones disponibles.

Tabla 26: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos

Enero - marzo 2018

| Categoría establecimiento | Meses | | | Promedio Trimestre |
|---------------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | |
| | Media | Media | Media | |
| Total | \$ 8.64 | \$ 13.01 | \$ 11.18 | \$ 10.94 |
| Hotel Cinco estrellas | \$ 37.13 | \$ 61.57 | \$ 56.86 | \$ 51.85 |
| Hotel Cuatro estrellas | \$ 28.19 | \$ 28.28 | \$ 30.48 | \$ 28.98 |
| Hotel Tres estrellas | \$ 9.59 | \$ 11.04 | \$ 8.97 | \$ 9.87 |
| Hotel Dos estrellas | \$ 6.42 | \$ 15.30 | \$ 8.42 | \$ 10.04 |
| Hostal Tres estrellas | \$ 7.69 | \$ 17.08 | \$ 14.14 | \$ 12.97 |
| Hostal Dos estrellas | \$ 7.65 | \$ 8.79 | \$ 9.01 | \$ 8.49 |
| Hostal Una estrella | \$ 3.34 | \$ 4.39 | \$ 3.23 | \$ 3.65 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se observa en la Tabla 30 la RevPar promedio del total de establecimientos en el primer trimestre es de \$10.94, relativamente menor al valor encontrado en el año 2017 (\$13.52). Siendo los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen, con \$51.85 y \$28.98 respectivamente en el periodo analizado, tarifas que son mayores a los encontrados en el año 2017 en el mismo trimestre (\$25.17 y \$20.11 respectivamente). Desde aquí los valores disminuyen sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles, llegando a \$9.87 para hoteles tres estrellas, que es similar al valor encontrado en el año 2017 (\$9.37). Los hoteles dos estrellas presentan una RevPar de \$10.04, que es menor en comparación con la tarifa 2017 del mismo periodo (\$18.96). Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$12.97, tarifa que es similar al valor encontrado en el año 2017, en el mismo periodo (\$12.19). En promedio los hostales dos y una estrella presentan una tarifa RevPar con un valor de 8.49 y 3.65 dólares en promedio mensual, tarifas que son menores a los observados en el primer trimestre del año 2017 (\$16.25 y \$7.25 respectivamente).

Conclusiones:

En resumen, en el trimestre enero-marzo 2018 se observa que aquellos turistas que arriban en una semana de feriado tienen mayor probabilidad de visitar la ciudad por motivos recreacionales que un turista que llega a la ciudad en una semana normal, además, el gasto del turista extranjero es alrededor de 10 dólares más cuando viene en feriado, a diferencia del turista nacional que presenta gastos menores que los gastos que realiza normalmente. Otra distinción importante, con respecto al trimestre enero-marzo 2017, los gastos de los turistas extranjeros disminuyeron en este trimestre a casi la mitad del periodo en comparación, de forma que ahora su gasto es similar al realizado por un turista nacional. Mientras que el gasto del turista nacional se mantiene igual en ambos periodos analizados. En cuanto a términos perceptivos, en general los servicios de la ciudad tienen una mejora perceptiva en relación al trimestre en comparación. Otro de los acontecimientos importantes es el mayor uso de transporte aéreo, que es congruente con una mejor interconexión de la ciudad.

Por el lado de la oferta turística, se observa que en el trimestre enero-marzo 2018 existe una recuperación en los niveles de ocupación para todas las categorías tanto hoteles como hostales en comparación con el mismo trimestre del año 2017. Lo que se relaciona en cierto caso con la disminución de la tarifa promedio de una habitación general, como el caso de los hostales una estrella. El resto de establecimientos hoteleros presentan en general ciertos incrementos en las tarifas por habitación general respecto al mismo periodo del año 2017, pero la tarifa categoría total se mantiene similar en ambos periodos analizados. Finalmente hay variaciones en la tarifa RevPar, que presenta aumentos para hoteles de lujo cinco y cuatro estrellas, no así, el resto de establecimientos, en algunos casos se mantiene (hotel y hostel tres estrellas), en otros casos disminuye con respecto a los resultados obtenidos en el trimestre 2017 (hotel y hostel dos estrellas, y hostel una estrella).

7. Bibliografía

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

MINTUR. (2018a). Boletín Mensual - Portal Servicios MINTUR. Retrieved July 9, 2018, from <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

MINTUR. (2018b). *Indicadores turísticos. Información relevante del turismo en el Ecuador ABRIL 2018*.

MINTUR. (2018c). Indicadores OMT-CEPAL - Portal Servicios MINTUR. Retrieved July 9, 2018, from <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/indicadores-omt-cepal/96>

MINTUR. (2018d). Indicadores Turísticos. Información relevante del Turismo en el Ecuador MAYO 2018.

MINTUR. (2018e). Modelos y aplicaciones - Portal Servicios MINTUR. Retrieved July 9, 2018, from <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/modelos-y-aplicaciones/98>

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

UNWTO. (2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años | Organización Mundial del Turismo OMT. Retrieved July 9, 2018, from <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

8. Anexos

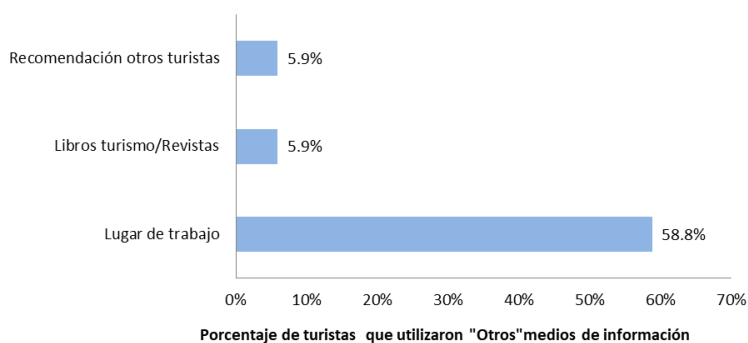
ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO ENERO – DICIEMBRE 2017

| Lugar en donde se realizó la encuesta | Tamaño de la muestra (Número de encuestas) |
|---------------------------------------|--|
| Terminales | 966 |
| Aeropuerto | 708 |
| Hoteles | 578 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

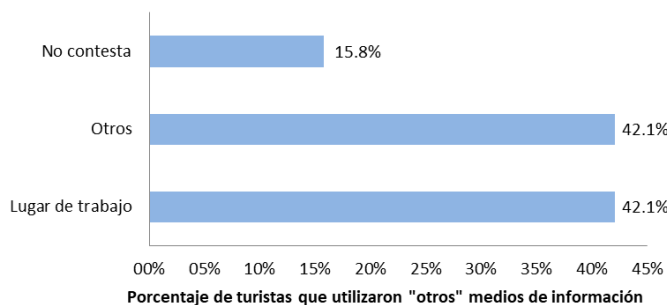
ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 83: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 84: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 3. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. COMPAÑÍA DE VIAJE

Tabla 27: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero

| Turista Extranjero | | ¿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 | 41.0% | 2.6% | 13.4% | 26.5% | 15.7% | 0.7% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 54.7% | 0.0% | 22.2% | 16.2% | 5.1% | 1.7% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 72.9% | 1.7% | 3.4% | 6.8% | 1.7% | 13.6% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 75.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 66.7% | 0.0% | 11.1% | 0.0% | 22.2% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 75.0% | 0.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 50.0% | 100.0% |
| | Otros | 60.0% | 0.0% | 10.0% | 10.0% | 20.0% | 0.0% | 100.0% |
| Total | 49.7% | 1.7% | 14.1% | 20.2% | 11.2% | 3.2% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 28: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional

| Turista Nacional | | ¿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 | 29.3% | 0.0% | 47.4% | 15.5% | 6.9% | 0.9% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 60.7% | 0.6% | 30.9% | 5.6% | 1.7% | 0.4% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 76.3% | 0.9% | 3.9% | 2.1% | 0.9% | 15.8% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 33.3% | 14.3% | 19.0% | 0.0% | 14.3% | 19.0% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 84.2% | 0.0% | 8.8% | 1.8% | 1.8% | 3.5% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 44.2% | 0.0% | 47.7% | 8.1% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 66.7% | 6.7% | 13.3% | 6.7% | 6.7% | 0.0% | 100.0% |
| | Otros | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 0.0% | 25.0% | 100.0% |
| Total | 62.7% | 0.9% | 22.6% | 5.3% | 2.1% | 6.5% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

ANEXO 4. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. TIPO DE ALOJAMIENTO

Tabla 29: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero

| Turista Extranjero | | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|--------------|-----------------|--------------|----------------------------|---------------|--------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | CASA AIR BNB | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | OTROS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 77.2% | 4.9% | 11.6% | 6.3% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 15.4% | 10.3% | 74.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 69.5% | 5.1% | 25.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 55.6% | 22.2% | 22.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 100.0% |
| | Otros | 70.0% | 0.0% | 10.0% | 0.0% | 0.0% | 20.0% | 100.0% |
| Total | 60.2% | 6.3% | 29.3% | 3.6% | 0.0% | 0.6% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 30: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

| Turista Nacional | | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|--------------|-----------------|--------------|----------------------------|---------------|--------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | CASA AIR BNB | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | OTROS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 49.1% | 0.9% | 49.1% | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 7.8% | 2.4% | 88.8% | 0.4% | 0.0% | 0.6% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 64.5% | 7.2% | 25.1% | 1.2% | 0.2% | 1.9% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 66.7% | 0.0% | 19.0% | 0.0% | 4.8% | 9.5% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 22.8% | 14.0% | 61.4% | 1.8% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 19.8% | 1.2% | 75.6% | 0.0% | 0.0% | 3.5% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 25.0% | 25.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 46.7% | 0.0% | 46.7% | 0.0% | 0.0% | 6.7% | 100.0% |
| | Otros | 50.0% | 25.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| Total | 35.5% | 4.5% | 57.6% | 0.8% | 0.2% | 1.4% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

ANEXO 5. NIVEL DE SUSTITUCIÓN HOTELERA DE TURISTAS EXTRANJEROS

Tabla 31: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca

| Categoría establecimiento | Porcentaje de huéspedes extranjeros | | | Tarifa de una habitación general | | |
|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| | Primer trimestre 2017 | Primer trimestre 2018 | Diferencia 2018-2017 | Promedio primer trimestre 2017 | Promedio primer trimestre 2018 | Diferencia* 2018-2017 |
| Hotel Cinco estrellas | 19.1% | 17.5% | -1.5% | \$ 108.0 | \$ 104.4 | (\$ 3.6) |
| Hotel Cuatro estrellas | 29.2% | 19.1% | -10.1% | \$ 59.1 | \$ 60.9 | \$ 1.8 |
| Hotel Tres estrellas | 12.4% | 11.7% | -0.6% | \$ 34.3 | \$ 36.0 | \$ 1.7 |
| Hotel Dos estrellas | 18.6% | 8.5% | -10.1% | \$ 27.0 | \$ 26.2 | (\$ 0.8) |
| Hostal Tres estrellas | 5.4% | 9.0% | 3.6% | \$ 32.9 | \$ 48.9 | \$ 16.0 |
| Hostal Dos estrellas | 4.3% | 19.8% | 15.5% | \$ 17.7 | \$ 20.9 | \$ 3.2 |
| Hostal Una estrella | 8.8% | 11.8% | 3.0% | \$ 23.9 | \$ 15.1 | (\$ 8.8) |
| Total | 100.0% | 100.0% | | \$ 34.7 | \$ 31.5 | (\$ 3.3) |

Nota: * Valores negativos entre paréntesis

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

ANEXO 6: PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO Y NACIONAL

Tabla 32: Perfil del Turista Extranjero

| | | SOLTERO | CASADO |
|----------------------------------|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Edad | 18 a 29 años | 84.3% | 5.7% |
| | 30 a 44 años | 58.4% | 32.0% |
| | 45 a 65 años | 20.3% | 60.1% |
| Nivel de Instrucción | Primaria | 1.2% | 1.8% |
| | Secundaria | 15.4% | 13.9% |
| | Superior | 65.4% | 56.4% |
| | Postgrado | 17.9% | 27.9% |
| Profesión del Turista Extranjero | Director | 9.5% | 3.9% |
| | Técnico Superior | 2.4% | 4.9% |
| | Profesional Independiente | 32.5% | 21.4% |
| | Servidor público | 16.7% | 9.7% |
| | Administración | 6.3% | 12.6% |
| | Comerciante | 3.2% | 12.6% |
| | Obrero | 1.6% | 6.8% |
| | Otros | 27.8% | 28.2% |
| Composición núcleo familiar | Vive solo | 51.8% | 5.5% |
| | Solo padres e hijos | 34.7% | 91.5% |
| | Padres e hijos y otros familiares | | |
| | | 13.5% | 3.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 33: Perfil del Turista Nacional

| | | SOLTERO | CASADO |
|---|-----------------------------------|----------------|---------------|
| Edad | 18 a 29 años | 61.8% | 11.2% |
| | 30 a 44 años | 29.4% | 37.3% |
| | 45 a 65 años | 6.7% | 43.6% |
| Nivel de Instrucción | Primaria | 7.3% | 12.0% |
| | Secundaria | 29.6% | 26.6% |
| | Superior | 56.6% | 52.5% |
| | Postgrado | 6.5% | 8.9% |
| Profesión del Turista Extranjero | Director | 1.0% | 5.1% |
| | Técnico Superior | 7.2% | 2.8% |
| | Profesional Independiente | 28.2% | 23.2% |
| | Servidor público | 15.1% | 14.0% |
| | Administración | 5.6% | 10.2% |
| | Comerciante | 6.6% | 8.4% |
| | Obrero | 6.9% | 7.1% |
| | Otros | 29.5% | 29.3% |
| Composición núcleo familiar | Vive solo | 27.9% | 2.0% |
| | Solo padres e hijos | 59.1% | 88.8% |
| | Padres e hijos y otros familiares | 13.0% | 9.1% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

CAPÍTULO DOS
SEGUNDO TRIMESTRE ABRIL
JUNIO 2018
ESTUDIO DE LA DEMANDA Y
OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD
DE CUENCA



CONTENIDO

Tabla de Ilustraciones

| | |
|---|-----|
| Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca | 112 |
| Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca..... | 112 |
| Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene..... | 113 |
| Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene | 114 |
| Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... | 115 |
| Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca | 115 |
| Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero | 116 |
| Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero..... | 117 |
| Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca | 118 |
| Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca | 119 |
| Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional | 120 |
| Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional..... | 120 |
| Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca | 121 |
| Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo | 121 |
| Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero | 123 |
| Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro | 127 |
| Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero..... | 130 |
| Ilustración 18: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero | 131 |
| Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero | 132 |
| Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca..... | 132 |
| Ilustración 21: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca..... | 135 |
| Ilustración 22: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca | 135 |
| Ilustración 23: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca | 136 |
| Ilustración 24: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca | 137 |
| Ilustración 25: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca | 138 |
| Ilustración 26: Sector Económico en que labora el Turista Nacional..... | 139 |
| Ilustración 27: Con quién vive el Turista Nacional | 139 |
| Ilustración 28: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca | 140 |
| Ilustración 29: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca | 141 |
| Ilustración 30: Medios de Información utilizados por el turista nacional..... | 142 |
| Ilustración 31: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional..... | 143 |
| Ilustración 32: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca..... | 143 |
| Ilustración 33: Número de Personas en el Grupo | 144 |
| Ilustración 34: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional | 145 |
| Ilustración 35: Composición del gasto total turístico por rubro | 150 |
| Ilustración 36: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional..... | 152 |
| Ilustración 37: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional..... | 153 |
| Ilustración 38: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero | 155 |
| Ilustración 39: Recomendabilidad del Destino Cuenca..... | 155 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 40: Procedencia del Turista en el Hotel..... | 158 |
| Ilustración 41: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones..... | 158 |
| Ilustración 42: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene | 159 |
| Ilustración 43: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero | 160 |
| Ilustración 44: Edad del turista en el hotel | 160 |
| Ilustración 45: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero..... | 161 |
| Ilustración 46: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero | 161 |
| Ilustración 47: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero | 162 |
| Ilustración 48: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero | 163 |
| Ilustración 49: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña..... | 163 |
| Ilustración 50: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros | 164 |
| Ilustración 51: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista | 165 |
| Ilustración 52: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles..... | 166 |
| Ilustración 53: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel..... | 167 |
| Ilustración 54: Gasto Personal Diario durante la estadía | 167 |
| Ilustración 55: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista..... | 168 |
| Ilustración 56: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad | 169 |
| Ilustración 57: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 172 |
| Ilustración 58: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 173 |
| Ilustración 59: Tarifa promedio habitación general, categoría cinco estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 174 |
| Ilustración 60: Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 175 |
| Ilustración 61: Tarifa promedio habitación general, categoría cuatro estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 176 |
| Ilustración 62: Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018.... | 177 |
| Ilustración 63: Tarifa promedio habitación general, categoría tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 178 |
| Ilustración 64: Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 179 |
| Ilustración 65: Tarifa promedio habitación general, categoría dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018..... | 180 |
| Ilustración 66: Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 181 |
| Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 182 |
| Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 183 |
| Ilustración 69: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 184 |
| Ilustración 70: Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 185 |
| Ilustración 71: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales una estrella: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 186 |
| Ilustración 72: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero-junio 2016, 2017 y 2018 | 187 |
| Ilustración 73: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional | 189 |
| Ilustración 74: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional | 189 |

Índice de Tablas

| | |
|--|-----|
| Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero..... | 117 |
| Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje | 122 |
| Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento..... | 124 |
| Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero | 125 |
| Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero | 126 |
| Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero | 126 |
| Tabla 7: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional | 140 |
| Tabla 8: Motivo Principal vs Compañía de Viaje | 144 |
| Tabla 9: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional..... | 146 |
| Tabla 10: Duración de la estancia del Turista Nacional..... | 147 |
| Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional | 148 |
| Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional..... | 149 |
| Tabla 13: Comparación de la percepción de los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero vs Nacional..... | 154 |
| Tabla 14: Origen de los datos relevamiento: enero-junio 2018..... | 170 |
| Tabla 15: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-marzo 2018..... | 170 |
| Tabla 16: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Total | 171 |
| Tabla 17: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría cinco estrellas | 173 |
| Tabla 18: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Cuatro Estrellas | 175 |
| Tabla 19: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría: tres estrellas..... | 177 |
| Tabla 20: Indicadores de oferta enero- marzo: Categoría: dos estrellas | 179 |
| Tabla 21: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Tres Estrellas | 181 |
| Tabla 22: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Dos Estrellas | 183 |
| Tabla 23: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Una Estrella | 185 |
| Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar | 187 |
| Tabla 25: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero..... | 190 |
| Tabla 26: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional | 190 |
| Tabla 27: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero | 191 |
| Tabla 28: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional..... | 191 |
| Tabla 29: Perfil del Turista Extranjero | 192 |
| Tabla 30: Perfil del Turista Nacional..... | 192 |

9. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

9.1 Metodología del Estudio

Para la presentación de resultados del segundo trimestre del año 2018, se hizo necesario el levantamiento de información primaria vía aplicación de encuestas personales a los visitantes a la ciudad de Cuenca. Dicha encuesta fue sometida a un riguroso proceso de depuración previamente a su aplicación definitiva. Para la construcción de la muestra, se aplicó la misma metodología indicada en el primer capítulo del presente informe. Para un mayor detalle del tamaño de la muestra revisar la Tabla de origen de los datos en el Anexo 1.

10. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

10.1 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal

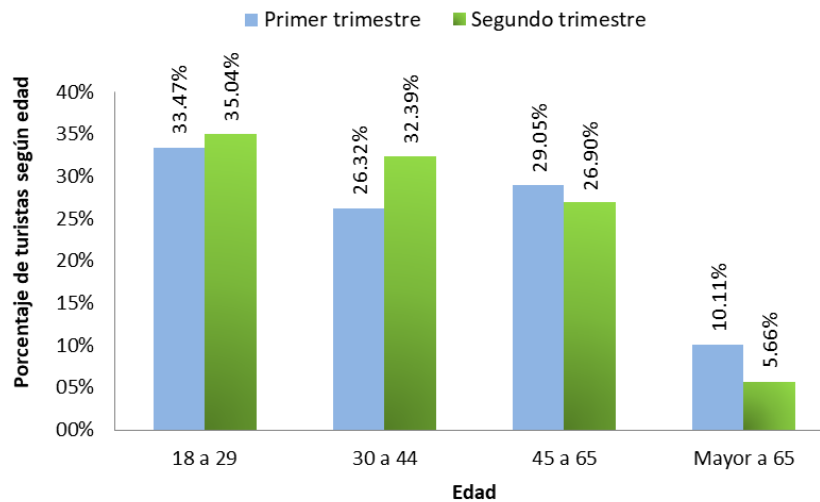
10.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 *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 la Ilustración 1, hay una mayor concentración de visitantes con edades entre 18 a 29 años (35.04%), similar a los hallazgos del primer trimestre. Ahora, el segundo grupo mayoritario está conformado por quienes tienen una edad entre 30 a 44 años (32.39%), proporción mayor en comparación al primer parcial (26.32%). La proporción de turistas en edades comprendidas entre 45 a 65 años se mantiene alrededor de 26.9%, mientras que la presencia de visitantes considerados adultos mayores es alrededor del 5.66%. Esto indica que el turista que visita Cuenca se caracteriza como un adulto contemporáneo. A diferencia de la proporción mayoritaria que visitó la ciudad de Cuenca en el segundo trimestre del año 2017, que fue el grupo de turistas con edad comprendida entre 30 a 44 años de edad (34.62%) y por quienes tienen una edad entre 45 a 65 años (31.73%).

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación en el trimestre abril-junio revelan una media de 38.57 años y una mediana de 34 años.

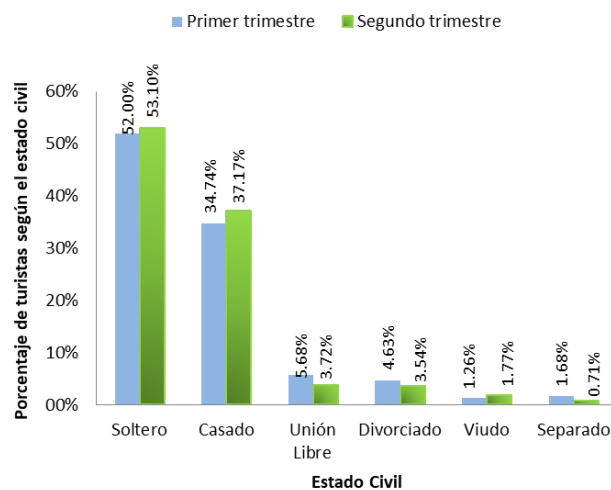
Ilustración 85: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 2, se observa que los visitantes extranjeros son mayoritariamente solteros (53.10%); los turistas casados representan el 37.17% del total de turistas extranjeros. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. Resultados que son consistentes con los obtenidos en el primer trimestre. Si comparamos con los hallazgos obtenidos en el segundo trimestre del año 2017, los resultados indican que hubo un incremento de turistas que son solteros (de 44.23% en el segundo trimestre 2017 a 53.1% en el año 2018 en el mismo trimestre), en detrimento de visitantes casados (de 44.71% en 2017 a 37.17% en el año 2018 en el periodo abril-junio). Este hecho va de la mano con la reducción en la edad promedio de los visitantes extranjeros.

Ilustración 86: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

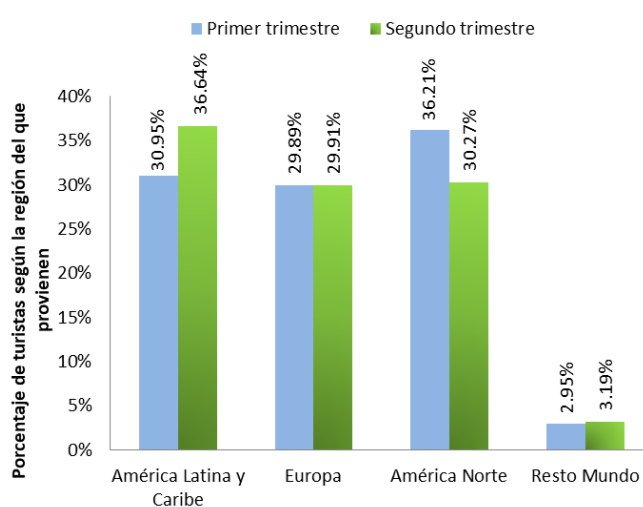
En lo concerniente al género, a diferencia del primer trimestre en el que hubo una mayor proporción de varones 60.2%, versus un 39.8% de mujeres; ahora se revela una proporción de 47.49% de turistas extranjeros varones, versus un 52.21% de turistas extranjeros mujeres. Los hallazgos del segundo trimestre del año 2018 son relativamente similares las proporciones obtenidas en el mismo trimestre del año 2017 (50%-50% varones y mujeres respectivamente).

3.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de diversas partes del mundo. En el segundo trimestre del año 2018, hubo una mayor presencia de visitantes latino americanos (36.64%), similar a los hallazgos del mismo parcial del año 2017 (con proporción de 33.17%). A diferencia del grupo mayoritario en el primer trimestre del año, la presencia de turistas norteamericanos es menor para el trimestre abril-junio (de 36.21% en el primer trimestre a 30.27% en el segundo trimestre del año 2018), proporción relativamente similar a lo obtenido en el segundo trimestre del año 2017 (28.37%).

La incidencia de turistas europeos en este parcial es del 29.91% (2.78% menos que en el año 2017 en el mismo periodo) y un 3.19% del resto del mundo (Ver Ilustración 3).

Ilustración 87: Procedencia del turista por región del que proviene



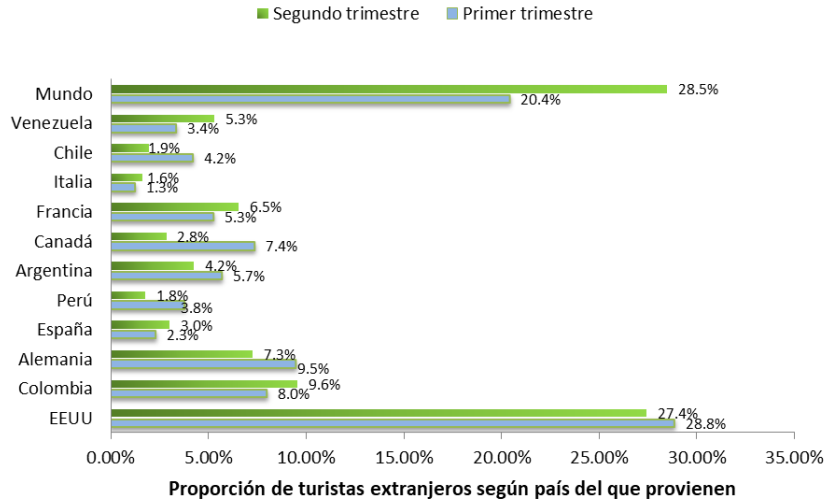
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once nacionalidades extranjeras representan alrededor del 71.50% de turistas que visitaron la ciudad en el trimestre abril-junio del año 2018. Entre los países de origen de la mayor parte de turistas se encuentran: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia e Italia de la región europea; Estados Unidos y Canadá de la región de Norte América.

En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (27.43%); en la misma ubicación que en el segundo trimestre del año 2017 con una proporción de 25.48%. Luego se encuentran, aunque en proporciones bastante menores, los turistas colombianos (9.6%) y alemanes (7.3%), franceses (6.5%) y turistas venezolanos (5.3%). La presencia de turistas argentinos, canadienses, españoles, peruanos, italianos y chilenos es menos del 5% cada caso.

Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo no es nada desdeñable (28.5%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Dicha proporción se encuentra impulsada por un ingreso de turistas especialmente de México, Brasil, Inglaterra, Suiza y Holanda.

Ilustración 88: 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

Los visitantes estadounidenses provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional como Nueva York, Boston, Florida, Charlotte. Los turistas provenientes de Colombia, son residentes de ciudades como Bogotá, Cali y Medellín. Los turistas alemanes provienen, principalmente, de Berlín y Múnich; los visitantes argentinos de la ciudad de Buenos Aires; turistas canadienses provienen de la ciudad de Toronto; visitantes chilenos de la ciudad de Santiago de Chile; turistas peruanos de la capital, Lima.

3.1.1.3 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 que buscan desarrollar en el cantón.

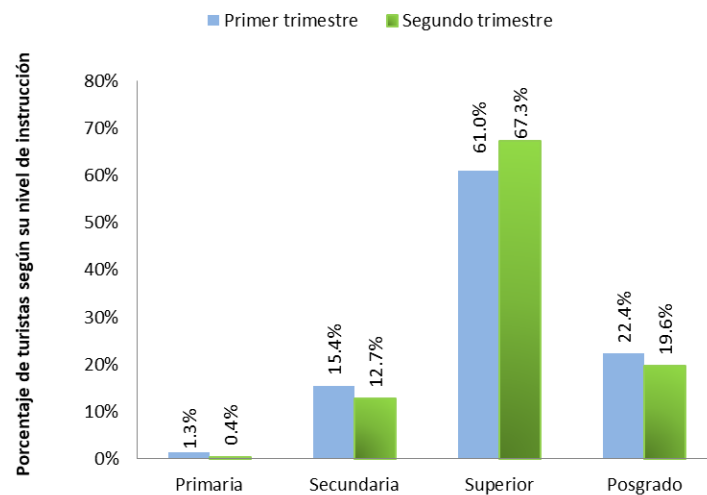
Con respecto a la educación y situación laboral, la Ilustración 5 revela que el turista extranjero que visita la ciudad tiene un nivel de instrucción superior (67.3%), proporción que se incrementó en 6.3% más que los visitantes con el mismo nivel de educación en el primer trimestre del año 2018. Un 19.6% de turistas extranjeros tienen estudios de postgrado, y labora mayoritariamente como profesional independiente (33.1%) como se aprecia en la Ilustración 6. Los hallazgos indican que hay una mayor proporción de turistas que laboran como profesionales independientes en comparación con el primer trimestre del año 2018 (28.5%).

Si se compara con los hallazgos del segundo trimestre del año 2017, se evidencia que los turistas tienen un nivel de instrucción superior (67.3%) en mayor proporción en relación al mismo parcial del año 2017 (54.8%), en detrimento de aquellos turistas que indican un nivel de instrucción mayor (postgrado 32.7% en el año 2017 frente a 19.6% en el año 2018). Los turistas que laboran como profesionales independientes son 5.7% más en el periodo abril junio 2018, en comparación al

mismo periodo 2017. Los visitantes extranjeros que indican laborar en otro tipo de profesión representan el 22.7% en el periodo abril-junio 2018; dichos visitantes indican laborar como docentes, médicos, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan ser no significativos a nivel individual.

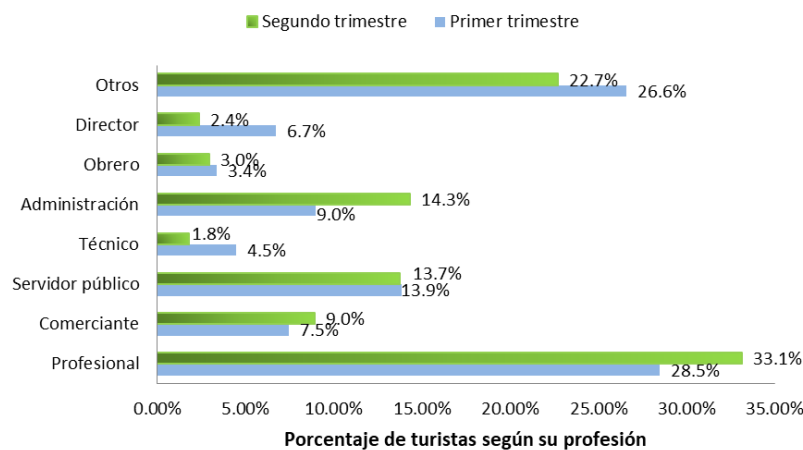
A la par, se evidencia que aquellos turistas que laboran en el sector público de sus respectivos países son el 13.7%. El flujo de turistas que laboran como administradores es del 14.3%, como comerciantes 9%, y como directores un 2.4%. Existe un porcentaje de 1.8% y 3% de turistas que trabajan como técnicos u obreros respectivamente (ver Ilustración 6).

Ilustración 89: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 90: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

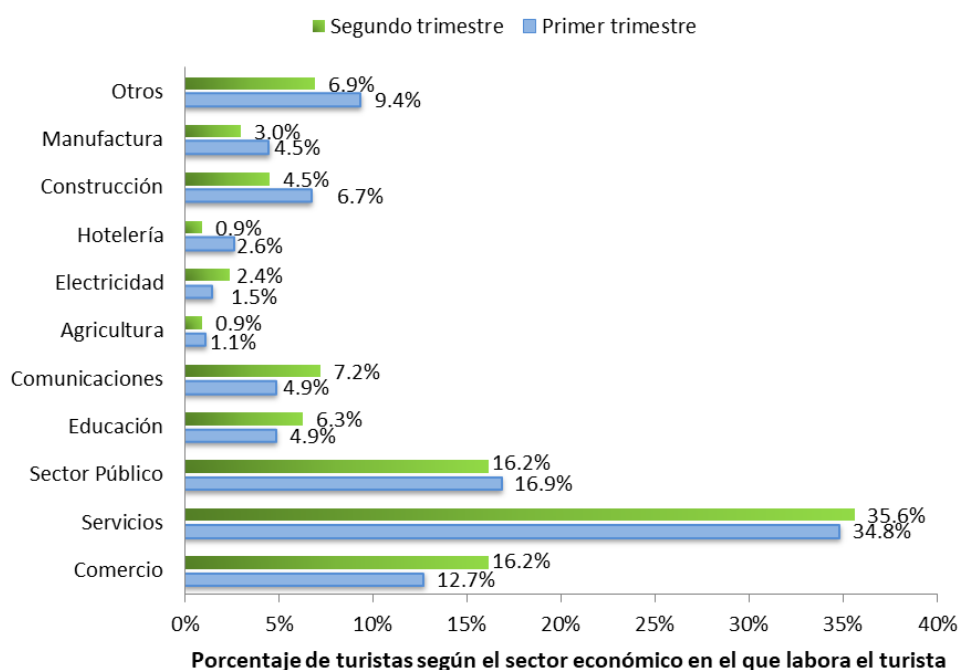


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Para concluir esta sección, debemos indicar que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedica a actividades de servicios profesionales (35.6%); seguidas por el sector público y comercio (16.2% y 16.2% respectivamente), resultados que son consistentes a los hallazgos del primer trimestre 2018. Por tanto, se observa un incremento de turistas que laboran en el sector servicios profesionales en relación al segundo trimestre del año 2017 (22%), y un incremento de turistas que laboran en el sector público (9.8% en abril-junio 2017).

La proporción de turistas que laboran en el sector de construcción representan el 4.5%. Los turistas que laboran en el sector educación inciden en un 6.3% y comunicaciones en 7.2%. De aquellos turistas que laboran en otros sectores económicos (6.9%), un 26% laboran en el sector salud y el restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 91: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



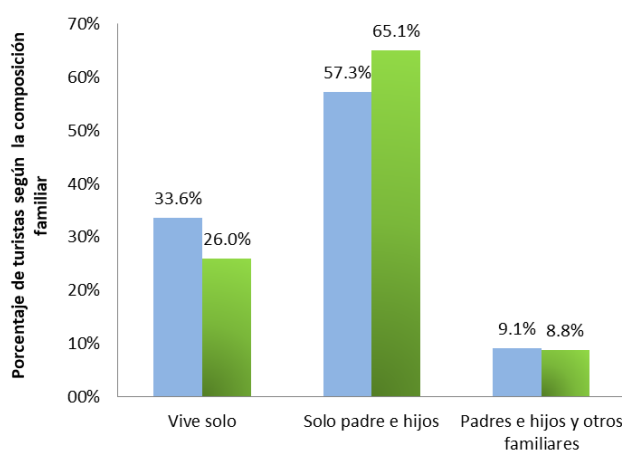
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 8, en esta segunda parte del año, el 65.1% de turistas extranjeros viven únicamente entre padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por los turistas que viven solos 26%. Aquellos turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares representan el 8.8% de visitantes. Se observa un incremento de 7.8 puntos porcentuales en la proporción de turistas que viven con padres e hijos en el segundo trimestre frente al primer parcial del año 2018, y un incremento de 6.5% frente al

segundo trimestre 2017 (58.6%), en detrimento de una disminución de visitantes que viven en un hogar con padres e hijos y otros familiares (15.3% en 2017 a 8.8% en 2018).

Ilustración 92: Con quién vive el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

| Turista Extranjero | TRIMESTRE | ESTADO CIVIL | | | | | | Total |
|-----------------------------------|-----------|--------------|-------------|--------|----------|------------|-------|---------------|
| | | SOLTERO | UNIÓN LIBRE | CASADO | SEPARADO | DIVORCIADO | VIUDO | |
| Vive Solo | 2 | 21.8% | 0.2% | 0.9% | 0.2% | 1.6% | 1.4% | 26.0% |
| Solo padre e hijos | 2 | 25.3% | 3.5% | 34.2% | 0.5% | 1.4% | 0.2% | 65.1% |
| Padres e hijos y otros familiares | 2 | 6.0% | 0.0% | 2.1% | 0.0% | 0.5% | 0.2% | 8.8% |
| Total | 2 | 53.1% | 3.7% | 37.2% | 0.7% | 3.5% | 1.8% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, la mayoría de visitantes continúan formando parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (34.2%), proporción consistente a los hallazgos del primer trimestre 2018 (31.9%) y segundo trimestre 2017 (36%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 25.3%, que es mayor en comparación al primer trimestre 2018 (18%) y al segundo trimestre 2017 (19.2%). Hubo una disminución de turistas extranjeros que son solteros y viven solos de 26.8% en el primer trimestre a 21.8% en el segundo trimestre 2018.

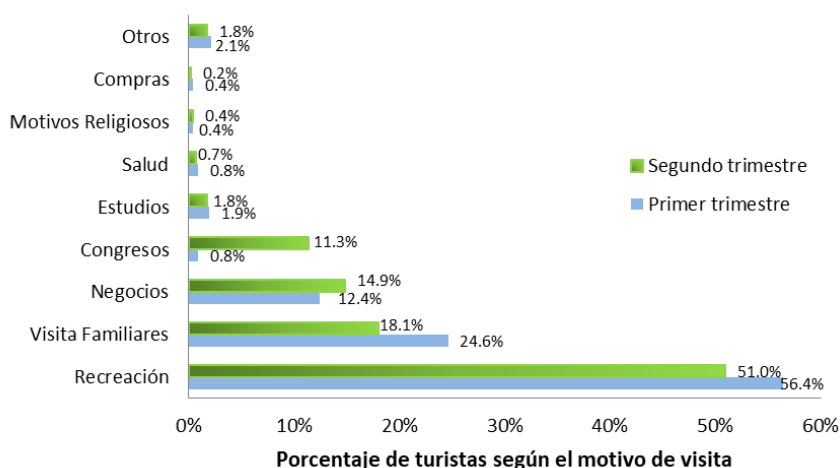
10.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.2.1 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 que, la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (51.0%), valor que es 5.8% menos al presentado en el primer trimestre 2018, y 3.8% menos a los hallazgos del periodo abril-junio del año 2017 (54.8%). Existe una disminución de turistas que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares (de 24.6% en abril-marzo a 18.1% en el segundo trimestre del año 2018), a favor de aquellos que visitan la ciudad para participar de conferencias o congresos (de 0.8% en el primer trimestre a 11.3% en el segundo trimestre 2018). La proporción de turistas que visitan la ciudad por visitar a sus familiares (18.1%) o por negocios (14.9%) en el segundo trimestre 2018, es relativamente similar al segundo trimestre 2017 (17.3% y 17.8% respectivamente).

Ilustración 93: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca



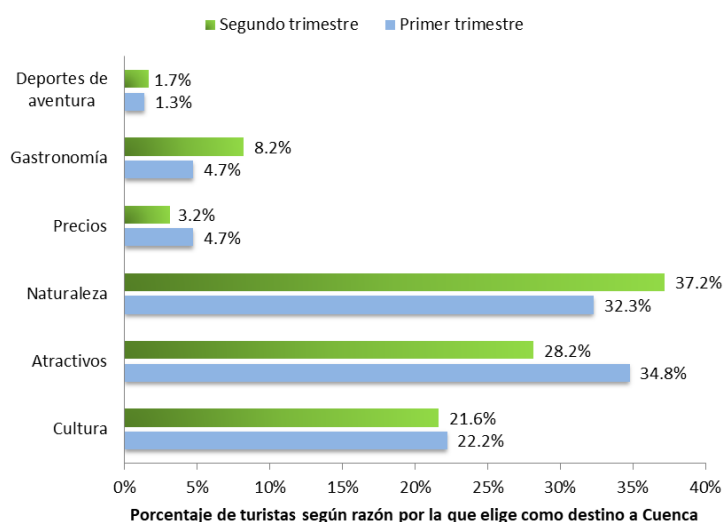
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el segundo trimestre del año 2018, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales¹⁵ (37.2%); este valor es 4.9 y 11.6 puntos porcentuales más que el porcentaje de turistas que visitaron la ciudad por el mismo motivo en enero-marzo del año 2018 (32.3%) y en el segundo trimestre 2017 (25.6%) respectivamente. El turismo que vino a la ciudad atraído de sus atractivos turísticos (28.2%) es menor en relación al primer trimestre 2018 (34.8%) y al segundo trimestre 2017 (32.9%). La incidencia de turistas que son atraídos por la cultura de la ciudad son alrededor de 21.6%, proporción que es mayor frente a los turistas atraídos por las mismas razones en el segundo trimestre 2017 (19.8%). Turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es pequeño (8.2% y 1.7% respectivamente). Se observa, además, que la incidencia de turistas que arriban a la ciudad atraídos por el precio de bienes y servicios es del de 3.2%.

¹⁵ El porcentaje de visitantes que vienen a la ciudad de Cuenca por atractivos turísticos, hace referencia a aquellos turistas que indican que la razón principal para visitar la ciudad de Cuenca es visitar sus monumentos.

Ilustración 94: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que la mayor proporción de turistas son visitantes por primera vez (65.84%), mientras que existe una tasa de retorno del 34.16%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, tres presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura, resultados congruentes a los hallazgos del año 2017 que presenta una tasa de retorno del 35.10%.

3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, según la Ilustración 11, el turista extranjero continúa recibiendo mayor información a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente, con una disminución de 60.6% en enero-marzo 2018 a 54.0% en el segundo trimestre del año 2018, pero relativamente similar al 51.1% obtenido en el segundo trimestre 2017.

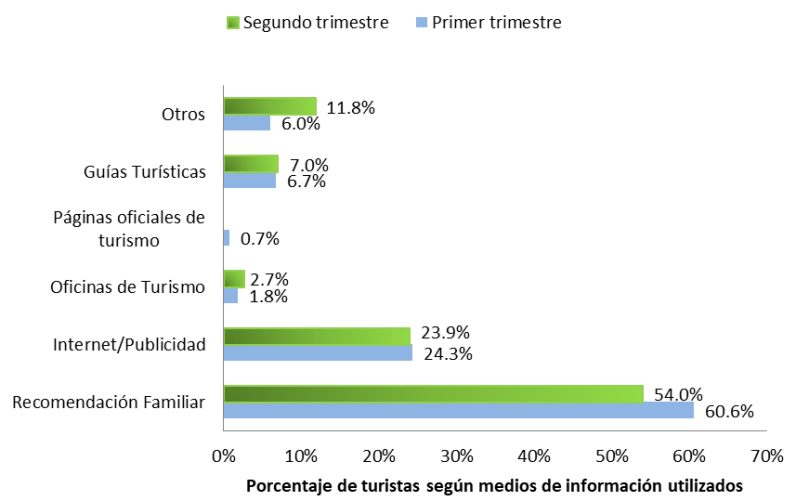
Aquellos que utilizan medios como la Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad son el 23.9% del total, resultado consistente al primer trimestre 2018. La incidencia de uso de oficinas de turismo y guías turísticas es de 2.7% y 7% respectivamente. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información son el 11.8%, de los cuales, la mayoría se informa sobre la ciudad en el congreso “Cumbre de género” (32%) o en su lugar de trabajo (25%), y el resto se informa en otros eventos y medios como libros de turismo o revistas.

De la Ilustración 12 se puede notar que, de los turistas extranjeros que utilizaron como medio la Internet para informarse sobre la ciudad, se apoyaron en páginas como buscador Google, Lonely planet y Tripadvisor (24.5%, 19.1% y 11.7% respectivamente). La Revista International Living fue citada como fuente de información relevante de la ciudad por el 2.1% de los entrevistados. Respecto a los hallazgos en el mismo periodo 2017, en el año 2018 existe similar incidencia del uso del buscador google (22.8% en el segundo trimestre 2017), y menor

incidencia de uso de páginas como Tripadvisor (4.8% menos) a favor del uso de Lonely planet (6.4% más).

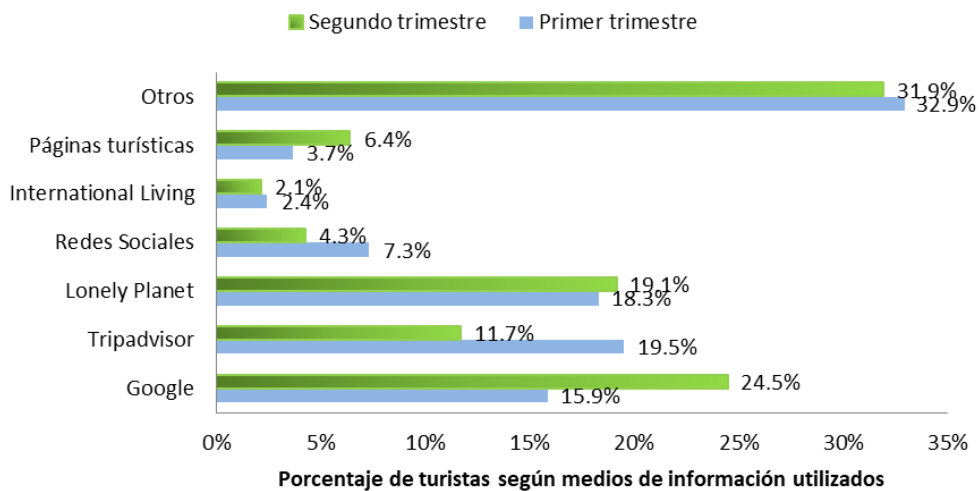
El uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) tiene menor incidencia (4.3%), que en el segundo trimestre de 2017 (10.1%). Páginas turísticas como medio de información fue utilizado por un 6.4% de turistas que utilizaron medios de internet, proporción que es menor al 15.2% de visitantes extranjeros que utilizaron dicho medio en el segundo trimestre 2017. Hay un alto porcentaje de turistas que utilizaron otros medios de internet para obtener información sobre la ciudad (31.9%), de los cuales un 47% no sabe o no contesta el medio utilizado, un 17% indica el uso de páginas como Gringo Post, el restante utiliza otros medios de internet que a nivel individual resultan no ser significativos.

Ilustración 95: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 96: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



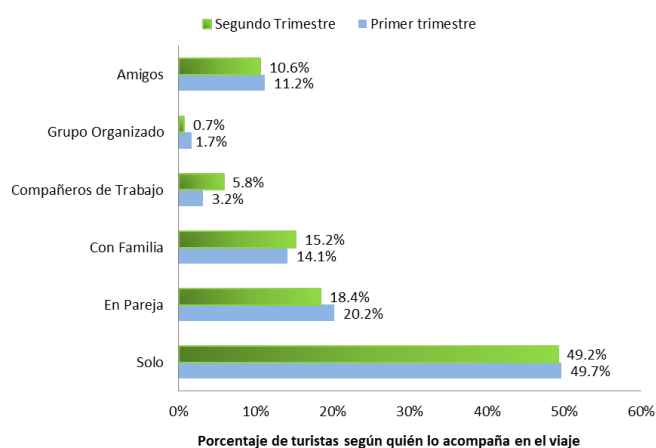
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

10.1.3 Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.3.1 Con quién viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los resultados son consistentes a los hallazgos del primer trimestre del año 2018, y revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, vienen solos (49.2%). Un 18.4% de turistas arriban con sus parejas. Además, una proporción del 15.2% de turistas vienen acompañados de su familia. En este segundo trimestre 2018 hay un 10.6% de visitantes que vienen acompañados por sus amigos, y un 5.8% vienen con sus compañeros de trabajo. Por último, la incidencia de turistas que arriban en un grupo organizado es baja (0.7%). Resultados que son similares a los obtenidos en el segundo trimestre del año 2017, la diferencia significativa se da en el grupo de turistas que arriban solos, ya que existe un incremento de 9.8% en 2018 frente al mismo periodo 2017.

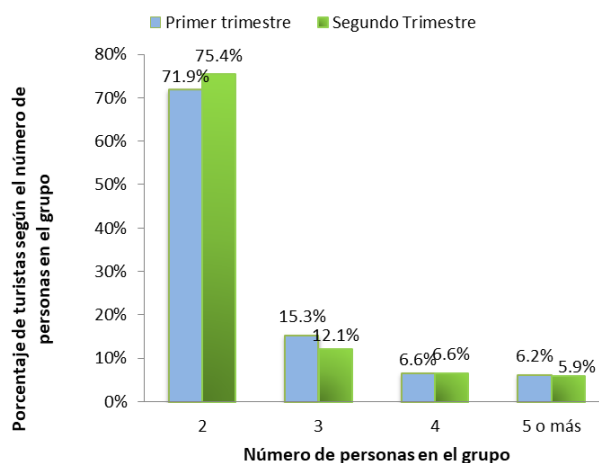
Ilustración 97: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 98: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 14 se puede apreciar que, del total de turistas que no viajan solos, la predilección continúa siendo visitar la ciudad en pareja (75.4%), valor que es 5.4% mayor al observado durante el mismo periodo del año 2017 (70%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos son 12.1% y 6.6% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Al relacionar las variables “razón principal de la visita” con “compañía de viaje” se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca por motivos recreativos lo hace en viaje personal (38.2%), en viaje con su pareja (28.5%) y una fracción menor lo hace con sus amigos (15.3%). Aquellos visitantes extranjeros que viajan con su familia representan el 17%, proporción que es 3.6% más que en el primer trimestre 2018 (13.4%). Aquellos que visitan la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen solos (56.9%), en familia (19.6%) o en pareja (16.7%). Hay una gran proporción de turistas que visitan la ciudad por negocios y que viajan solos (67.9%); no menos importante resulta un 15.5% de este tipo de turistas que viajan con sus compañeros de trabajo (ver Tabla 2).

Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solos o en pareja¹⁶.

Si se compara los resultados del periodo abril – junio 2018 frente al mismo periodo 2017, se puede inferir que ahora los turistas extranjeros que visitan la ciudad por motivos recreativos prefieren viajar solos (38.2% en el año 2018 frente al 27.2% en el año 2017), en detrimento de aquellos que prefieren viajar en pareja (26.5% en el año 2018 frente al 33.3% en el año 2017). Asimismo, el grupo de turistas que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, que vienen acompañados de sus familiares es menor (19.6% en el segundo trimestre del año de estudio frente al 30.6% del año anterior), a favor de aquellos que viajan en pareja (17.7% y 8.3% respectivamente).

Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

| Turista Extranjero | | Trimestre 2018 | ¿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 | 1 | 41.0% | 2.6% | 13.4% | 26.5% | 15.7% | 0.7% | 100.0% |
| | | 2 | 38.2% | 0.3% | 17.0% | 28.5% | 15.3% | 0.7% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 1 | 54.7% | 0.0% | 22.2% | 16.2% | 5.1% | 1.7% | 100.0% |
| | | 2 | 56.9% | 0.0% | 19.6% | 16.7% | 6.9% | 0.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 1 | 72.9% | 1.7% | 3.4% | 6.8% | 1.7% | 13.6% | 100.0% |
| | | 2 | 67.9% | 1.2% | 9.5% | 1.2% | 4.8% | 15.5% | 100.0% |
| Total | | 1 | 49.7% | 1.7% | 14.1% | 20.2% | 11.2% | 3.2% | 100.0% |
| | | 2 | 49.2% | 0.7% | 15.2% | 18.4% | 10.6% | 5.8% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

¹⁶ En el anexo 3 se presenta el resto de información del motivo principal vs compañía de viaje.

3.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros organizan su viaje en forma independiente, tanto en el primer como el segundo trimestre (88.4% y 87.3% respectivamente) al igual que los hallazgos del año 2017 (88.03% y 87.02% respectivamente).

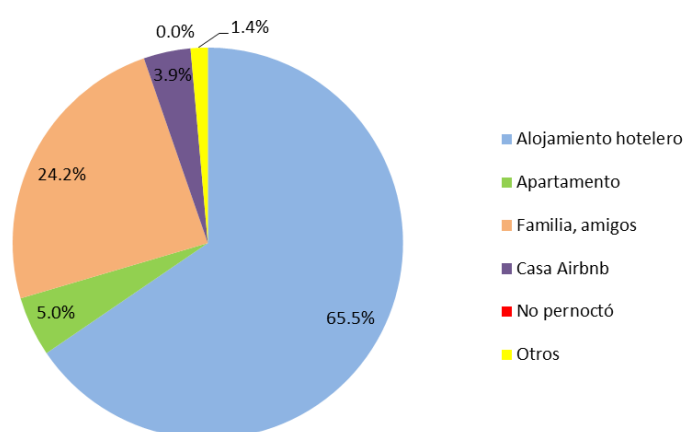
10.1.4 La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.4.1 Elección del Alojamiento

En los últimos años, a nivel mundial han aparecido formas alternativas al hospedaje tradicional hotelero. Es importante por lo tanto en un estudio de esta naturaleza, que se evalué la incidencia de estas nuevas formas de alojamiento entre los turistas extranjeros.

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en este segundo parcial, es el establecimiento hotelero 65.5% (5.3% más que en el primer trimestre del año 2018), proporción que es similar al 63.5% de turistas extranjeros que prefirieron este tipo de establecimiento en el segundo trimestre del año 2017. El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es de 24.2% (5.1% menos que el primer trimestre del año 2018), que es mayor al 20.7% de visitantes que se alojaron con sus familiares en el mismo trimestre del año 2017. Quienes indican el uso de Apartamento son el 5%, y un 3.9% utilizaron casa Airbnb; estos tipos de alojamiento no presentan fuertes variaciones respecto a los encontrados en el año 2017 (7.2% y 5.3% respectivamente). En el trimestre abril-junio no hubo turistas que no pernoctan en la ciudad¹⁷. El número de visitantes que dice elegir otro tipo de alojamiento, no es significativo (1.4%).

Ilustración 99: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 3¹⁸ revela que, de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (77.8%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios (76.2%), asistencia a congresos o conferencias (89.1%), y por

¹⁷ Los turistas que indican no pernoctar en la ciudad, corresponde al porcentaje de turistas que se hospedaron en cantones cercanos pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

¹⁸ En el anexo 4 se presenta el resto de información del motivo principal vs tipo de alojamiento.

compras o servicios personales (100%); se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (78.4%). Quienes arriban por tratamiento de salud eligen hospedarse en establecimiento hotelero (25%), o con familiares o amigos (75%). Los turistas que visitan la ciudad por estudios o investigación, prefieren hospedarse en un establecimiento hotelero (30%) o con familiares o amigos (40%). Finalmente, aquellos turistas que visitan la ciudad por motivos religiosos prefieren alojarse con sus familiares o amigos (100%).

Si se compara los resultados del segundo trimestre 2018 frente a los hallazgos del mismo periodo del año 2017 se evidencia algunos eventos importantes. Los turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos que se hospedan en establecimiento hotelero es mayor (77.8% 2018 frente al 68.4% 2017). A la par hubo una disminución de aquellos turistas que visitan a sus familiares que se alojan en establecimiento hotelero (12.7% 2018 frente al 25% 2017), a favor de alojamiento con sus familiares o amigos (78.4% 2018 frente al 63.9% 2017). Cabe preguntarse ¿quién utiliza el tipo de alojamiento Airbnb? Del 3.9% de turistas internacionales que utilizan alojamiento Airbnb, el 73% visitan la ciudad por motivos recreativos, y el 14% visitan a familiares o amigos. Presentan altos niveles de educación (40.9% postgrado, 54.5% superior), y son solteros o casados (40.9% y 50% respectivamente).

Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

| Turista Extranjero | | Trimestre | ¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA? | | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|-----------|--|-------------|-----------------|-------------|--------|
| | | | ALOJAMIENTO O HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | CASA AIRBNB | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 1 | 77.2% | 4.9% | 11.6% | 6.3% | 100.0% |
| | | 2 | 77.8% | 5.2% | 10.1% | 5.6% | 100.0% |
| | Visita a familiares o | 1 | 15.4% | 10.3% | 74.4% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 12.7% | 4.9% | 78.4% | 2.9% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 1 | 69.5% | 5.1% | 25.4% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 76.2% | 6.0% | 15.5% | 0.0% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 1 | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 89.1% | 0.0% | 6.3% | 3.1% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 1 | 55.6% | 22.2% | 22.2% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 30.0% | 20.0% | 40.0% | 10.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 1 | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 1 | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100% |
| | | 2 | 0.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% | 100% |
| | Compras o servicios personales | 1 | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Otros | 1 | 70.0% | 10.0% | 20.0% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 70.0% | 0.0% | 10.0% | 0.0% | 100.0% |
| Total | 1 | 60.2% | 6.3% | 29.3% | 3.6% | 100.0% | |
| | 2 | 65.5% | 5.0% | 24.2% | 3.9% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 4 se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta 30 días. En el primer trimestre del año 2018, la estancia promedio fue de 6.31 días. No obstante, 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. El 25% de turistas tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 4 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 7 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 7 días (una semana). La respuesta común de los turistas, fue permanecer 2 días en la ciudad.

**Tabla 11: Duración de la estancia del Turista Extranjero
(Para visitantes de hasta 30 días)**

| | Primer trimestre | Segundo trimestre |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|
| Media | 6.75 | 6.31 |
| Cuartil 1 (25% de los casos) | 2.00 | 2.00 |
| Mediana (Cuartil 2) | 3.00 | 4.00 |
| Cuartil 3 (75% de los casos) | 7.00 | 7.00 |
| Moda | 2.00 | 2.00 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

La duración de la estancia, depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales.

Por lo expuesto, se realizó una disgregación por motivo de viaje, para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo, aquel que visita la ciudad por negocio tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, resultados que son congruentes a lo encontrado en el primer trimestre del año 2018, al igual que en el segundo trimestre del año 2017 (3 y 3 días respectivamente). Aquel que visita a familiares o amigos lo hace en estancia mediana de 7 días, que es 2 días más que la estancia del turista que visitó a la ciudad por el mismo motivo en el año 2017 (mediana de 5 días). Los turistas que llegan a la ciudad por compras o servicios personales o por motivos de salud lo hacen en estancias de alrededor de 2 días. Quienes visitan la ciudad por motivos religiosos o por motivos de estudios o investigación presentan estancias de 11.5 días y 15 días respectivamente, a pesar de que estos grupos de turistas presentan altos días de estancia, se debe considerar que dichos grupos no son significativos.

Resulta importante acotar que aquellos visitantes que vienen por participar en congresos o conferencias lo hacen en estancias de 5 días, que es mayor a la estancia mediana presentada en el primer trimestre del año 2018.

Tabla 12: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Extranjero | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana) | |
|--|--------------------------------------|--|-------------------|
| | | Primer trimestre | Segundo trimestre |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 3.0 | 3.0 |
| | Visita a familiares o amigos | 10.5 | 7.0 |
| | Negocios, actividades | 3.0 | 3.0 |
| | Congresos, conferencias | 2.5 | 5.0 |
| | Estudios, investigación | 8.5 | 15.0 |
| | Tratamiento de salud | 3.0 | 2.0 |
| | Motivos religiosos | 4.5 | 11.5 |
| | Compras o servicios personales | 4.0 | 2.0 |
| Otros | 3.0 | 6.0 | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo al tipo de alojamiento utilizado por los turistas, en la Tabla 6, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen estancias cortas de 3 días, resultados que son congruentes al primer y segundo trimestre tanto del año 2017 como 2018. La duración de estancia de aquellos turistas que se alojan en apartamentos es de 15 días, a diferencia de aquel turista que se alojaba en apartamento en enero-marzo 2018 (mediana de 11 días). Al igual que en el primer trimestre del año 2018, los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de 7 días, similar a la estancia en el segundo parcial 2017 (mediana 6 días); en este parcial quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (casa airbnb) tienen estancia de hasta 4 días, que es un día de estancia más que el presentado en el segundo periodo 2017 (mediana de 3 días).

Tabla 13: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Extranjero | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana) | |
|-------------------------------|----------------------------|--|-------------------|
| | | Primer Trimestre | Segundo Trimestre |
| Tipo de Alojamiento Utilizado | ALOJAMIENTO HOTELERO | 3.0 | 3.0 |
| | APARTAMENTO | 11.0 | 15.0 |
| | FAMILIA, AMIGOS | 7.0 | 7.0 |
| | CASA AIR BNB | 5.5 | 4.0 |
| | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | N/D | N/D |
| | OTROS | 1.0 | 5.0 |

Nota: N/D significa no disponible

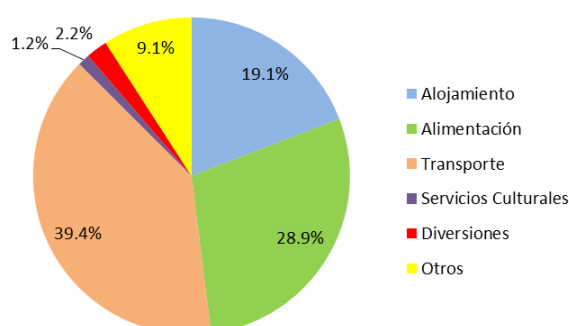
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.3 El costo de la Estancia

Los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca, en el segundo trimestre de 2018 gastaron en promedio \$481.77 por grupo¹⁹ durante toda su estancia, valor que es menor al gasto promedio realizado por los turistas en el segundo trimestre del año 2017 (\$586.05). Si el gasto total del grupo en toda la estancia se divide para el número de personas en el grupo se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; este rubro fue de \$328.74 y \$367.87 por persona en el segundo parcial 2018 y 2017 respectivamente. A su vez, se obtiene que el gasto turístico diario por persona es de \$67.77²⁰ en el trimestre analizado, valor menor que el gasto presentado en el mismo periodo del año anterior (\$83.30).

La Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico presente en el trimestre abril-junio 2018. Del total de gastos realizados por turistas extranjeros, el 39.4% se realiza en transporte, que es 7.2% y 9.98% menos que el valor obtenido en el primer parcial del año 2018 y segundo trimestre 2017 respectivamente. El 28.9% del gasto lo realizan en alimentación, mayor al 23.8% y 19.88% del primer trimestre 2018 y segundo trimestre 2017 respectivamente. Un 19.1% gastan en alojamiento, proporción que es mayor al 16.78% del parcial en el año anterior. Los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales son de 2.4% y 1.2% respectivamente.

Ilustración 100: Composición del gasto total en turismo por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se debe considerar que los costos de la estancia siguen siendo determinados por diversos factores entre los que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia), el motivo del viaje, y los días de estancia. En ese sentido, a modo de ilustración se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud presente gastos diferentes, frente aquel que viene por actividades lúdicas.

¹⁹ Los gastos totales por grupo, se calcula como la suma de los diversos tipos de gastos en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo de turistas con el que viajó. Pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

²⁰ Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos. En las siguientes tablas se presenta la estimación de los gastos que toma en cuenta la forma de distribución de los gastos.

Con respecto a los turistas con estadías de hasta 30 días, 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 los turistas que vienen para participar en congresos o conferencias (\$570), costo que se debe principalmente por gastos en transporte (\$288.08) y alojamiento (\$127.62). En comparación con el segundo trimestre 2017, los costos en transporte son menores al presentado en dicho periodo del año 2017 (\$650).

Aquellas personas que vienen para visitar a sus familiares o amigos, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros. El alto gasto que presentan se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$101.22), y alimentación (\$97.90). El rubro de transporte y diversiones es menor en comparación con el segundo trimestre del año 2017 (\$166 y \$28.54 respectivamente), lo que hace que el costo durante la estancia en el segundo parcial del año 2017 sea mayor para este grupo de turistas (\$317.25).

Los turistas con estancias cortas, pero con gastos igualmente altos son aquellas que vienen por negocios (\$217.5), especialmente en los gastos por transporte. Aquellos turistas que vienen por este motivo presentan una mediana de gastos por persona durante la estancia que es menor a los obtenidos en el trimestre 2017 (\$235).

Otros grupos de turistas extranjeros, como aquellos que visitan la ciudad por motivos religiosos o por compras o servicios personales, también presentan altos gastos en el segundo trimestre 2018, no obstante, es importante considerar que la presencia de estos grupos no es representativa.

Por su parte, las personas que vienen por recreación, erogan un monto inferior al promedio durante toda la estancia en el segundo trimestre del año 2018 (\$77.5), que a su vez es menor en comparación al mismo periodo del año 2017 (\$139.38). Esta disminución se debe especialmente a menores gastos en alojamiento, alimentación y transporte. Además este grupo de turistas presentan gastos en diversión (\$1.84) que es inferior al global general (\$3.47); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo por motivos de visita a familiares o amigos o por participar de congresos o conferencias, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$6.06 y \$7.23 respectivamente).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por motivos de trabajo o negocios y por participar de congresos o conferencias. En general, el gasto en alojamiento de los turistas internacionales, se mantiene en una mediana del gasto por persona en la estancia de \$34.75 en el primer trimestre del año 2017 a \$37.85 en el mismo periodo del año 2018. También se aprecia que en promedio los visitantes extranjeros erogan altos rubros en transporte principalmente quienes vienen por participar en congresos o conferencias, visitar a familiares o amigos, motivos religiosos y por negocios.

10.1.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados del segundo trimestre del año 2018, revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 92.5%, 90.29% y 93.95% respectivamente. Resultados similares se

observan para el mismo trimestre del año 2017 (88.81%, 93.06% y 90.29% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

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

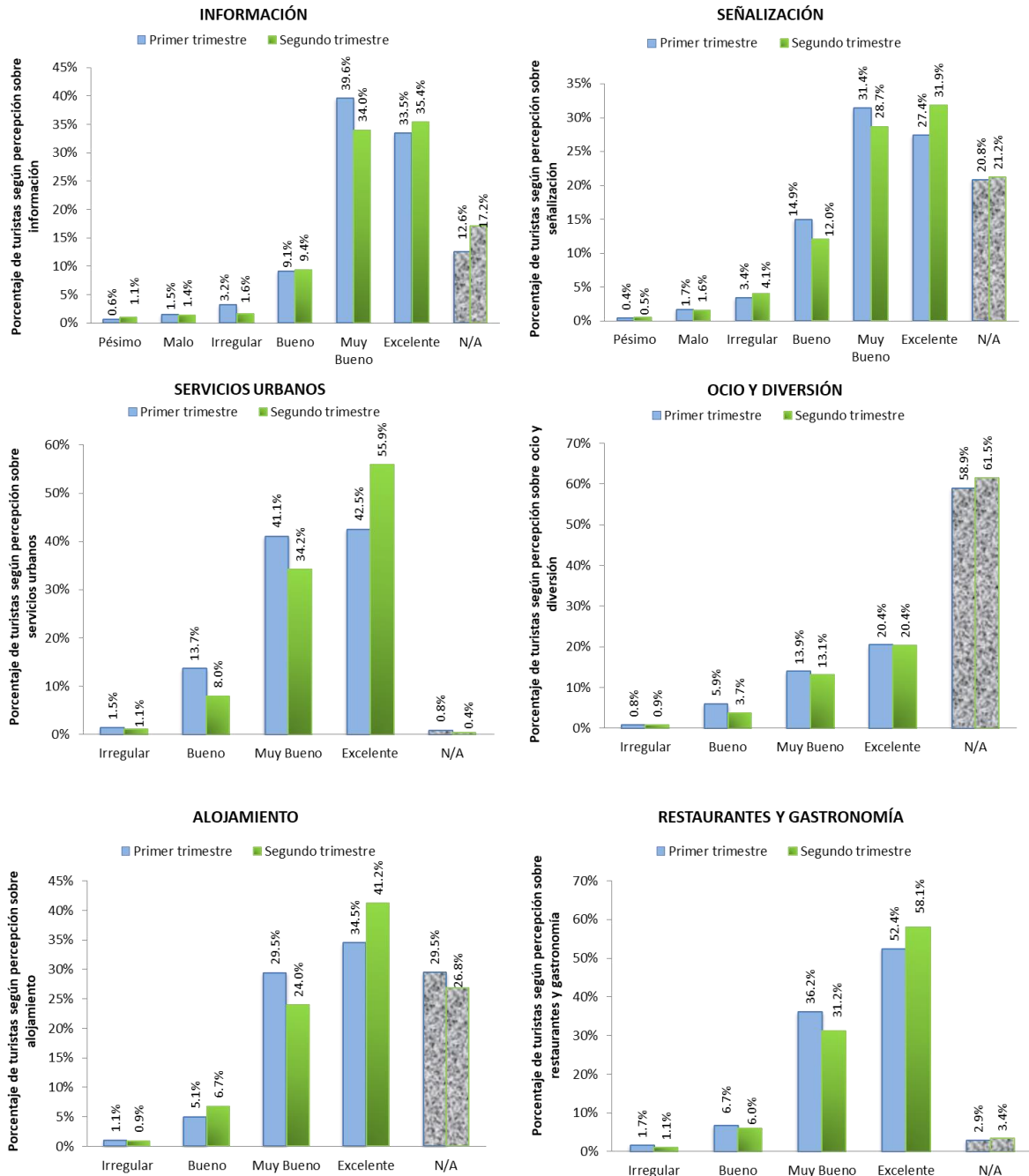
Los resultados del presente estudio demuestran que en general, el turista extranjero calificó los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes, al igual que en el parcial abril-junio 2017.

Se aprecia una mejora en la percepción de muy bueno a excelente de los servicios de información, señalización, servicios urbanos, alojamiento, y servicios de gastronomía en el segundo trimestre del año 2018 frente al primer trimestre del mismo año. El cambio más significativo se observa en la percepción de la calidad de los servicios urbanos y alojamiento, ya que existe un incremento en la proporción de turistas que califican como excelentes estos tipos de servicios. De 42.5% y 34.5% en el primer trimestre al 55.9% y 41.2% en el segundo trimestre, respectivamente.

Si se compara los resultados del segundo trimestre 2018 frente al mismo periodo del año 2017, se evidencia algunos eventos importantes. Hubo una disminución de turistas que califican como excelentes a los servicios de información y alojamiento, de 40.9% y 51% en el segundo trimestre 2017 a 35.4% y 41.2% en el segundo trimestre 2018 respectivamente. A la par, existe un incremento en la proporción de turistas que califican como excelentes a los servicios de restaurantes y gastronomía, de 52.9% en el periodo abril – junio del año 2017 a 58.1% en el mismo periodo del año 2018.

Cabe señalar que hay un porcentaje no menos importante de alrededor de 12% y 8% de turistas que indican que los servicios de señalización y servicios urbanos son buenos. Esto se puede apreciar en la ilustración panorámica 17.

Ilustración 101: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



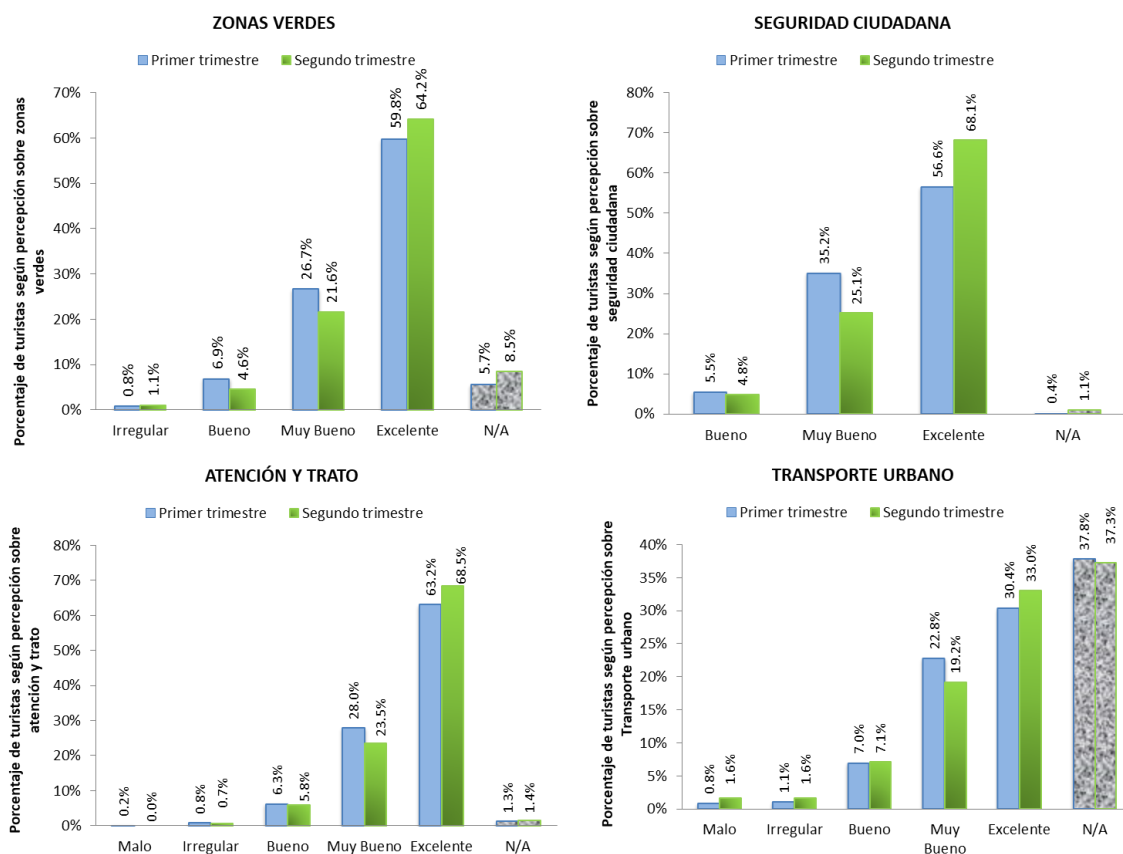
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

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, una muy buena o excelente atención y trato por parte de los cuencanos y una alta calidad en el servicio de transporte urbano. En comparación con el primer trimestre del año 2018, se evidencia una mejora perceptiva de muy bueno a excelente de dichos servicios. El cambio más significativo se observa en la percepción de calidad de seguridad ciudadana, ya que la proporción de turistas que califican como excelente a este tipo de servicios incrementa de 56.6% en el primer trimestre a 68.1% en el segundo.

En relación al segundo trimestre del año 2017, se evidencia que los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano presentan mayor proporción de visitantes extranjeros que califican como excelente este tipo de servicios en el segundo trimestre 2018 frente al 2017. Especialmente en la percepción de los servicios de las zonas verdes, seguridad ciudadana y atención y trato, con incremento de 8.4%, 12.8% y 8.4% respectivamente.

Ilustración 102: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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

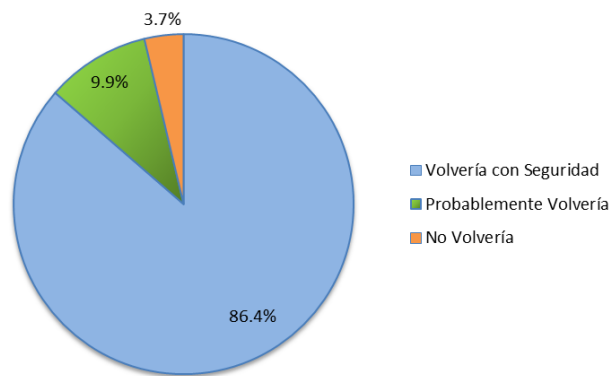
Como constan en las Ilustraciones 19 y 20, el estudio revela que el 86.4% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 9.9% probablemente regresaría y solo un 3.7% anunció que probablemente o seguramente no volvería (Ilustración 19). De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 90.6% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 8.3% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son alrededor del 1.1% (Ilustración 20), los resultados muestran ser consistentes con los obtenidos en el primer trimestre del año 2018. Comparando los resultados con el periodo abril-junio 2017, se evidencia una mejora de 8% en la proporción de

turistas que volverían con seguridad, y una mejora de 6% en la recomendabilidad de la ciudad como destino Turístico.

3.1.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad y sus atractivos antes de la visita

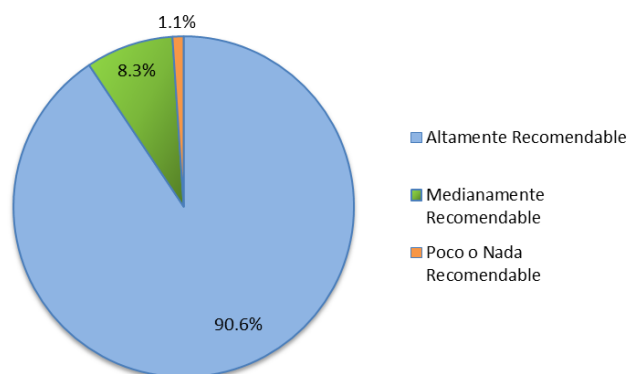
Alrededor del 96.7% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita, proporción que es mayor al 86.9% de turistas extranjeros que conocían la ciudad en el segundo trimestre del año 2017. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo al país (3.3%). El 37.3% de los turistas extranjeros ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que la gran mayoría de visitantes 62.7%, no conocía los atractivos de la ciudad, lo que es consistente a los hallazgos del primer trimestre del año 2018. Finalmente, solo un 4.1% de turistas internacionales estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.

Ilustración 103: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



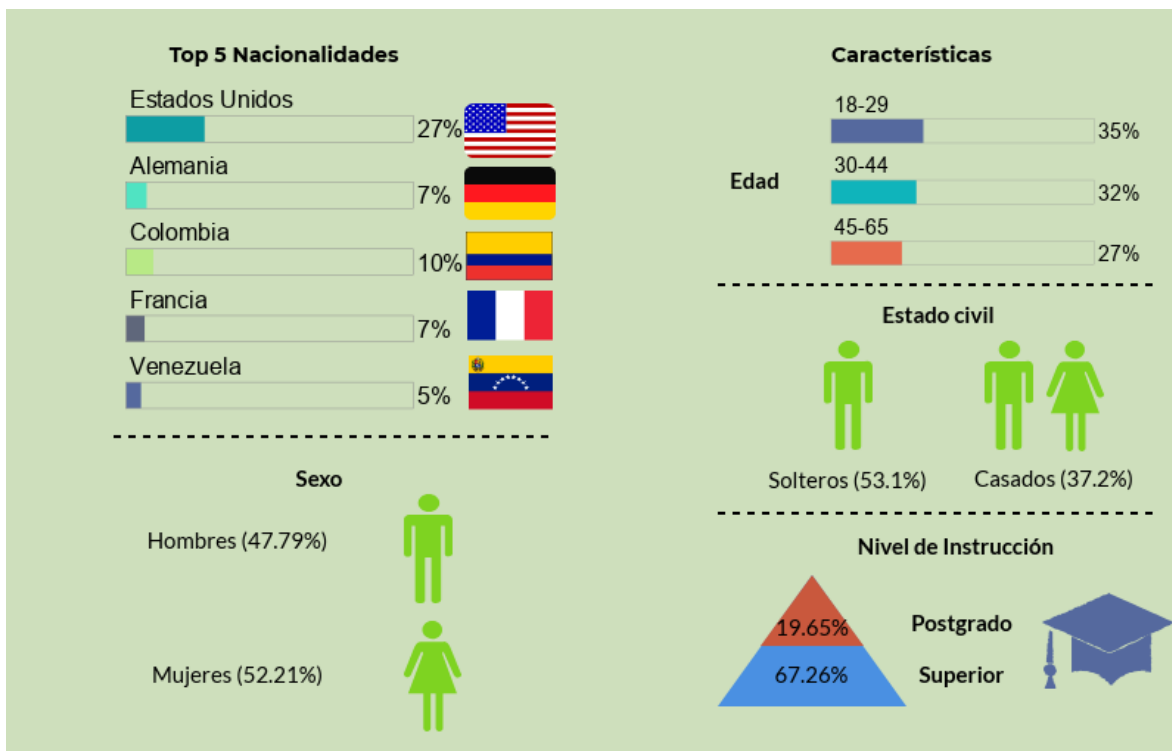
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 104: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

10.1.6 Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en semana normal



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

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre abril-junio 2018, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- c) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 5)
- d) 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. (Ver anexo 5)

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.

Percepción del turista extranjero:

Consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos.

Los turistas extranjeros califican a los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca como muy buenos o excelentes.

Retorno y recomendabilidad:

Los visitantes extranjeros presentan alta probabilidad de retorno, y consideran que la ciudad de Cuenca es altamente recomendable.

Motivación, organización, tipo de alojamiento, duración de la estancia y costos de la estancia del turista extranjero en el segundo trimestre del año 2018

El turista extranjero que visita la ciudad:

- d) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por sus paisajes naturales, atractivos turísticos, y a la cultura característica de la ciudad de Cuenca, que viajan solos o en pareja y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$77.50, es decir, un gasto diario por persona de \$25.83.
- e) Visita la ciudad por visitar a familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 7 días, con un costo de estancia por persona de \$240.00, es decir, un gasto diario por persona de \$34.29.
- f) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$217.50, es decir, un gasto diario por persona de \$72.50.

11. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

11.1 El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal

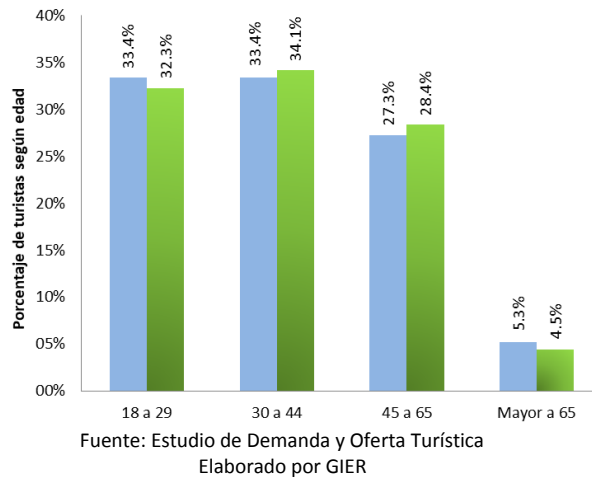
11.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

4.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Ilustración 21, los resultados revelan que la mayoría de turistas nacionales se encuentran entre 30 a 44 años y entre 18 a 29 años (34.1% y 32.3% respectivamente, resultados que son similares a los obtenidos en el primer trimestre del año 2018. Esto lo caracteriza, al igual que su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. También se presenta una importante incidencia de turistas nacionales entre 45 a 65 años de edad (28.4%). Grupos de turistas mayores de 65 años de edad son el 4.5%. Los resultados son consistentes al primer parcial del año 2018. Los hallazgos muestran que la proporción de visitantes con edad entre 30 a 44 años se mantienen similares a las proporciones del segundo parcial del año 2017 (34.79%), pero los grupos con edad entre 18 a 29 años disminuye (de 37.45% en el año 2017 a 32.3% en el año 2018), a favor de un incremento de turistas nacionales con edad comprendida entre 45 a 65 años (de 22.18% 2017 a 28.4% en 2018).

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que la media de edad es de 38.57 años y una mediana de 36 años.

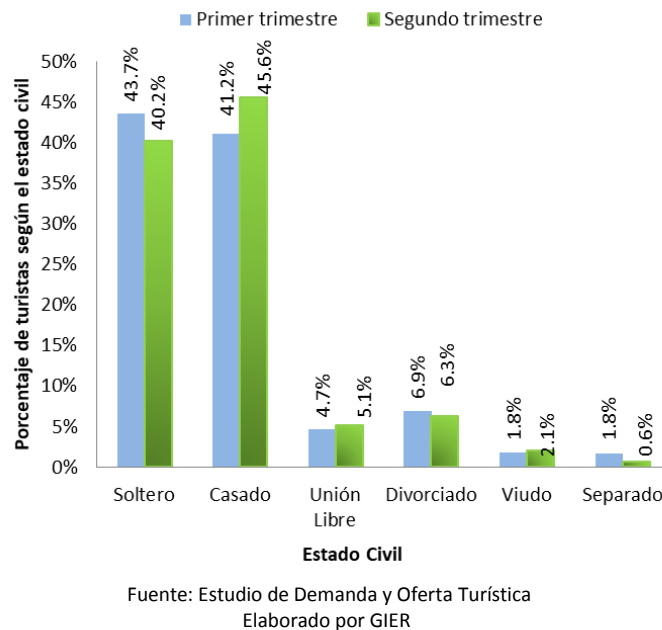
Ilustración 105: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



La Ilustración 22 muestra que hubo mayor proporción de turistas casados (45.6%), valor que es 4.4% más en relación al trimestre enero-junio 2018; a la par, existe una disminución de visitantes solteros (de 43.1% en el primer trimestre a 40.2% en el año 2018). El restante porcentaje corresponde a otras formas de asociación civil.

Los turistas casados (45.6%), difiere al 37% encontrado en el mismo periodo en el año anterior; lo que implica mayor presencia de turistas casados y menor de visitantes solteros (de 45.6% en el segundo trimestre 2017 a 40.2% en el segundo trimestre 2018).

Ilustración 106: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



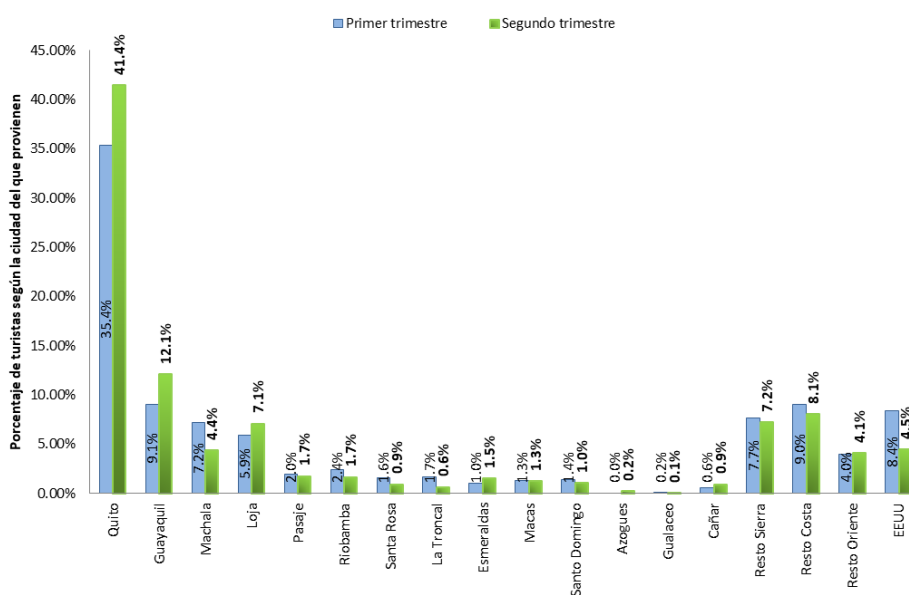
En lo concerniente al género, al igual que en el primer trimestre 2018, los resultados muestran que, hubo una proporción de 56.5%-43.5% de varones frente a mujeres, a diferencia del periodo abril - junio 2017 donde el género no fue un factor que determina la elección del destino Cuenca (52.8% varones frente a 47.2% mujeres).

4.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todas las regiones del Ecuador, existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 23, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por turistas quiteños (41.4%), que es 6 y 7.4 puntos porcentuales más en comparación con el trimestre enero-marzo 2018, y el trimestre abril-junio 2017 respectivamente. Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (12.1% frente 6.2% en el segundo trimestre 2017)²¹, visitantes lojanos (7.1% frente al 6.4% respectivamente) y turistas machaleños (4.4% frente al 5.9% respectivamente).

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resultan significativas a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 7.2% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de ciudades de Ambato e Ibarra. Un 8.1% son turistas del resto de ciudades de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 4.1% provienen de la región amazónica principalmente de ciudades de la provincia de Morona Santiago.

Ilustración 107: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

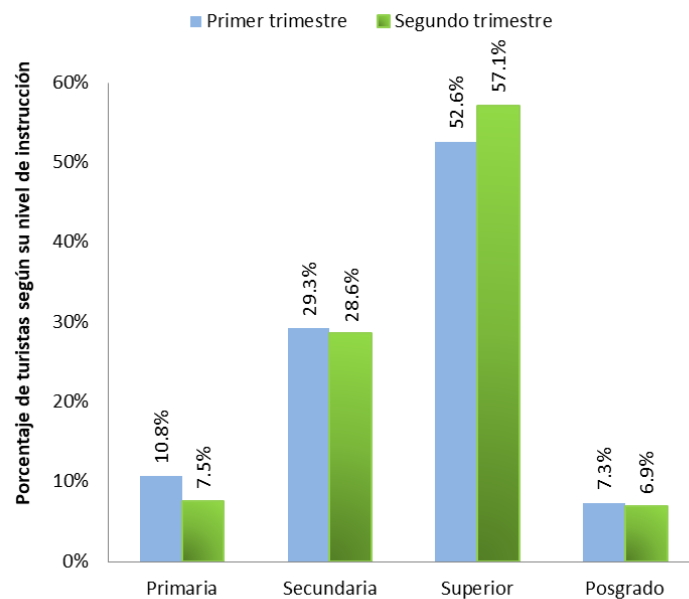
Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados revelan una mayor incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel) (57.1%), y con título de bachiller (28.6%). Lo que evidencia una menor proporción de visitantes nacionales con educación primaria a favor de turistas con mayor educación en relación al primer trimestre del año 2018. No

²¹ Es importante recordar que el estudio se lleva a cabo durante una semana regular, sin incluir por ende días feriados o fiestas.

obstante, los resultados son similares a los hallazgos del segundo trimestre 2017 (28.5% secundaria y 54.4% educación superior). Los datos indican que el turista nacional típico labora como profesional independiente (28.5%), pero la incidencia de este tipo de turistas es menor a la incidencia del 31.7% de visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en el periodo abril-junio 2017 (ver Ilustración 25).

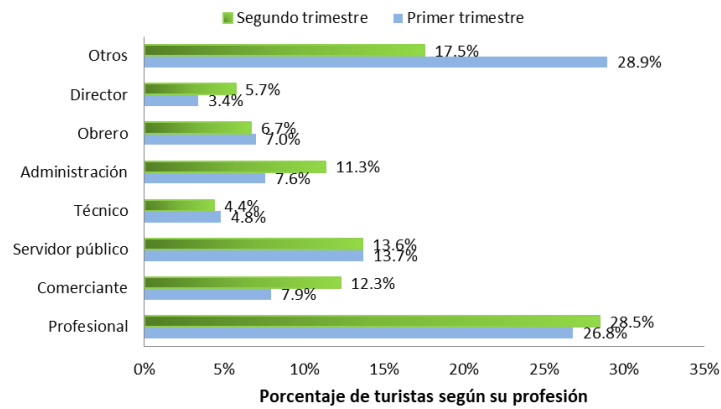
Se evidencia mayor proporción de comerciantes (12.3%) y administradores (11.3%) en el segundo trimestre 2018 frente al primer parcial del mismo año (incremento en un 4.4% y 3.7% respectivamente). El resto de profesiones tiene incidencia similar en ambos trimestres. Con respecto al segundo trimestre del año 2017 (comerciantes 12.4%, servidores públicos 14.5%, administradores 11.6%), las proporciones son similares a los hallazgos 2018. De aquellos que indican otro tipo de profesión se encuentra turistas que laboran como abogados, médicos, docentes, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

Ilustración 108: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 109: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



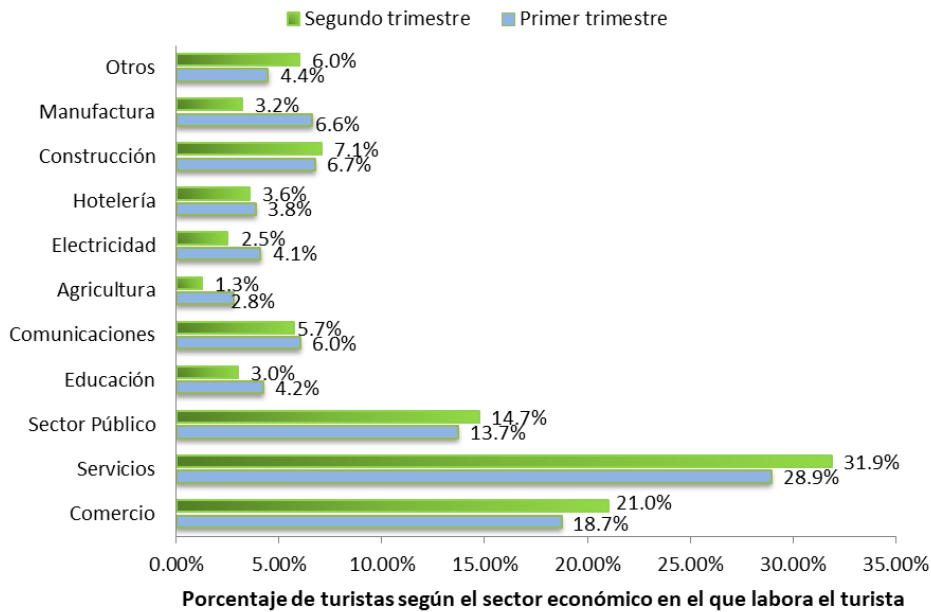
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios profesionales (31.9%), en similar proporción que el trimestre abril-junio del año en comparación (31.4%). Otro grupo predominante está conformado por quienes se dedican al sector comercial (21%), y quienes laboran en el sector público (14.7%), proporciones que son relativamente similares a primer trimestre 2018 (18.7% y 13.7% respectivamente), y segundo trimestre 2017 (19.6% y 13% respectivamente).

Cabe señalar, que si bien existe un 12.3% que labora como comerciante (Ilustración 25), el porcentaje de turistas que laboran en el sector comercio, asciende a 21% (Ilustración 26). La diferencia existente se debe fundamentalmente que en este sector no solo laboran comerciantes, sino también otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

Hay una incidencia de 3%, 2.5%, y 3.6% de turistas que laboran en el sector educación, electricidad, y hotelería respectivamente. La fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción es de 7.1%, y de 3.2% quienes se dedican a laborar en el sector manufactura. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otro sector económico (6%), la mayor porción trabaja en el sector salud (54.8%) y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 110: Sector Económico en que labora el Turista Nacional

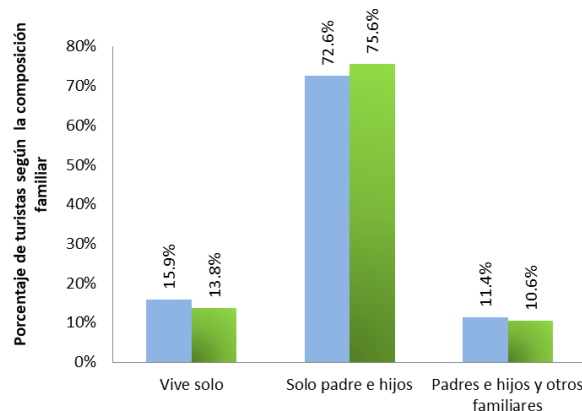


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 27, en el trimestre abril-junio del 2018, el 75.6% de turistas nacionales viven solo entre padres e hijos; los turistas que viven solos son el 13.8% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está conformado por padres, hijos y otros familiares es de 10.6%. Los resultados son congruentes con los obtenidos en el parcial enero-marzo 2018 y en el segundo trimestre 2017.

Ilustración 111: Con quién vive el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 9 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista nacional.

Tabla 7: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

| Turista Nacional | TRIMESTRE | ESTADO CIVIL | | | | | | Total |
|-----------------------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | | SOLTERO | UNION LIBRE | CASADO | SEPARADO | DIVORCIADO | VIUDO | |
| Vive Solo | 2 | 10.5% | 0.1% | 0.8% | 0.1% | 1.9% | 0.3% | 13.8% |
| Solo padre e hijos | 2 | 23.6% | 4.8% | 41.7% | 0.4% | 3.6% | 1.4% | 75.6% |
| Padres e hijos y otros familiares | 2 | 6.1% | 0.1% | 3.1% | 0.1% | 0.8% | 0.3% | 10.6% |
| Total | 2 | 40.2% | 5.1% | 45.6% | 0.6% | 6.3% | 2.1% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

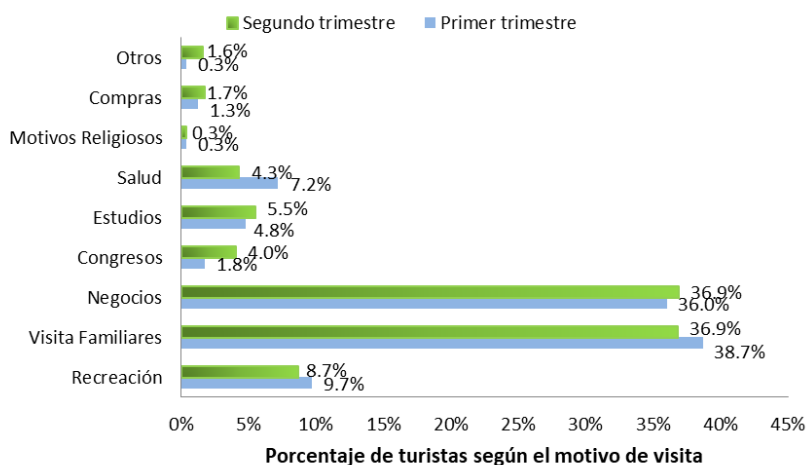
En el segundo trimestre del año, alrededor de 23.6% de los visitantes viven con sus familias y son solteros, pero un no menos significativo 10.5% está conformado por turistas solteros que viven solos. Asimismo, un 41.7% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. Por lo que ahora existe una mayor proporción de turistas que son casados y viven entre padres e hijos (10.8% más), en relación al segundo trimestre 2017 (30.9%).

11.1.1 Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan como se aprecia en la Ilustración 28, al igual que en el primer trimestre, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año es la visita a familiares o amigos (36.9%), y los negocios (36.9%); a diferencia del segundo trimestre del año 2017 donde la principal razón fueron los negocios y como segunda opción la visita a familiares (40.3% y 32% respectivamente). Solo un 8.7% de turistas nacionales visitan la ciudad por recreación.

Ilustración 112: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



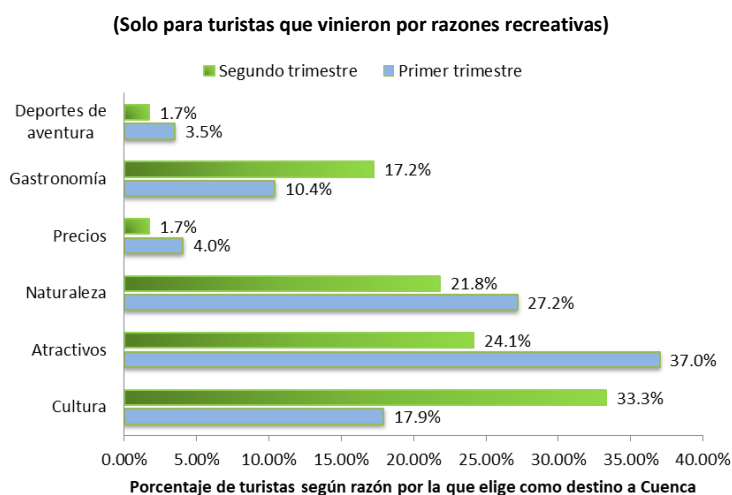
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino turístico, a diferencia del primer trimestre 2018, ahora el 33.3% de los turistas nacionales eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por su cultura (incremento de 15.4%), como las fiestas tradicionales y folclore característicos de la ciudad, seguido por un 24.1% de visitantes nacionales que eligen a la ciudad de Cuenca sus atractivos turísticos (disminución de 12.9% frente al primer trimestre). El 21.8% de turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos, eligen a la ciudad como destino turístico por sus paisajes naturales (disminución de 5.4%). El turismo que vino a la ciudad por su cultura es de 17.9%, como las fiestas tradicionales y el folclore. Turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es 17.2% y 1.7% respectivamente. Se observa, además, que aquellos turistas que arriban a la ciudad atraídos por los precios de bienes o servicios son el 1.7%. Lo anterior expuesto significa que el turista nacional ve a la ciudad de Cuenca en este periodo del año como un lugar para disfrutar de las fiestas tradicionales de la ciudad. (Ver Ilustración 29).

Al comparar con los resultados del trimestre abril-junio del año 2017, se observa que ahora la incidencia de visitantes que eligen a la ciudad como destino turístico por sus atractivos turísticos ha disminuido, frente al 28.6% de turistas que eligieron como destino a Cuenca por el mismo motivo en el segundo trimestre 2017; lo que está acompañado de un incremento en la proporción de turistas que prefieren visitar la ciudad por su Gastronomía (14.3% en el año 2017).

Ilustración 113: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela, que cerca del 91.9% de los entrevistados son visitantes de repetición, mientras que solo un 8.1% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, al igual que en el segundo trimestre 2017 (93.6% y 6.4% respectivamente).

4.1.2.3 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

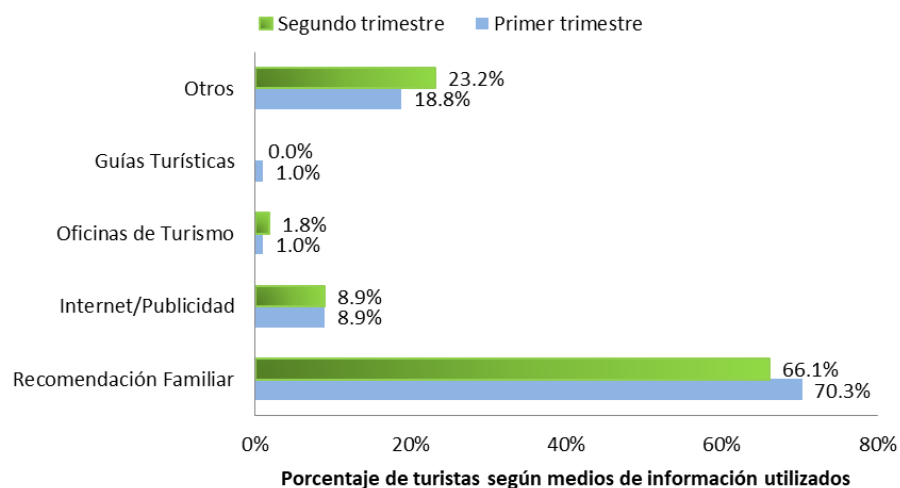
recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (66.1%), y el uso de la Internet y la publicidad (8.9%). Las oficinas de turismo fueron utilizadas por el 1.8% de turistas nacionales, y no hubo uso de guías turísticas (Ver Ilustración 30). Por otro lado, del 23.2% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor porción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 2). Resultados que son consistentes con los hallazgos del segundo parcial del año 2017.

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver Ilustración 31), los hallazgos revelan en el año 2018 los turistas continúan utilizando las redes sociales (28.6%), pero en menor proporción frente al 42.9% de turistas nacionales que utilizaron este medio de internet en el primer trimestre del mismo año. Dicha disminución fue compensada con el mayor uso del buscador Google (20%), y de las páginas oficiales de turismo (con una incidencia del 11.4%). 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.

En este trimestre existe mayor uso de las redes sociales y menor uso de las páginas oficiales, en comparación al mismo periodo del año anterior (15.6% y 20.8% respectivamente en el segundo trimestre del año 2017).

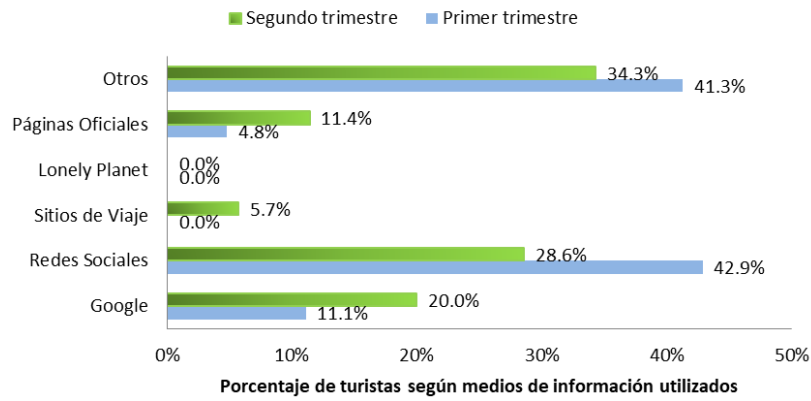
Estos resultados se presentan en las Ilustraciones 30 y 31.

Ilustración 114: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 115: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



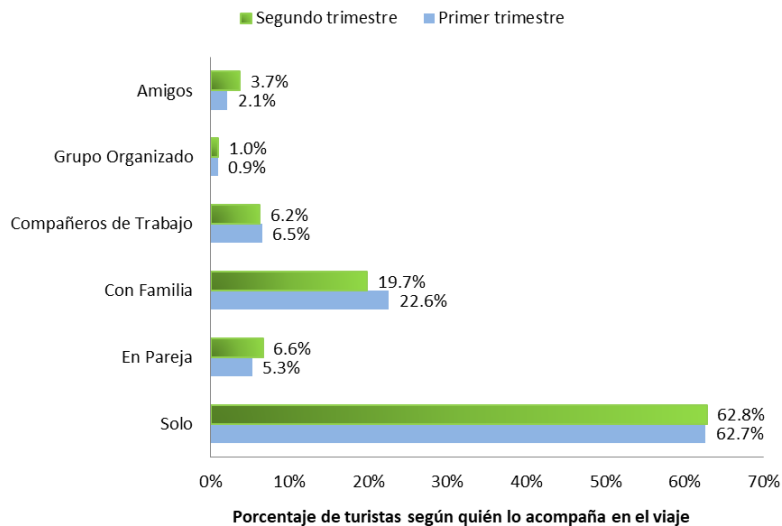
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

11.1.2 Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

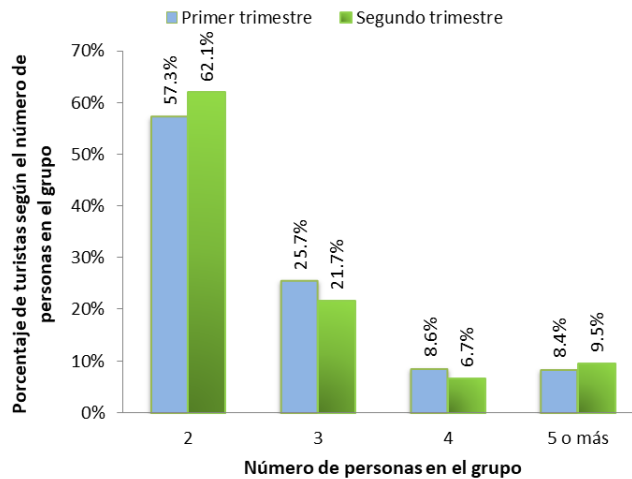
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (62.8%), pero en menor incidencia que en el parcial abril-junio del año 2017 (69.5%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias es del 19.7%, que es mayor al 14.5% de turistas que viajaron con sus familiares en el periodo de comparación. Solamente el 6.6% y 6.2% de turistas vienen en pareja o con compañeros de trabajo respectivamente.

Ilustración 116: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 117: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 33 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de mayor tamaño fueron escasos, hallazgos que son similares a lo encontrado en el segundo trimestre del año 2017.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, arriban a la ciudad en familia (40.8%), y solos (28%). Lo que revela que el turista recreativo prefiere ahora visitar la ciudad acompañado de su familia a diferencia del segundo parcial 2017 donde el turista que visitó la ciudad por el mismo motivo prefirió hacer su viaje solo (35.7%). Según Tabla 10 quienes vienen por visita familiar, un 60.9% deciden hacerlo solos, y un 28.9% lo hacen acompañados de su familia, frente al 67% y 21.6% respectivamente en el segundo trimestre del año 2017. Aquellos que visitan la ciudad por negocios lo hacen solos, al igual que los que vienen a la ciudad por estudios o investigación, o los que vienen por compras o servicios personales (ver anexo 3).

Tabla 8: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

| Turista Nacional | | Trimestre | ¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE? | | | | | Total | |
|--|--------------------------------------|-----------|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | | SOLO | GRUPO | FAMILIA | PAREJA | AMIGOS | | TRABAJO |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 1 | 29.3% | 0.0% | 47.4% | 15.5% | 6.9% | 0.9% | 100.0% |
| | | 2 | 28.0% | 0.8% | 40.8% | 19.2% | 10.4% | 0.8% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 1 | 60.7% | 0.6% | 30.9% | 5.6% | 1.7% | 0.4% | 100.0% |
| | | 2 | 60.9% | 0.2% | 28.9% | 7.5% | 2.5% | 0.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 1 | 76.3% | 0.9% | 3.9% | 2.1% | 0.9% | 15.8% | 100.0% |
| | | 2 | 75.0% | 1.3% | 4.1% | 2.8% | 2.4% | 14.3% | 100.0% |
| Total | | 1 | 62.7% | 0.9% | 22.6% | 5.3% | 2.1% | 6.5% | 100.0% |
| | | 2 | 62.8% | 1.0% | 19.7% | 6.6% | 3.7% | 6.2% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (86.9% en abril-junio 2018 vs. 96.2%, en el mismo periodo 2017). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística es alrededor del 13.1%.

11.1.3 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca en una semana normal

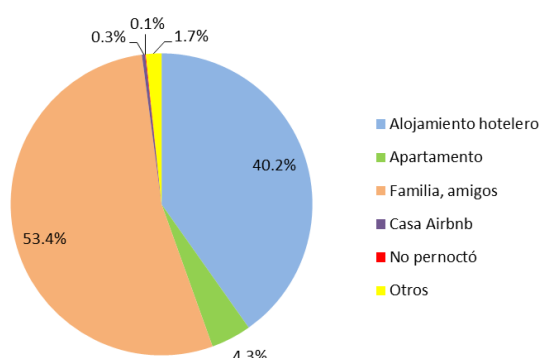
4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista nacional es el alojamiento con sus familiares o amigos 53.4%. Aquellos que eligen establecimiento hotelero corresponden al 40.2%; estas proporciones son relativamente similares al 54.8% y 37.1% de turistas que eligen los mismos tipos de alojamiento, respectivamente, en el mismo trimestre del año 2017. El uso de apartamento, aplica solamente para el 4.3% de los encuestados.

La proporción de turistas nacionales que no pernoctan en la ciudad o que alquilan una casa por medio de la web (casa Airbnb) es menos de 1% cada caso. Los visitantes que dicen elegir otro tipo de alojamiento es de únicamente el 1.7%.

Hubo un incremento alrededor de 4.7% de turistas que utilizan alojamiento hotelero, y una disminución de 4.2% de aquellos que prefieren alojarse con sus familiares o amigos, en comparación al primer trimestre del año 2018.

Ilustración 118: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 11 revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, a diferencia del primer trimestre, ahora el 65.6% prefieren alojamiento en establecimiento hotelero tradicional y 28.8% se aloja con familiares o amigos, frente al 49.5% y 49.5% respectivamente encontrado en el primer trimestre del año 2018. En el periodo abril-junio 2018, existe una mayor fracción de turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos que prefieren alojarse en establecimiento hotelero (65.6%) frente al mismo periodo del año 2017 (58.9%).

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. En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación continúan prefiriendo alojarse con sus familiares o amigos o en apartamentos, al igual que aquellos

que vienen por motivos de salud o religiosos. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de compras o servicios personales, se aprecia una probabilidad de un 44% de que escoja quedarse con un familiar o un 56% de que se aloje en establecimiento hotelero. El uso de la web para reservar una casa (Casa AIRBNB) fue escaso (ver anexo 4).

Tabla 9: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional

| Turista Nacional | | Trimestre | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|-----------|--|-------------|-----------------|--------|
| | | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 1 | 49.5% | 1.0% | 49.5% | 100.0% |
| | | 2 | 65.6% | 2.4% | 28.8% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 1 | 8.1% | 2.6% | 88.1% | 100.0% |
| | | 2 | 6.4% | 2.6% | 89.4% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 1 | 62.7% | 7.3% | 26.4% | 100.0% |
| | | 2 | 69.7% | 5.3% | 22.4% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 1 | 63.2% | 0.0% | 21.1% | 100.0% |
| | | 2 | 63.8% | 1.7% | 32.8% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 1 | 22.2% | 14.8% | 63.0% | 100.0% |
| | | 2 | 22.8% | 17.7% | 58.2% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 1 | 20.0% | 1.3% | 76.0% | 100.0% |
| | | 2 | 25.8% | 0.0% | 74.2% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 1 | 25.0% | 25.0% | 50.0% | 100.0% |
| | | 2 | 20.0% | 0.0% | 60.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 1 | 46.7% | 0.0% | 46.7% | 100.0% |
| | | 2 | 44.0% | 0.0% | 56.0% | 100.0% |
| | Otros | 1 | 66.7% | 33.3% | 0.0% | 100.0% |
| | | 2 | 39.1% | 8.7% | 47.8% | 100.0% |
| Total | | 1 | 35.1% | 4.8% | 57.8% | 100.0% |
| | | 2 | 40.2% | 4.3% | 53.4% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 12 se presenta la duración de estancia del turista nacional que visita la ciudad hasta 30 días. En el segundo trimestre del año 2018, la estancia promedio es de 4.85 días, no obstante, 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. El 25% de turistas nacionales tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 3 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 5 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 6 días. La respuesta más común de los turistas nacionales, fue permanecer 2 días en la ciudad. Resultados que son consistentes en ambos trimestres enero-marzo y abril-junio 2018.

**Tabla 10: Duración de la estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)**

| | Primer trimestre | Segundo trimestre |
|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Media | 5.37 | 4.85 |
| Cuartil 1 (25% de los casos) | 2.00 | 2.00 |
| Mediana (Cuartil 2) | 3.00 | 3.00 |
| Cuartil 3 (75% de los casos) | 6.00 | 5.00 |
| Moda | 2.00 | 2.00 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se debe señalar que la duración de la estancia va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. Por lo tanto no es recomendable, comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. Además, dada la distribución de los datos, el uso de la media no es recomendable, es preferible el uso de la mediana o moda.

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. La Tabla 13 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que aquellos que vienen por visita a familiares o amigos, resultados semejantes para visitantes que arriban por motivos de dictar o participar en congresos o conferencias. El turista que viene por negocios, tratamiento de salud o por realizar compras o servicios personales realiza visitas cortas de 2 días. Los que vienen por estudios o investigación tienen estancias medianas de 4 días, y aquellos que vienen por motivos religiosos suelen realizar una estancia de una mediana de 3.5 días.

Es importante indicar que los resultados son consistentes con la duración de la estadía de los turistas que visitaron la ciudad en el periodo enero-marzo del año 2018, y de la estadía del periodo abril-junio 2017.

Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional**(Para visitantes de hasta 30 días)**

| Turista Nacional | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana) | |
|--|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | | Primer trimestre | Segundo trimestre |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 3.0 | 3.0 |
| | Visita a familiares o amigos | 3.0 | 3.0 |
| | Negocios, actividades | 2.0 | 2.0 |
| | Congresos, conferencias | 3.0 | 3.0 |
| | Estudios, investigación | 4.0 | 4.0 |
| | Tratamiento de salud | 2.0 | 2.0 |
| | Motivos religiosos | 4.0 | 3.5 |
| | Compras o servicios personales | 2.0 | 2.0 |
| | Otros | 2.0 | 2.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento, según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 14), se puede apreciar que los días de estadía son de 2 cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero, la estancia es de 3 días cuando se aloja con la familia y amigos y de 5.5 cuando se aloja en apartamento. Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es de 4 días. En cuanto a los que prefirieron no pernoctar²² en la ciudad se quedaron una mediana de 5 días. Por último, quienes se hospedan en otro tipo de alojamiento tienen una estadía mediana de 9 días, pero se debe señalar que este grupo de turistas no es significativo; dichos visitantes son aquellos que mencionan alojarse en sus lugares de trabajo, u otros. Es importante indicar que los hallazgos muestran que, ahora el turista que se aloja en apartamento tiene menor estancia que aquel turista que prefirió el mismo alojamiento en el primer trimestre 2018 (de 8 días en el primer parcial a 5.5 días en el segundo parcial). Los resultados muestran ser consistentes a la evidencia reportada por el trimestre abril-junio 2017.

²² Los turistas que indican no pernoctar en la ciudad, corresponde al porcentaje de turistas que se hospedaron en cantones cercanos pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional

(Para visitantes de hasta 30 días)

| Turista Nacional | | DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana) | |
|-------------------------------|----------------------------|--|-------------------|
| | | Primer Trimestre | Segundo Trimestre |
| Tipo de Alojamiento Utilizado | ALOJAMIENTO HOTELERO | 2.0 | 2.0 |
| | APARTAMENTO | 8.0 | 5.5 |
| | FAMILIA, AMIGOS | 3.0 | 3.0 |
| | CASA AIR BNB | 3.5 | 4.0 |
| | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | 5.0 | N/D |
| | OTROS | 3.0 | 9.0 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

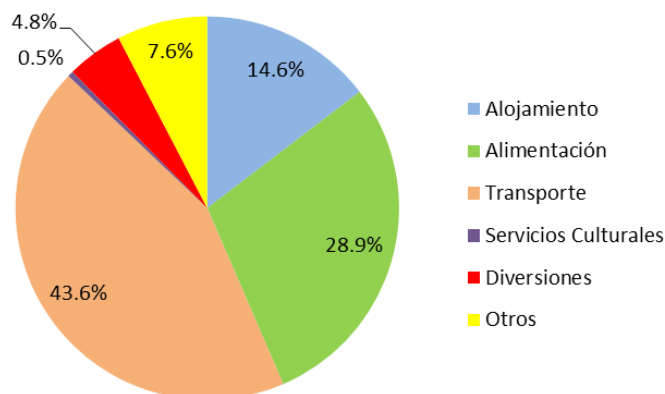
Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca, gasta en promedio \$232.98 por grupo²³ durante toda su estancia, en el segundo trimestre del año 2018 que es mayor al gasto promedio en el mismo periodo del año 2017 (\$195.36). Al dividir dicho gasto por el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$166.77 en promedio, por persona en el año 2018, mayor a \$153.42 por persona en el segundo trimestre del año 2017. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona fue calculado en \$50.16, para en el periodo abril-junio de 2018, similar al gasto diario por turista (\$50.17) en el mismo periodo del año 2017²⁴.

La Ilustración 35, revela la composición del gasto turístico en el segundo trimestre del año 2018. Del total de gastos realizados por turistas nacionales, el 43.6% se realiza en transporte, el 28.9% del gasto lo realizan en alimentación, y un 14.6% gastan en alojamiento. El 4.8% del gasto, que se realiza en entretenimiento. Es importante indicar que la composición del gasto no varía significativamente al presentado en el trimestre enero-marzo 2018 y abril-junio 2017.

²³ Los gastos totales por grupo, se calcula como la suma de los diversos tipos de gastos en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo de turistas con el que viajó. Pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

²⁴ Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos. En las siguientes tablas se presenta la estimación de los gastos que toma en cuenta la forma de distribución de los gastos.

Ilustración 119: Composición del gasto total turístico por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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, y la duración de la estancia. Con respecto a los turistas que tienen una estancia de hasta 30 días, el gasto 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 recreacionales (\$156.67) y por negocios (\$130), gasto que es mayor a los resultados en el segundo trimestre del año 2017 (\$110 y \$80 respectivamente). Caso especial son aquellos que vienen a visitar familia y amigos, o tratamiento de salud, en estos grupos se puede apreciar que los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Los hallazgos revelan que las personas que vinieron por motivos de negocios, a pesar de presentar estancias relativamente cortas prefirieron establecimientos hoteleros de mayor jerarquía, lo que impulsó su gasto en hospedaje (\$33.21) y otros medios de transporte (\$55.69) con mayor costo. El caso de turistas que arriban por motivos recreacionales, realiza gastos mayores que el promedio en servicios culturales (\$1.56) y espacio de diversiones (\$11.18), en comparación con aquel que arriba a la ciudad por visitar a familiares o amigos (\$0.21 y \$3.78 respectivamente), o por motivos de negocios o trabajo (\$0.63 y \$3.04).

Aquellos turistas que visitan la ciudad por sus estudios presentan gastos similares en el segundo trimestre del año 2017 (\$50) y 2018 (\$54). Otro grupo de turistas como quienes vienen por participar de congresos o conferencias, por motivos de salud, motivos religiosos, o por compras presentan mayores gastos durante la estancia en comparación con el mismo periodo del año 2017.

En términos generales, el gasto de un turista nacional durante toda su estancia en el periodo abril-junio 2018 (95.78), es 46.3% y 13.89% mayor que el presentado en el segundo trimestre del año 2017 (\$65.47) y primer trimestre 2018 (\$84.1) respectivamente. (Ver Tabla 15). Lo que se debe especialmente a incrementos en los gastos generales de alimentación y transporte.

El cambio más significativo entre el primer y segundo trimestre 2018, se da en el incremento en los gastos por persona durante la estancia de aquellos turistas que visitan la ciudad por motivos recreacionales, con aumento de \$78 en el primer periodo a \$156.67 en el segundo. Otro grupo que presenta fuertes incrementos es el grupo de quienes vienen a participar de congresos o conferencias, con valor de \$55.75 en el primer trimestre a \$102.5 en el segundo.

El gasto diario promedio por persona, de turistas nacionales en el segundo trimestre del año 2018 es de \$40.45, que es 44.93% mayor que el \$27.91 de gasto diario presentado en el periodo abril-junio 2017. Aquel turista nacional que viene por motivos de negocios presenta el mayor gasto diario por persona (\$65), que es \$25 más que aquel que visitó por los mismos motivos en el mismo periodo del año 2017. Seguido por quienes visitan la ciudad por motivos recreativos \$52.22 en el periodo abril-junio 2018, que es \$15.55 más que el mismo periodo del año 2017. (Ver Tabla 16).

Con respecto al primer trimestre del año 2018, se evidencia que aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos, por participar de congresos o conferencias, por motivos de salud y motivos religiosos, presentan mayores gastos medianos diarios por persona en el segundo trimestre frente al primer trimestre del año 2018. Incremento que se debe a mayores gastos en alimentación y transporte; y alojamiento en el caso de visitantes por motivos recreacionales.

11.1.4 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal

4.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

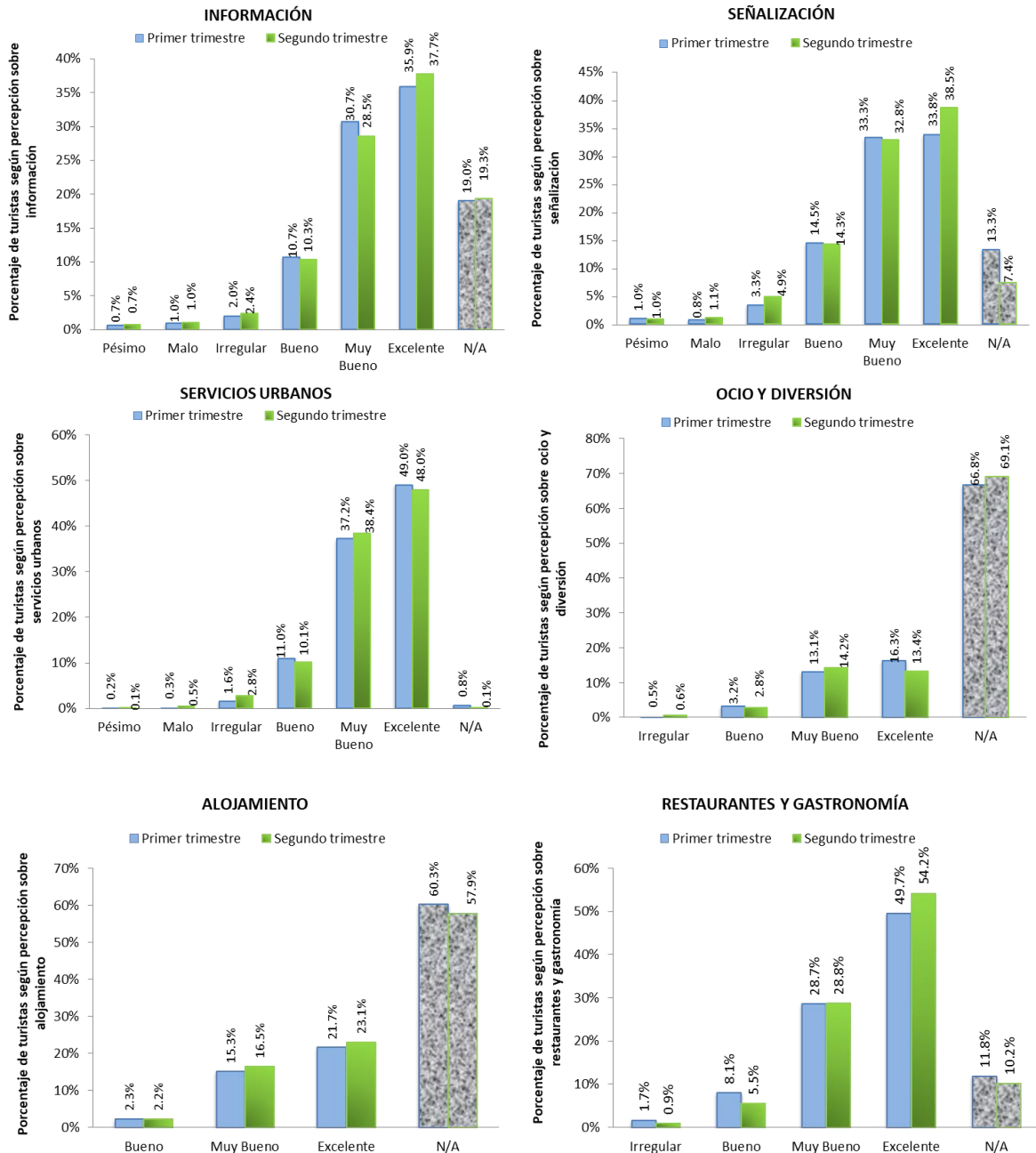
Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 88.5%, 82.6% y 85.5% respectivamente. Por lo que existe una mayor proporción de visitantes nacionales que consideran que los precios son justos en alojamiento frente al segundo trimestre del año 2017 (88.5% 2018 frente al 75% 2017). La percepción de precios sobre alimentación y transporte es similar en el segundo parcial del año 2017 (85.4% y 82.9% respectivamente). Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar pagado.

4.1.5.2 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 información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes. Estos resultados se pueden apreciar en la Ilustración panorámica 36. Se aprecia una relativa mejora en la percepción en todos los servicios que oferta la ciudad de Cuenca en este parcial frente al primer trimestre 2018, de muy bueno a excelente, especialmente en los servicios de señalización y de restaurantes y gastronomía (incremento en la proporción de calificación excelente de 33.8% a 38.5% y de 49.7% a 54.2% respectivamente).

Con respecto al segundo trimestre del año 2017, se aprecia una mejora en la percepción de bueno a muy bueno especialmente de los servicios de señalización (de 20% a 14.3% calificación buena, y de 28.2% a 32.8% calificación muy buena); y de los servicios urbanos (de 13.6% a 10.1% calificación buena, y de 30.5% a 38.4% muy buena).

Ilustración 120: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



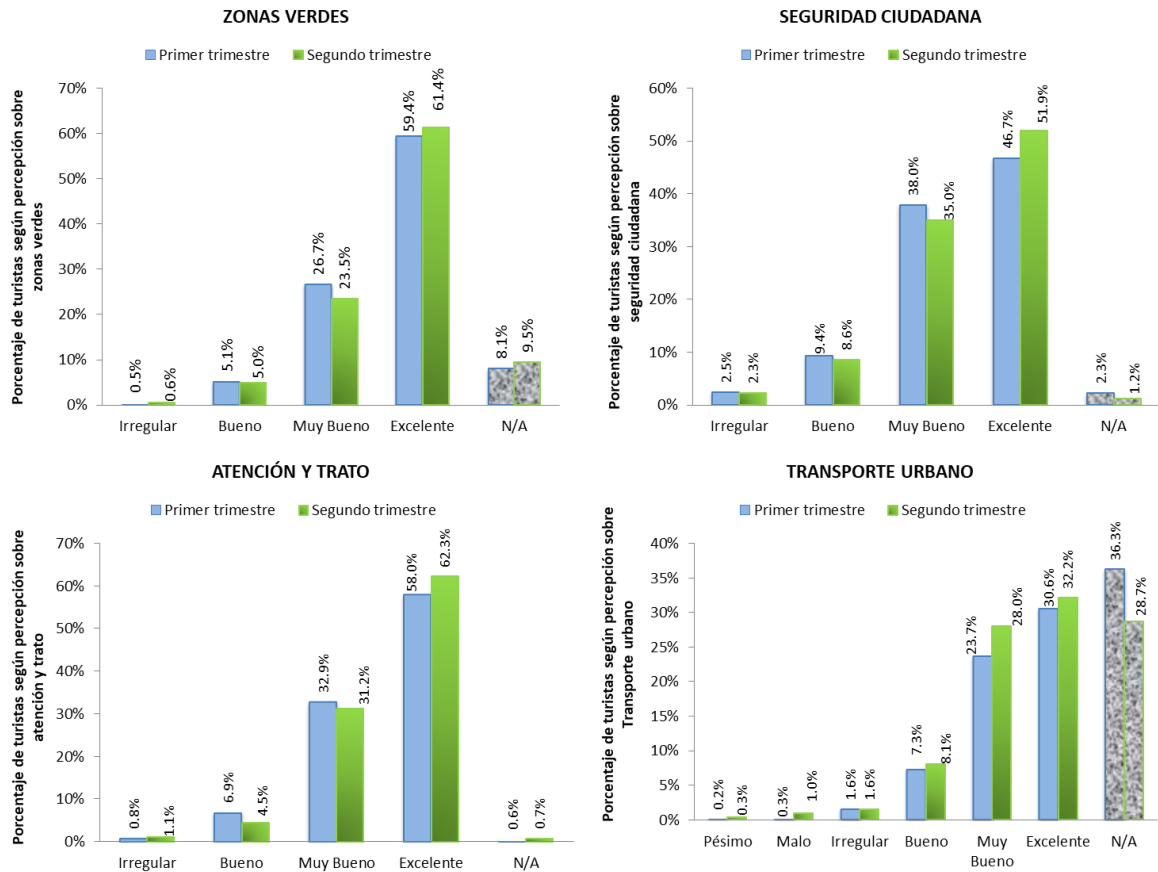
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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, y una alta calidad en el servicio de transporte urbano.

Estos resultados son consistentes con los obtenidos en el primer trimestre del año 2018. En comparación con el segundo trimestre del año 2017, se evidencia una mejora perceptiva de bueno a muy bueno de servicios de seguridad ciudadana en el parcial abril-junio 2018 (35% y 8.6% muy bueno y bueno respectivamente en el año 2018, frente al 27.6% y 16% respectivamente en el mismo periodo del año 2017). De igual manera, una mejora perceptiva de bueno a muy bueno de

servicios de transporte urbano en el parcial abril-junio 2018 (28% y 8.1% muy bueno y bueno respectivamente en el año 2018 frente al 24.8% y 14.7% respectivamente en el mismo periodo del año 2017).

Ilustración 121: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al comparar la percepción de los turistas extranjeros frente a los turistas nacionales sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca, en general existe una percepción de excelente o muy bueno de todos los servicios. Las diferencias más importantes en la percepción, se da en los servicios urbanos, ya que un 56% de visitantes extranjeros califican como excelentes a este servicio, mientras que el 48% de turistas nacionales califica este servicio como excelente. Se debe señalar que aun cuando existe diferencias en la percepción de otros servicios, no es directamente comparable porque las variaciones en la percepción, se debe a la proporción de turistas que no aplican para responder a dichas preguntas. (Ver Tabla 17)

Tabla 13: Comparación de la percepción de los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero vs Nacional

| SERVICIOS | Percepción | Extranjeros | Nacionales | SERVICIOS | Percepción | Extranjeros | Nacionales |
|-------------------|------------|-------------|------------|----------------------------|------------|-------------|------------|
| INFORMACIÓN | Bueno | 9% | 10% | RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA | Bueno | 6% | 5% |
| | Muy Bueno | 34% | 29% | | Muy Bueno | 31% | 29% |
| | Excelente | 35% | 38% | | Excelente | 58% | 54% |
| SEÑALIZACIÓN | Bueno | 12% | 14% | ZONAS VERDES | Bueno | 5% | 5% |
| | Muy Bueno | 29% | 33% | | Muy Bueno | 22% | 24% |
| | Excelente | 32% | 39% | | Excelente | 64% | 61% |
| SERVICIOS URBANOS | Bueno | 8% | 10% | SEGURIDAD CIUDADANA | Bueno | 5% | 9% |
| | Muy Bueno | 34% | 38% | | Muy Bueno | 25% | 35% |
| | Excelente | 56% | 48% | | Excelente | 68% | 52% |
| OCIO Y DIVERSIÓN | Bueno | 4% | 3% | ATENCIÓN Y TRATO | Bueno | 6% | 5% |
| | Muy Bueno | 13% | 14% | | Muy Bueno | 24% | 31% |
| | Excelente | 20% | 13% | | Excelente | 68% | 62% |
| ALOJAMIENTO | Bueno | 7% | 2% | TRANSPORTE URBANO | Bueno | 7% | 8% |
| | Muy Bueno | 24% | 17% | | Muy Bueno | 19% | 28% |
| | Excelente | 41% | 23% | | Excelente | 33% | 32% |

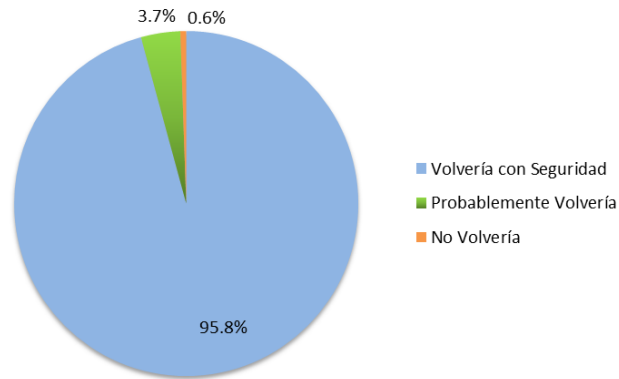
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.5.3 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.

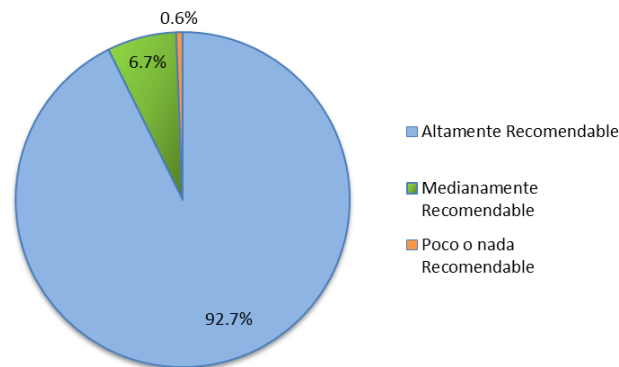
Como se aprecia en las Ilustraciones 38 y 39, cerca del 95.8% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 3.7% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volvería son solamente de 0.6%, resultados consistentes en relación a los hallazgos del trimestre enero-marzo 2018, y al segundo trimestre 2017. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 92.7% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 6.7% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 0.6% lo considera como poco o nada recomendable. Esto implica que la recomendabilidad de la ciudad de Cuenca como destino turístico ha incrementado frente al 88% de turistas nacionales que visitaron la ciudad en el segundo trimestre del año 2017 y lo consideraron como altamente recomendable.

Ilustración 122: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 123: Recomendabilidad del Destino Cuenca

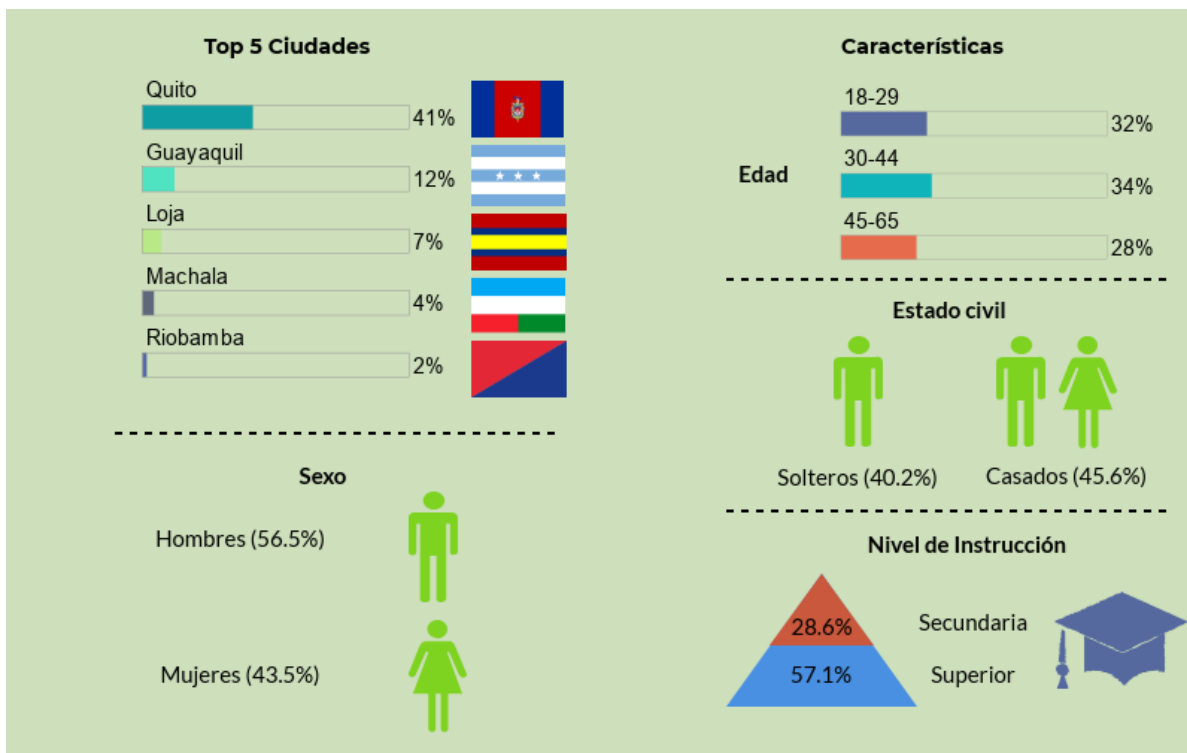


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.5.4 Grado de Conocimiento de los atractivos de la Ciudad antes de la visita

Alrededor del 51.2% de los turistas nacionales ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que el resto de visitantes, 48.8%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad. Finalmente, solo un 13.11% de turistas nacionales estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable.

11.1.5 Perfil del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en semana normal



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

Perfiles de turistas nacionales

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre abril-junio 2018, se pueden inferir dos perfiles de turistas nacionales que visitan la ciudad:

- c) Un perfil conformado por turistas adultos, 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. (Ver anexo 5)
- d) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales, que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 5)

Importante

Las recomendaciones familiares es el medio más utilizado por el turista nacional para informarse sobre el destino turístico Cuenca.

Percepción del turista nacional:

Consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos.

Los turistas nacionales califican a los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca como muy buenos o excelentes.

Retorno y recomendabilidad:

Los visitantes nacionales presentan alta probabilidad de retorno, y consideran que la ciudad de Cuenca es altamente recomendable.

Motivación, organización, tipo de alojamiento, duración de la estancia y costos de la estancia del turista nacional en el segundo trimestre del año 2018

El turista nacional que visita la ciudad:

- d) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por su cultura como las fiestas tradicionales, atractivos turísticos, y paisajes naturales, que viajan en familia o solos y prefieren alojamiento hotelero u hospedarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$156.67, es decir, un gasto diario por persona de \$52.22.
- e) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$60, es decir, un gasto diario por persona de \$20.
- f) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$130, es decir, un gasto diario por persona de \$65.

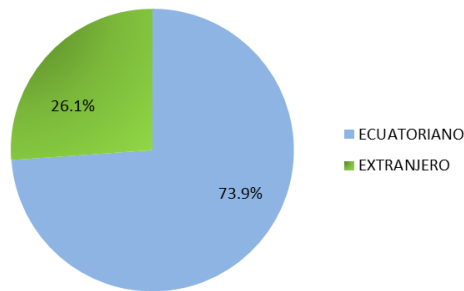
12. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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, también se realiza con el fin de capturar las preferencias de aquellos que vienen por auto propio, ya que no se puede hacer un conteo directo por temas presupuestarios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, realizar un estudio paralelo directamente en los establecimientos hoteleros, cuyos resultados en el trimestre abril – junio 2018, se ponen a consideración a continuación.

12.1 Edad, Género y Procedencia

El 58.5% de los entrevistados en establecimiento hotelero fueron turistas nacionales, contra un 41.5% de extranjeros en el primer trimestre. En el segundo trimestre hubo un incremento en la proporción de turistas nacionales entrevistados (73.9%), frente al 26.1% de entrevistados extranjeros en establecimientos hoteleros. Por lo que existe un menor porcentaje de turistas extranjeros relevando en el segundo trimestre 2018 frente al 34% del trimestre abril-junio 2017.

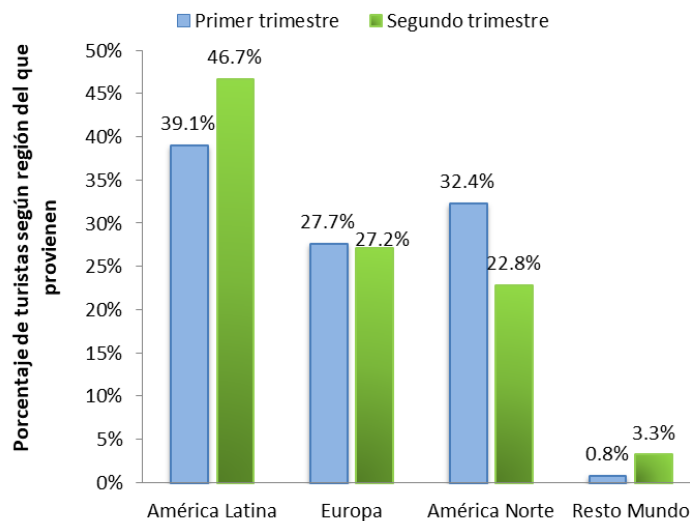
Ilustración 124: Procedencia del Turista en el Hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La mayoría de turistas internacionales provienen de América Latina y Caribe (46.7%), turistas europeos (27.2%) y norteamericanos²⁵ (22.8%). El número de visitantes de otras latitudes aun es bajo (3.3%). Estos resultados indican que en el segundo trimestre hubo un aumento de visitantes latinoamericanos, en detrimento de una menor proporción de turistas norteamericanos en relación al primer trimestre del año 2018. Si comparamos con los hallazgos del segundo trimestre del año 2017, se evidencia que los visitantes latinoamericanos incrementaron en 12.1%, y hubo una disminución de visitantes europeos en 8.1%.

Ilustración 125: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, a diferencia del primer trimestre 2018, se evidencia una mayor proporción de turistas provenientes de Argentina (20.7%) y menor de aquellos que provienen de Estados Unidos (17.4%). Existe un aumento de 11.1 puntos porcentuales en la proporción de

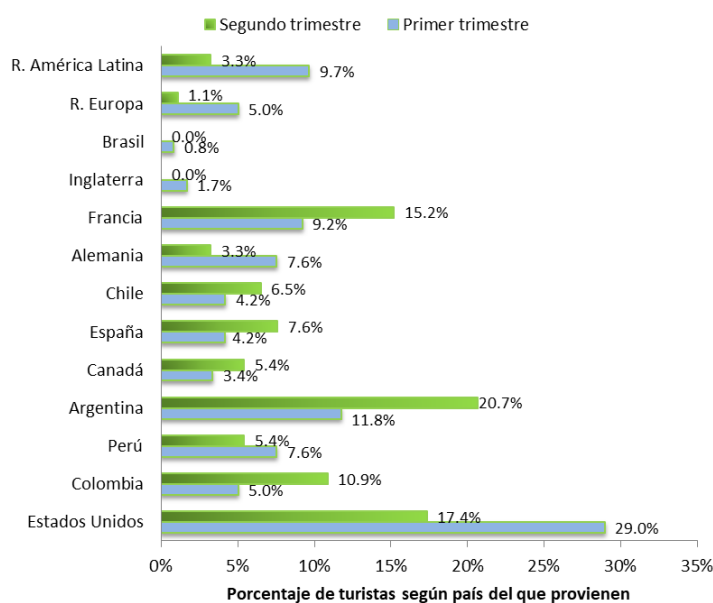
²⁵ Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.

visitantes argentinos, y 3.8% menos en la incidencia de turistas estadounidenses, en el segundo trimestre 2018 frente al mismo periodo 2017.

El flujo de turistas europeos como visitantes franceses es de 15.2%, que es 6 puntos porcentuales mayor que en el primer trimestre. Visitantes españoles y alemanes inciden en 7.6% y 3.3% respectivamente, lo que implica una mayor proporción de turistas españoles y menor incidencia de visitantes alemanes en relación al segundo trimestre del año 2017 (3.8% y 9.6% respectivamente).

A la par, se observa un incremento de turistas provenientes principalmente de Colombia (de 5% en el primer trimestre a 10.9% en el segundo trimestre 2018), proporción que es similar al segundo trimestre del 2017 (9.6%). La incidencia de peruanos, canadienses, alemanes, ingleses y brasileños es menor que el 5.5% en cada caso del total de entrevistados. El resto de Europa, incluidos países no comunitarios, representan el 1.1%. La representatividad de otros países de América Latina es del 3.3%, conformado por otros países que a nivel individual resultan ser no significativos. (Ver Ilustración 42).

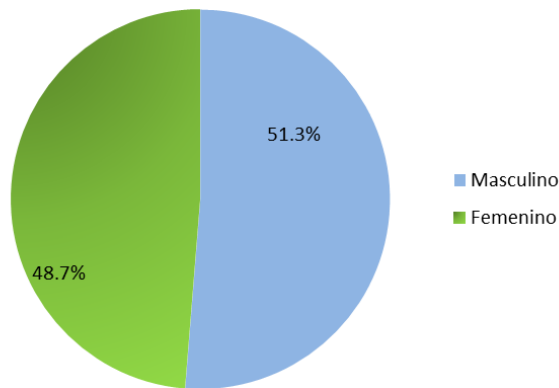
Ilustración 126: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, a diferencia del primer trimestre en el que hubo predominancia clara de 63.5% de encuestados varones versus un 36.5% de mujeres; en el segundo trimestre 2018 la proporción de encuestados varones es de 51.3% frente a 48.7% de mujeres (Ilustración 43). Lo que implica que el género del encuestado no representa un factor determinante que caracteriza al turista en establecimiento hotelero. En el segundo trimestre 2017 la proporción estuvo compuesta por 58.5% varones frente a un 41.5% turistas mujeres.

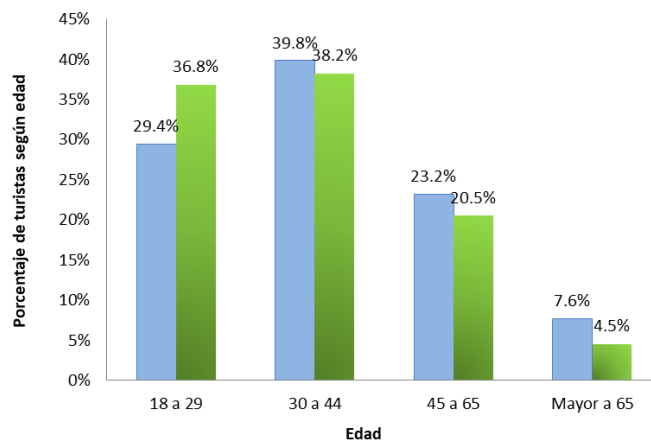
Ilustración 127: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 44 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros son aquellos que tienen entre 30 a 44 años de edad (38.2%), una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (con incremento de 29.4% en el primer trimestre a 36.8% en el segundo trimestre 2018), alrededor del 20.5% entre 45 a 65 años, y un 4.5% tienen más de 65 años. En relación al trimestre abril-junio 2017, se evidencia mayor proporción de turistas en edad de 18 a 29 (incremento de 9.3%), en detrimento de turistas en edad entre 30 a 44 años (disminución de 5%).

Ilustración 128: Edad del turista en el hotel

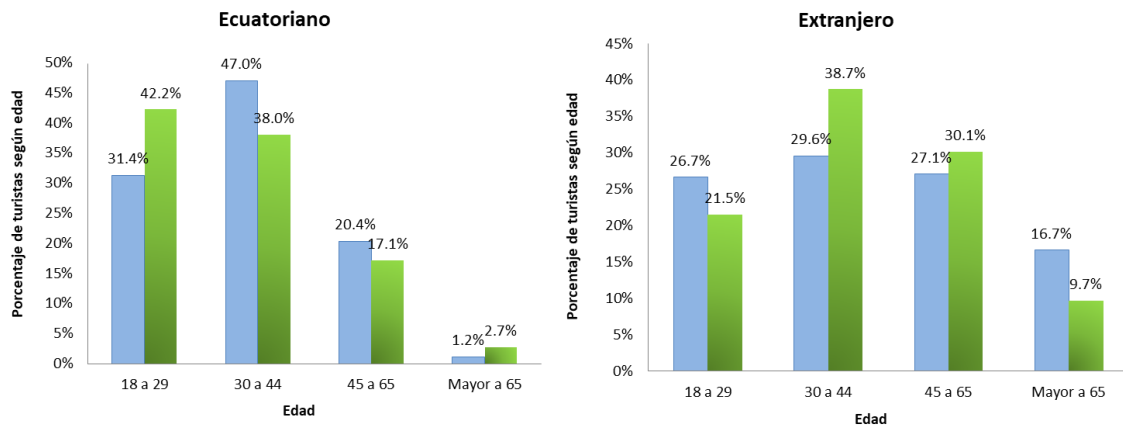


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 45), muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre 18 a 29 años (42.2%), a diferencia del turista extranjero, en este caso la mayoría de turistas se encuentra en edad entre 30 a 44 años (38.7%). Una distinción importante se da en los turistas extranjeros con mayor rango etario, como el grupo entre 45 a 65 años, cuya representatividad es del 9.7%, frente

al 2.7% en el caso de turistas nacionales. Ahora el turista nacional es más joven que aquel visitante nacional que visitó la ciudad en el primer trimestre 2018 (31.4%) y segundo trimestre 2017 (25.7%). Mientras que el turista extranjero continúa en una edad comprendida entre 30 a 44 años, al igual que en el primer trimestre 2018 (29.6%) y segundo trimestre 2017 (34.2%), pero en mayor proporción en este periodo abril-junio 2018 (38.7%).

Ilustración 129: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero



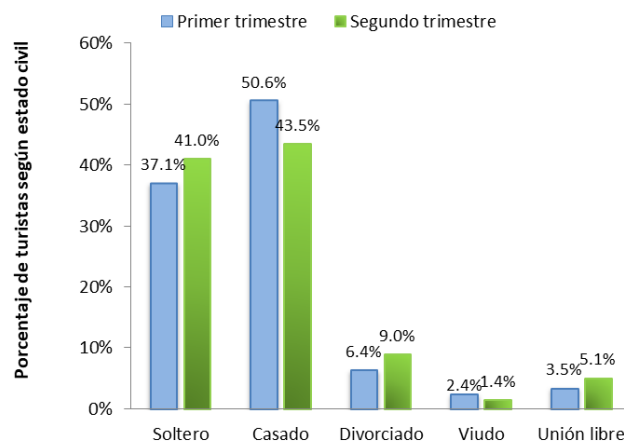
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.1 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (43.5%), pero en menor incidencia que en el primer trimestre 2018 (50.6%). En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros (41%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación.

A pesar de que en el segundo trimestre 2017, al igual que en el segundo trimestre 2018, la proporción de turistas mayoritario fueron visitantes casados; la incidencia de este tipo de turistas es menor (12.1% menos) a favor de turistas solteros (11% más). Esto es congruente con el aumento de turistas más jóvenes que visitan la ciudad de Cuenca.

Ilustración 130: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero

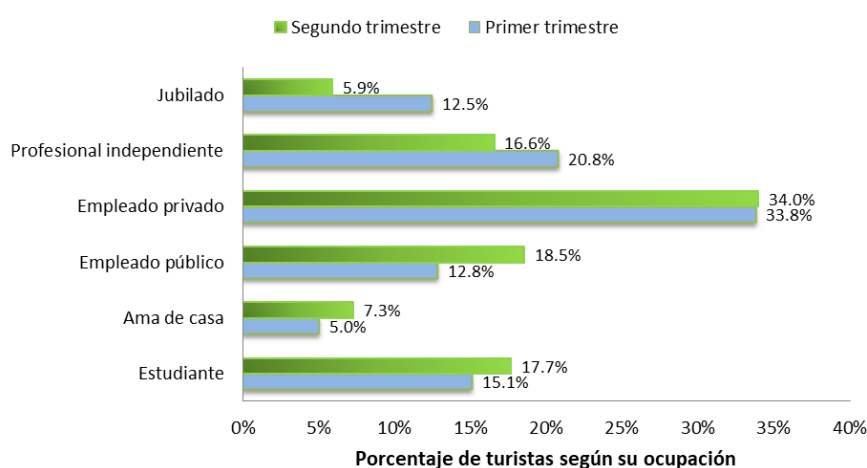


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 47, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleado privado (34%), similar al primer trimestre 2018. Del total de entrevistados el 18.5% reveló trabajar como empleados públicos, que es 5.7% más que en el primer trimestre 2018. Aquellos que laboran como profesional independiente son el 16.6%, que resulta ser 4.2% menos que en el primer trimestre 2018.

La incidencia de estudiantes es alrededor del 17.7%, mientras que la presencia de amas de casa se mantiene en 7.3%. El flujo de jubilados es del 5.9%, que es 6.6% menos que en el trimestre anterior. Los cambios más significativos con respecto al segundo trimestre 2017, se da en la proporción de aquellos que laboran como profesionales independientes (de 22% en abril-junio 2017 a 16.6% en el mismo periodo del año 2018) y como empleados públicos (12.9% a 18.5% respectivamente).

Ilustración 131: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero

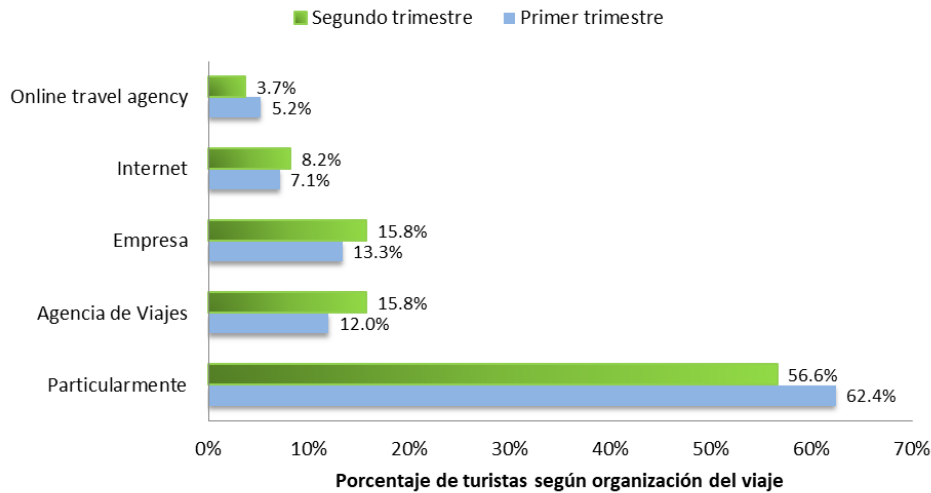


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.2 Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que predomina es de forma independiente (56.6%). Turistas que organizan su viaje a través de su empresa o por agencia de viajes, es del 15.8% en cada caso. Quienes utilizan internet para organizar su viaje son el 8.2% del total entrevistado, y tan solo un 3.7% lo hacen a través de agencias de viaje online (Ver Ilustración 48). Se evidencia que existe 7% de turistas que ya no organizan su viaje de forma particular si no que lo realizan con mayor incidencia por medio de su empresa, por internet o por medio de online travel agency, en comparación al segundo parcial del año 2017.

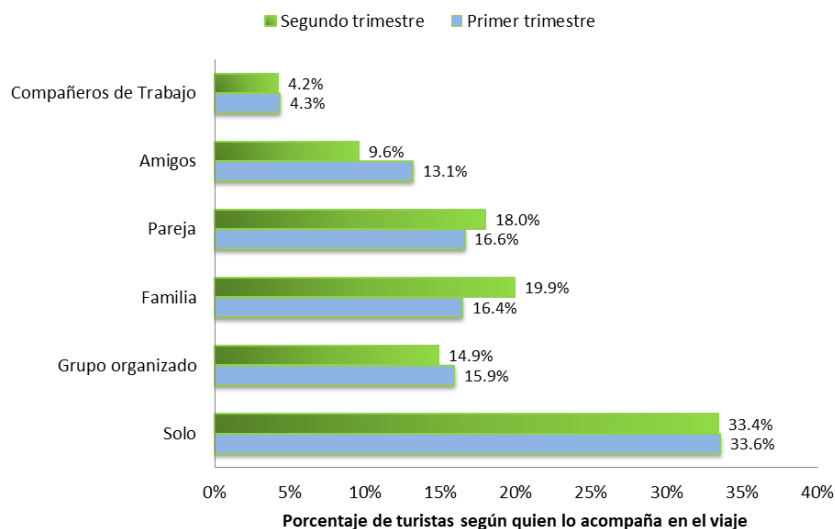
Ilustración 132: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, un grupo predominante de turistas viaja solo (33.4%). En este trimestre, los turistas hospedados en hoteles que viajaron a Cuenca en familia o en pareja son de 19.9% y 18% respectivamente. Los turistas que viajaron en un grupo organizado, con amigos o compañeros de trabajo son de 14.9%, 9.6% y 4.2% respectivamente. (Ver Ilustración 49). Es importante indicar que hubo un incremento de 8.2% de visitantes que viajan solos en comparación con el segundo trimestre 2017, como resultado hubo una disminución de turistas que viajan con sus compañeros de trabajo y en grupo organizado.

Ilustración 133: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



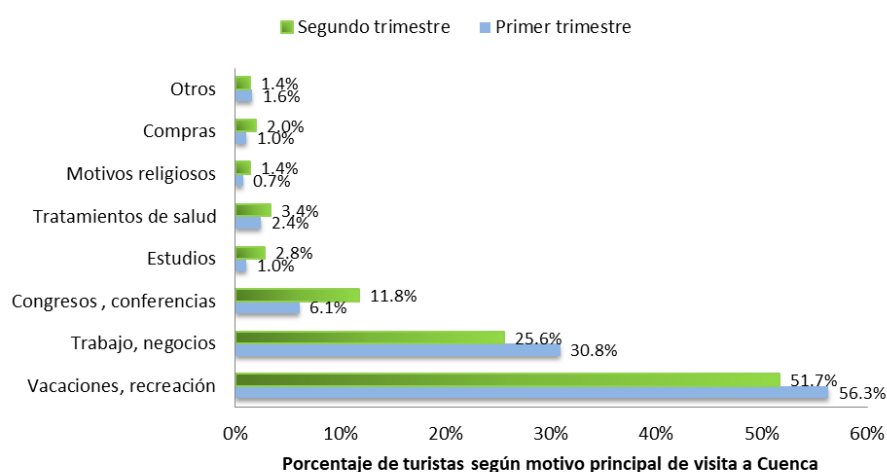
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Asimismo, el turista en establecimiento hotelero viene por motivos recreativos fundamentalmente (51.7%), aunque hay un 25.6% que viene por motivos de trabajo, negocios o comercio. En relación al primer trimestre, hubo una disminución de turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos

o por motivos de trabajo (disminución de 4.6% y 5.2% respectivamente), a favor de turistas que arribaron a la ciudad por otros motivos, especialmente por participar de conferencias o congresos (de 6.1% en el primer trimestre a 11.8% en el segundo trimestre 2018). La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 4% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreos.

Asimismo, aquellos turistas que arribaron por motivos recreacionales o por motivos de negocio o trabajo fueron mayores en el segundo trimestre 2017 (57% y 28.6% respectivamente) frente al mismo periodo 2018. Adicionalmente, el 61.2% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad, por lo que un 38.8% de los turistas alojados en establecimientos hoteleros, visitan por primera vez la ciudad de Cuenca, hallazgos consistentes en ambos periodos analizados.

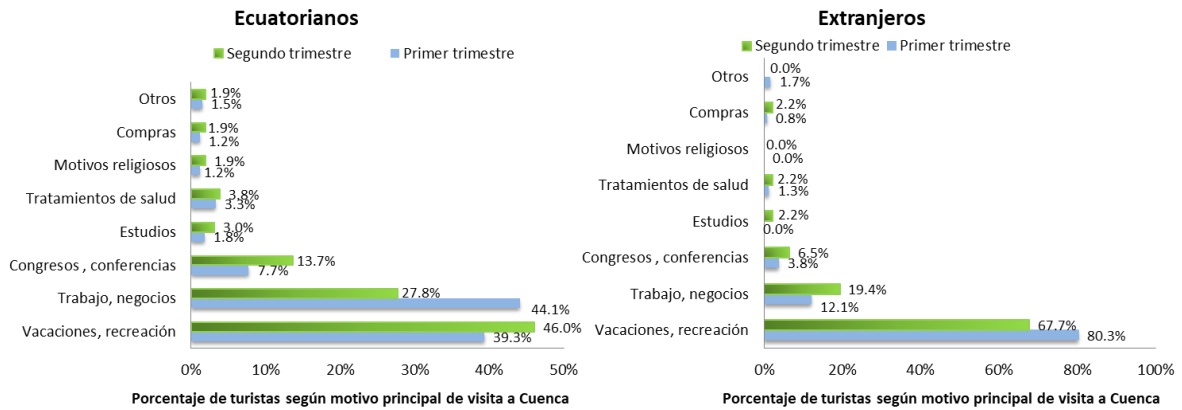
Ilustración 134: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 51 se evidencia en este trimestre que el turista nacional visita la ciudad por recreacionales (46%) en mayor medida que en el primer trimestre (39.3%), y por motivos de trabajo y negocios (27.8%), pero en menor incidencia (44.1% en el primer trimestre). El turista extranjero continúa visitando la ciudad por motivos puramente recreacionales (67.7%), pero un 12.6% menos que en el periodo enero-marzo 2018, a favor de turistas que visitan la ciudad por trabajo o negocios (19.4%). Los resultados muestran ser consistentes con los obtenidos en el segundo trimestre del año 2017, ya que los ecuatorianos y extranjeros visitaron la ciudad por motivos recreacionales en dicho periodo (50.2% y 70.3% respectivamente).

Ilustración 135: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



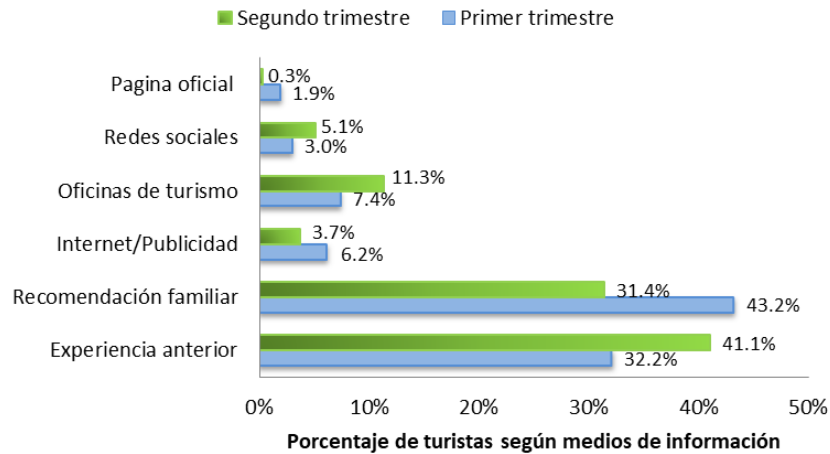
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.3 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior, hay mayor incidencia de turistas en hoteles que basaron su información sobre la ciudad en experiencias anteriores (41.1%), que es 8.9% más que aquellos turistas que visitaron la ciudad en el primer trimestre 2018; no menos importante resulta los turistas que basan su conocimiento de la ciudad en recomendaciones por parte de familiares y amigos (31.4%), pero 11.8% menos que en el primer trimestre 2018. A su vez, el 11.3% se informa por medio de oficinas de turismo oficiales, un 3.7% lo hace a través de internet o publicidad y un 5.1% utiliza las redes sociales para informarse sobre la ciudad de Cuenca. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 1%. (Ver Ilustración 52). Si comparamos con los resultados del trimestre abril-junio 2017, se evidencia que a pesar de que las experiencias anteriores son la fuente principal de información sobre la ciudad, el medio de información que ha tomado fuerza son las recomendaciones familiares (incremento de 8%).

Adicionalmente, si se analiza los medios de información utilizados por el turista nacional y extranjero, se evidencia que el 52% de turistas nacionales que se alojaron en establecimientos hoteleros, basa su conocimiento de la ciudad en experiencias previas; a diferencia del turista extranjero en el que el 31% recibe recomendaciones e información por medio de amigos y familiares. El resto de turistas utilizan diferentes medios de información.

Ilustración 136: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



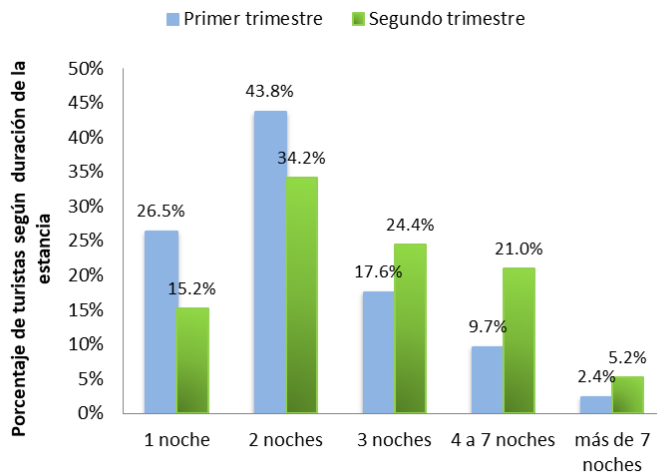
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.4 Duración de la Estancia

La Ilustración 53 revela que, la proporción de turistas que utilizaron servicios hoteleros y se quedaron alrededor de una o 2 noches (15.2% y 34.2% respectivamente), es menor a la proporción de turistas que se quedaron una o dos noches en el primer trimestre (26.5 y 43.8% respectivamente). Dicha disminución, se encuentra ligada al incremento de turistas con estancias de 3 noches (24.4%) o de cuatro a siete noches (21%). Estadías mayores a 7 días son escasas. A diferencia del trimestre abril-junio 2017, donde la estancia fue de una noche (35.9%), ahora hay una proporción menor de turistas que se hospedan una noche (15.2%), a favor de turistas que se hospedan 3 noches o 4 a siete noches.

Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel relevado, el 77.8% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento, resultados son congruentes al primer trimestre 2018. Solo un 22.2% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común la respuesta dos noches extra.

Ilustración 137: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel

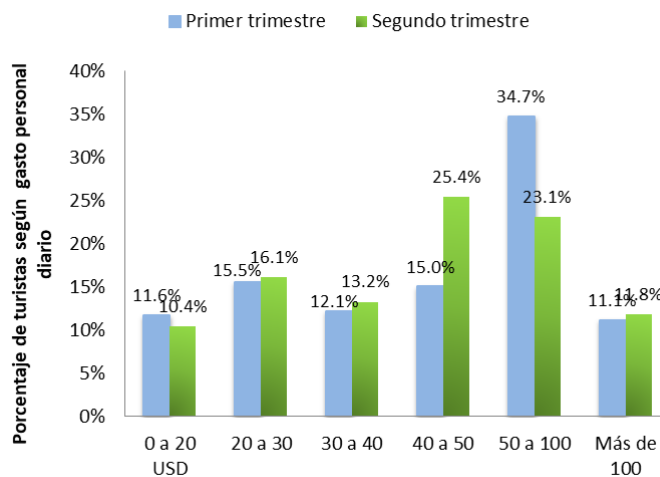


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.5 Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 54 revela que la mayor proporción de turistas gasta durante la estadía diariamente entre 40 a 50 dólares (25.4%). Lo que implica que realiza menores gastos en comparación con el primer trimestre del año 2018, ya que el gasto común fue entre 50 a 100 dólares. La fracción que gastó hasta \$20, entre 20 a 30 dólares diarios, o entre 40 a 50 dólares es el 10.4%, 16.1% y 13.2% respectivamente, y la porción que gastó más de 100 dólares por persona diariamente es del 11.8%. Es importante señalar que, en relación al segundo parcial del año 2017, existe una disminución de turistas que gastan entre 20 a 40 dólares, y un incremento de visitantes que ahora gastan entre 40 a 50 dólares (de 19.7% en el segundo trimestre 2017 a 25.4% en el año 2018) y de 50 a 100 dólares (de 19.9% a 23.1% respectivamente).

Ilustración 138: Gasto Personal Diario durante la estadía

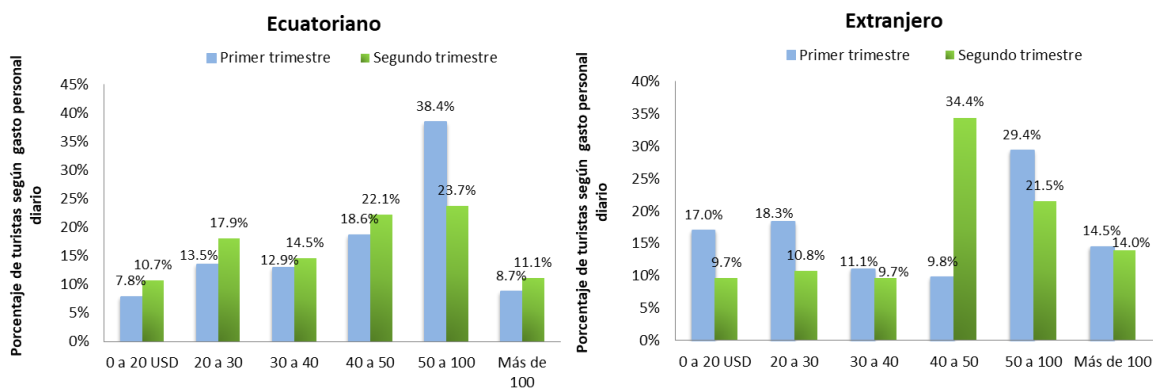


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se analiza el gasto de los turistas en establecimiento hotelero por turista nacional o extranjero se observan los siguientes resultados. La Ilustración 55 revela que los turistas nacionales y extranjeros gastan entre 40 a 50 dólares (22.1% y 34.4% respectivamente) o entre 50 a 100 dólares (23.7% y

21.5% respectivamente). Respecto al primer trimestre, existe un incremento de 24.6% en la proporción de turistas extranjeros que gasta diariamente en promedio entre 40 a 50 dólares, en detrimento de aquellos que gastaba entre 50 a 100 dólares (disminución de 7.9%), y otros grupos de turistas que gastan valores hasta 20 dólares o entre 20 a 30 dólares.

Ilustración 139: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista



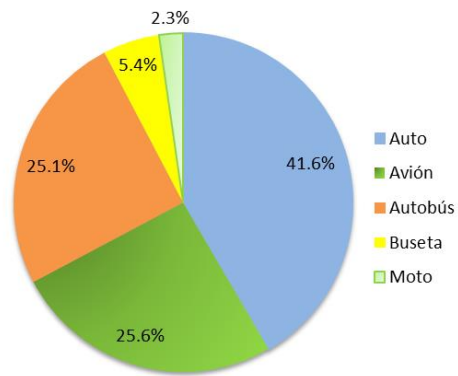
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

12.6 Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron revelados en establecimiento hotelero, en este trimestre la predilección es venir a la ciudad por auto propio (41.6%), a diferencia del primer trimestre en el que la predilección fue llegar a la ciudad por autobús. Aquellos turistas que utilizan autobús o avión es de 25.1% y 25.6%. El uso de busetas es del 5.4% y apenas el 2.3% utilizan motocicleta para transportarse a la ciudad de Cuenca²⁶. Los hallazgos muestran que en este trimestre existe mayor uso de auto propio, y menor proporción de turistas que utilizaron autobús, avión o buseta, en comparación con el 33.7%, 29.9% y 8.6% de turistas que utilizaron dichos medios de transporte respectivamente en el periodo enero-marzo 2018. Al observar los hallazgos del segundo trimestre del año 2017, se observa que existe un mayor uso de auto propio (incremento de 11.4%) y menor de uso de avión (disminución de 13.2%).

²⁶ 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.

Ilustración 140: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13. 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, tarifa Rev Par (Revenue per Available Room), y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros por tipo de establecimiento para los meses de enero a junio.

Para llevar a cabo el estudio, se aplica el diseño metodológico descrito en el primer capítulo del presente informe. Es importante señalar que desde el mes de febrero del año 2018, se recolecta la información por medio de encuestas online, y con aplicación de encuestas de forma física por medio de visita a los alojamientos. Así, en enero se realizaron 90 encuestas físicas, en febrero 36 encuestas vía online y 42 físicas, en el mes de marzo se realizó 30 encuestas online y 52 encuestas físicas. En el mes de abril, mayo y junio todas las encuestas fueron realizadas vía online 72, 67 y 71 respectivamente. (Ver Tabla 18).

Tabla 14: Origen de los datos relevamiento: enero-junio 2018

| Mes | Encuestas online | Encuestas físicas | Total |
|--------------|------------------|-------------------|------------|
| Enero | 0 | 90 | 90 |
| Febrero | 36 | 42 | 78 |
| Marzo | 30 | 52 | 82 |
| Abril | 72 | 0 | 72 |
| Mayo | 67 | 0 | 67 |
| Junio | 71 | 0 | 71 |
| TOTAL | 276 | 184 | 460 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El levantamiento de información se realiza a los siguientes tipos de establecimiento hotelero:

- Categoría hotel: cinco, cuatro, tres y dos estrellas
- Categoría hostel: tres, dos y una estrella
- Categoría hostería
- Categoría única: casa de huéspedes

En la Tabla 19 se presenta la distribución de la muestra por tipo de alojamiento en el periodo enero-junio. Lo que da una muestra de 90, 78, y 82 establecimientos hoteleros en enero, febrero y marzo respectivamente, y de 72, 67 y 71 en los meses abril, mayo y junio respectivamente.

Tabla 15: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-marzo 2018

| TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Hotel Cinco estrellas | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| Hotel Cuatro estrellas | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 7 |
| Hotel Tres estrellas | 17 | 18 | 19 | 15 | 17 | 16 |
| Hotel Dos estrellas | 11 | 11 | 11 | 8 | 8 | 11 |
| Hostal Tres estrellas | 9 | 8 | 10 | 9 | 8 | 8 |
| Hostal Dos estrellas | 17 | 15 | 16 | 11 | 11 | 10 |
| Hostal Una estrellas | 25 | 17 | 13 | 13 | 12 | 9 |
| Hosterías | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Categoría única | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| TOTAL | 90 | 78 | 82 | 72 | 67 | 71 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 considerando sus fluctuaciones.

13.1 Principales indicadores de oferta turística

En lo que se refiere al análisis de las características de los establecimientos hoteleros se plantean los principales indicadores de ocupación por mes. Las categorías en el periodo enero - junio de 2018 para hoteles son: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y dos estrellas; para hostales son: tres estrellas, dos estrellas y una estrella; por último, existe para pensiones una categoría única y la categoría hosterías²⁷. En esta sección del documento se presenta una Tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel y una Ilustración con la evolución de la tasa de ocupación y la evolución de la tarifa de una habitación general.

13.1.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 20 se registra los indicadores para el total de los establecimientos hoteleros, hostales, hosterías y categoría única.

Tabla 16: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Total

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 30.38 | \$ 31.78 | \$ 32.19 | \$ 31.45 | \$ 32.76 | \$ 32.32 | \$ 33.27 | \$ 32.78 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 73.8% | 72.9% | 73.4% | 73.4% | 78.0% | 79.0% | 74.6% | 77.2% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 26.2% | 27.1% | 26.6% | 26.6% | 22.0% | 21.0% | 25.4% | 22.8% |
| Tasa de ocupación | 37.2% | 44.0% | 44.7% | 42.0% | 37.3% | 37.0% | 35.7% | 36.7% |

Nota: * Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En el trimestre abril-junio, el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 74.6% y 79%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje, con valor promedio de 77.2% (ver Tabla 20), proporción similar al promedio encontrado en el segundo trimestre 2017 (77.4%).

El porcentaje promedio de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 36.7% en promedio en el segundo trimestre, 5.3% menos que en el

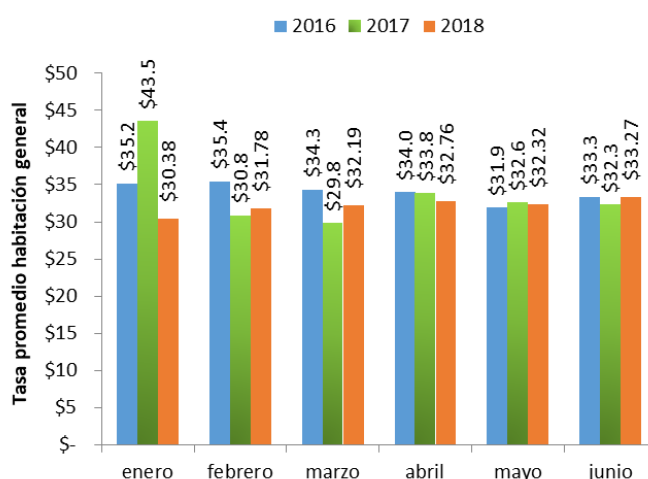
²⁷ Estas categorías se incluye en los indicadores para el total de establecimientos, más no se analiza la categoría única para pensiones, pues empezó a dividirse de esta forma, de acuerdo al catastro recibido para esta publicación, desde septiembre de 2016. Tampoco se analiza los establecimientos categorizados como hosterías. Los cambios en el catastro también en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re-categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

trimestre enero-marzo 2018, siendo el mes de marzo el mes con mayor porcentaje 44.7% en el periodo enero-junio. En cuanto a la tarifa promedio habitación general, oscila entre \$32.32 y \$33.27, con un promedio de \$32.78 en el periodo de estudio, siendo el mes de junio que presenta la mayor tarifa promedio. El valor promedio de la tarifa de una habitación general en el segundo trimestre 2018 es relativamente similar al promedio encontrado en el mismo trimestre en el año 2017 (\$32.9).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado. Todos los demás meses fluctúan entre 29.8 y 35.4 dólares.

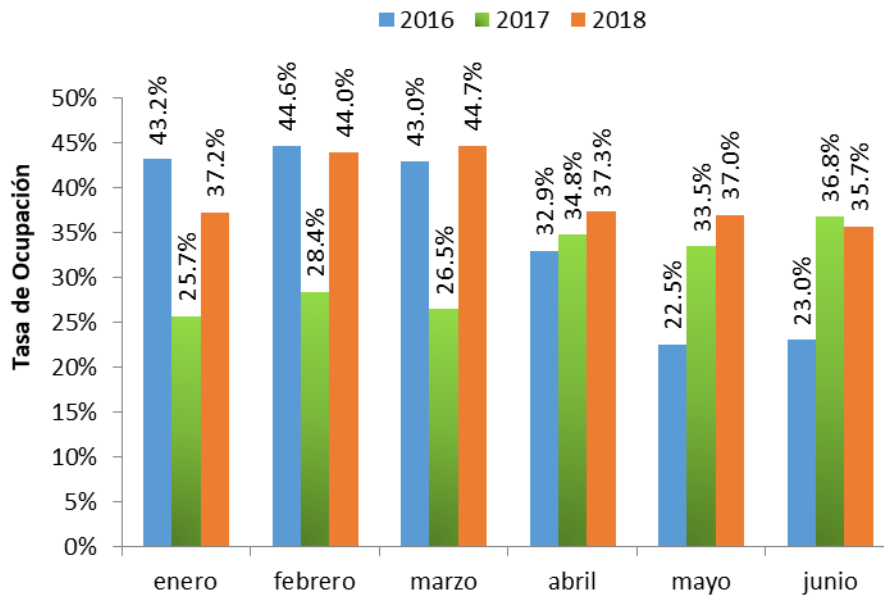
Ilustración 141: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017. Siendo el mes de marzo, el mes que presenta una alta tasa de ocupación con valor 44.7%. Si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el periodo abril-junio 2018 presenta la mayor tasa promedio de ocupación (36.7%), en comparación con el mismo periodo del año 2017 (35%) y 2018 (26.2%).

Ilustración 142: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Estos datos son fluctuantes cuando se analiza los indicadores por categoría de establecimientos hoteleros.

13.1.2 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-junio: Categoría cinco estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|-----------|-----------|--------------------|----------|-----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 82.12 | \$ 112.64 | \$ 118.50 | \$ 104.42 | \$ 96.27 | \$ 102.93 | \$ 98.94 | \$ 99.38 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 72.5% | 54.9% | 53.7% | 60.4% | 74.8% | 55.9% | 64.2% | 65.0% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 27.5% | 45.1% | 46.3% | 39.6% | 25.2% | 44.1% | 35.8% | 35.0% |
| Tasa de ocupación | 40.4% | 55.6% | 51.7% | 49.2% | 50.4% | 51.3% | 45.9% | 49.2% |

Nota: *Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

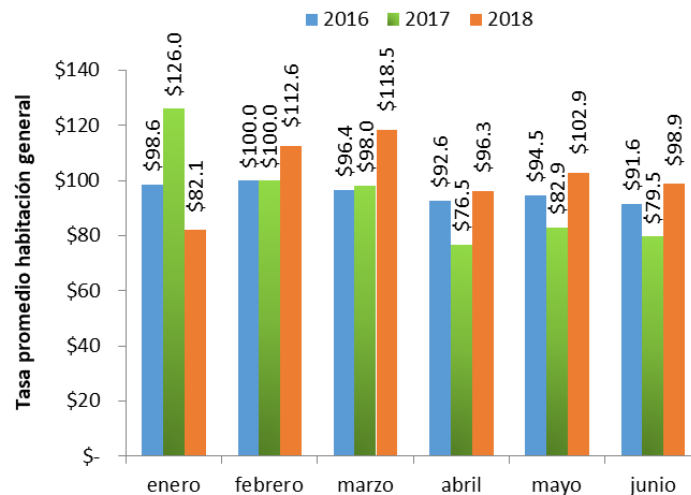
En los establecimientos hoteleros Cinco Estrellas, presenta el mayor porcentaje de huéspedes nacionales hospedados en el mes de abril (74.8%), por lo que el porcentaje promedio de nacionales huéspedes alcanza a 65% en el segundo trimestre del año 2018, proporción que es menor al promedio 74.1% encontrado en el mismo trimestre del año 2017. La tarifa promedio de una habitación en general en el segundo trimestre varía de \$96.27 y \$102.93, lo que da un promedio de \$99.38 mensual en el periodo abril-junio, siendo el mes de mayo el que presenta mayor tarifa promedio (\$102.93) en dicho parcial (Ver Tabla 21).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje cinco estrellas en la ciudad de Cuenca es alto, en el mes de febrero se observa la mayor tasa de ocupación (55.6%), valor que se puede explicar por las fiestas cuencanas característicos del mes (ver Tabla 21). La tasa promedio de ocupación en el segundo trimestre 2018 alcanza (49.2%) mensual, valor que es igual al nivel promedio de ocupación del primer trimestre, pero menor con respecto al promedio encontrado en el mismo periodo del año 2017 (54.8%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado. Todos los demás meses fluctúan entre 76.5 y 118.5 dólares. Además, se observa que, a partir del mes de febrero 2018 la tarifa general es mayor en comparación a niveles encontrados en el año 2016 y 2017.

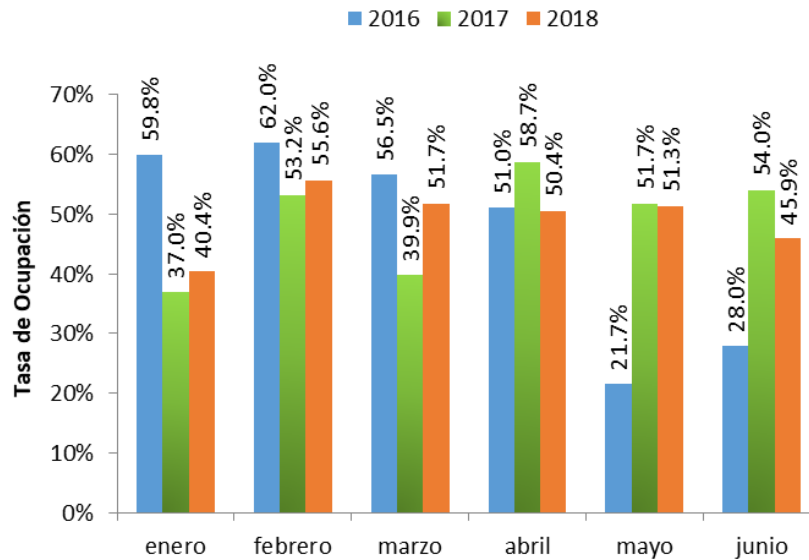
Ilustración 143: Tarifa promedio habitación general, categoría cinco estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el parcial abril-junio 2017 presenta la mayor tasa promedio de ocupación (54.8%). Los niveles de ocupación en el año 2018 (49.2% en promedio) son menores respecto al año 2017, pero mayores a los niveles encontrados en el año 2016 en dicho trimestre.

Ilustración 144: Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13.1.3 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-junio: Categoría Cuatro Estrellas

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|--------------------|---------|---------|---------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$71.60 | \$53.00 | \$58.00 | \$60.87 | \$58.62 | \$57.99 | \$56.50 | \$57.70 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 86.6% | 33.4% | 53.6% | 57.8% | 61.0% | 63.0% | 40.8% | 54.9% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 13.4% | 66.6% | 46.4% | 42.2% | 29.6% | 32.3% | 44.4% | 35.4% |
| Tasa de ocupación | 38.4% | 53.0% | 54.1% | 48.5% | 45.2% | 46.4% | 44.9% | 45.5% |

Nota: *Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

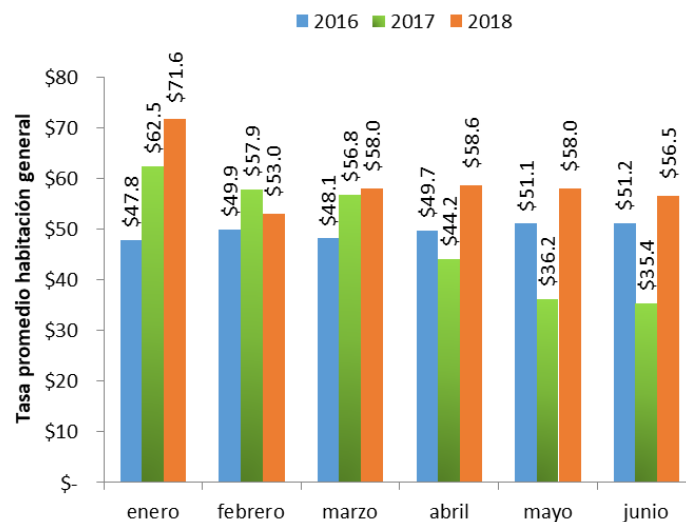
En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 40.8% y 63% en el segundo trimestre; con un promedio de 54.9% mensual, proporción que es similar al primer trimestre del año 2018, y mayor en comparación con el porcentaje promedio encontrado en el segundo trimestre del año 2017 (44.9%) (Ver Tabla 22). La tarifa de una habitación general en el segundo parcial del año es estable, con valores entre \$56.5 y \$58.62, lo que da un promedio de \$57.7 mensual, tarifa que es mayor al promedio mensual encontrado en el segundo trimestre del 2017 (\$38.6).

De acuerdo a la Tabla 22, la tasa de ocupación en los meses abril-junio son estables (entre 44.9% y 46.4%). La tasa de ocupación promedio mensual alcanza un valor de 45.5%, que es mayor en relación al promedio mensual del mismo periodo del año 2017 (35.4%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 71.6 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 35.4 y 58.6 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre abril-junio 2018 (\$57.7), es mayor en relación a la tarifa promedio mensual del año 2016 y 2017 (\$50.7 y \$38.6 respectivamente), incremento que puede ser explicado por el aumento en los niveles de ocupación en dicho año.

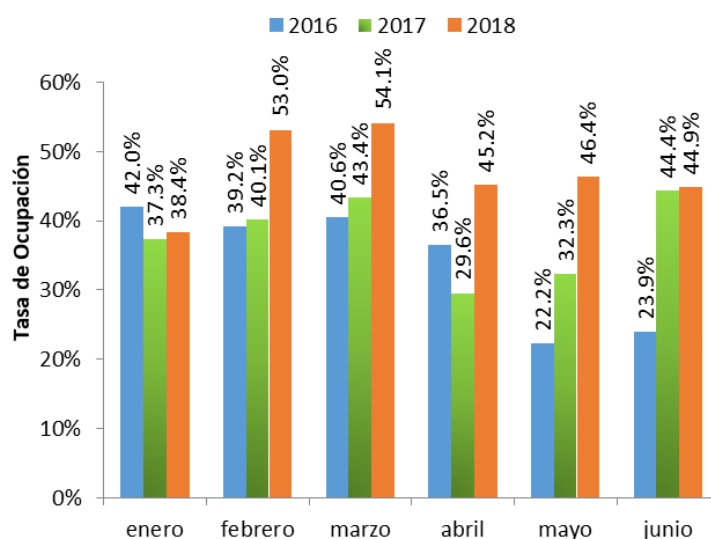
Ilustración 145: Tarifa promedio habitación general, categoría cuatro estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017 y 2016. Siendo los meses de febrero y marzo que presentan una alta tasa de ocupación con valor 53% y 54.1% respectivamente. Si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el periodo abril-junio 2018 el nivel de ocupación promedio mensual es de 45.5%, que es mayor al obtenido en el mismo trimestre 2016 (27.6%) y 2017 (35.4%).

Ilustración 146: Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13.1.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En la Tabla 23 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

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

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 41.70 | \$ 35.58 | \$ 30.73 | \$ 36.00 | \$ 34.90 | \$ 32.89 | \$ 32.99 | \$ 33.59 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 61.4% | 86.2% | 88.2% | 78.6% | 75.0% | 90.4% | 84.6% | 83.4% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 38.6% | 13.8% | 11.8% | 21.4% | 25.0% | 9.6% | 15.4% | 16.6% |
| Tasa de ocupación | 39.6% | 39.3% | 37.4% | 38.8% | 29.3% | 31.5% | 28.8% | 29.8% |

Nota: *Semidefinitivo

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 83.4% mensual, proporción que es mayor en comparación al 68.6% promedio mensual de hospedados nacionales en el segundo trimestre del año 2017. Siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles, donde el mes de mayo presenta la mayor proporción de hospedados nacionales con valor de 90.4% en promedio. La tarifa general promedio de una habitación en el segundo trimestre 2018 es de \$33.59 mensual, tarifa que es similar al promedio mensual encontrado en el mismo trimestre del 2017 (\$32.6).

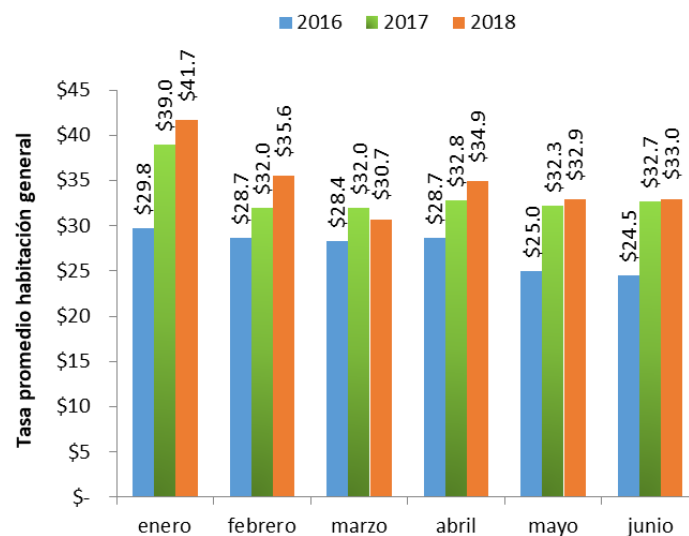
La tasa de ocupación promedio en los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca con categoría tres estrellas, fue del 29.8% en el trimestre abril-junio, proporción que es

similar en comparación con el nivel de ocupación encontrado en el mismo periodo del año 2017 (26.8% en promedio), pero menor al nivel encontrado en el trimestre enero-marzo 2018 (38.8%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 41.7 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 24.5 y 35.6 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del periodo abril-junio 2018 y 2017 son relativamente similares (\$33.59 y \$32.59 respectivamente), pero mayores en relación a la tarifa promedio mensual del año 2016 (\$26.06).

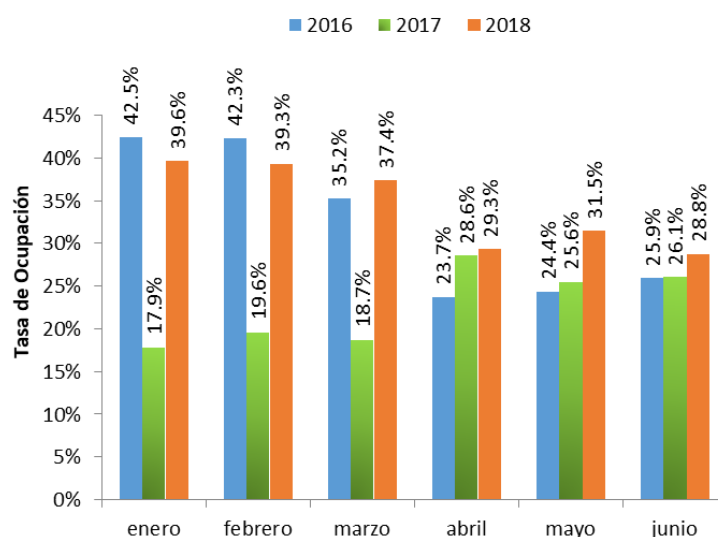
Ilustración 147: Tarifa promedio habitación general, categoría tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el año 2018, las tasas de ocupación son mayores en relación al año 2017, similares a los niveles de ocupación encontrados en el año 2016. Si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el parcial abril-junio 2016 la tasa promedio de ocupación mensual (24.7%) es similar en relación a las tasas de ocupación del año 2017 (26.8% en promedio mensual); a diferencia de los mayores niveles de ocupación en el mismo periodo del año 2018 (29.8% en promedio mensual). Cabe indicar que tanto en el año 2016 como 2018, las tasas de ocupación son menores en el segundo trimestre del año frente al primer trimestre.

Ilustración 148: Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13.1.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En la Tabla 24 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 | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 22.00 | \$ 29.09 | \$ 27.45 | \$ 26.18 | \$ 26.07 | \$ 28.13 | \$ 23.04 | \$ 25.75 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 85.9% | 81.7% | 87.8% | 85.1% | 89.9% | 84.1% | 89.9% | 88.0% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 14.1% | 18.3% | 12.2% | 14.9% | 10.1% | 15.9% | 10.1% | 12.0% |
| Tasa de ocupación | 33.4% | 42.5% | 47.7% | 41.2% | 30.9% | 30.2% | 30.0% | 30.4% |

Nota: *Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos estrellas, el porcentaje promedio de nacionales hospedados en este tipo de establecimiento es alto en comparación con otras categorías. El promedio mensual en el trimestre abril-junio 2018 es de 88%, proporción relativamente mayor al encontrado en el mismo periodo del año 2017 (84.7% hospedados nacionales). Siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles.

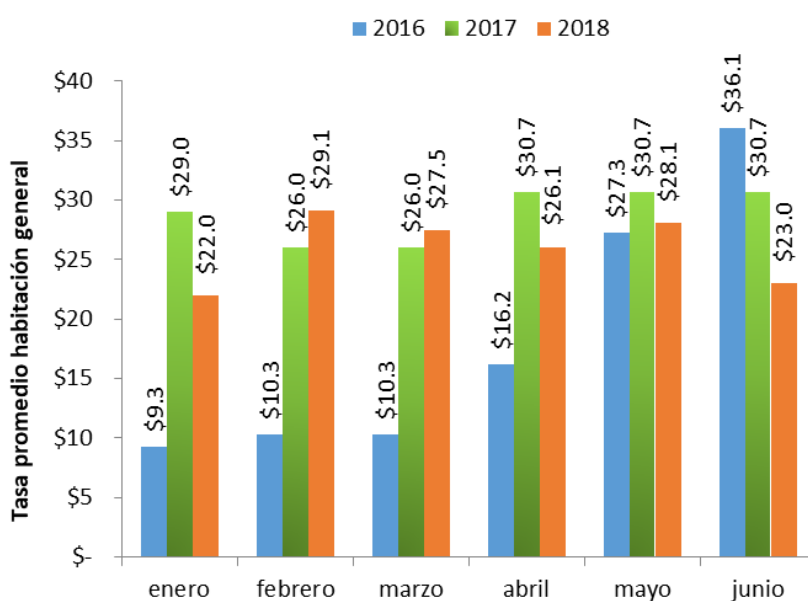
La tarifa promedio de una habitación general, es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en promedio en 25.75 dólares mensuales para el segundo parcial del año, valor que es \$4.95 menor a la tarifa promedio mensual del mismo periodo del año 2017 (\$30.7). Con respecto a la tasa de ocupación, esta categoría mantuvo un nivel promedio de 30.4% mensual, valor que es 10.8 puntos porcentuales menos que el obtenido en el primer trimestre del

año 2018, y 19.7% menos que los niveles de ocupación del segundo trimestre del año 2017 (50.1% promedio mensual).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de junio de 2016 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 36.01 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 9.3 y 30.7 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre enero-marzo 2016 y 2018 son similares (\$26.52 y \$25.75 respectivamente), pero relativamente menor en relación a la tarifa promedio mensual del año 2017 (\$30.67).

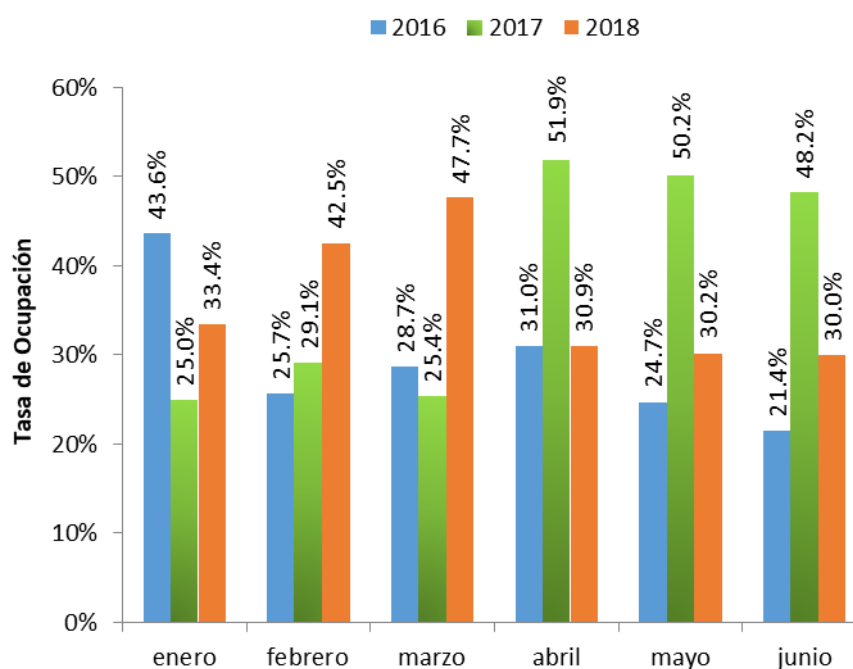
Ilustración 149: Tarifa promedio habitación general, categoría dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el segundo trimestre los niveles del año 2017, son mayores en relación al año 2016 y 2018. Si analizamos la tasa promedio del periodo abril-junio de cada año, se encuentra que en el año 2017, la tasa promedio de ocupación mensual (50.1%) es mayor en relación al año 2016 (25.7% en promedio mensual); pero se evidencia una pequeña mejoría en los niveles de ocupación en el año 2018 (30.4% en promedio mensual).

Ilustración 150: Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13.1.6 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

Hostales Tres Estrellas

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

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

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 44.25 | \$ 54.13 | \$ 48.44 | \$ 48.94 | \$ 40.83 | \$ 37.95 | \$ 35.10 | \$ 37.96 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 39.2% | 64.4% | 50.1% | 51.2% | 73.5% | 72.3% | 81.7% | 75.8% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 60.8% | 35.6% | 49.9% | 48.8% | 26.5% | 27.7% | 18.3% | 24.2% |
| Tasa de ocupación | 34.4% | 51.5% | 43.1% | 43.0% | 44.0% | 27.6% | 37.8% | 36.4% |

Nota: *Semidefinitivo

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 75.8% mensual en el periodo abril-junio 2018, proporción que es mucho mayor al encontrado en el primer trimestre del año 2018 (51.2% huéspedes nacionales en promedio mensual), y al 63.2% en el segundo parcial del año 2017.

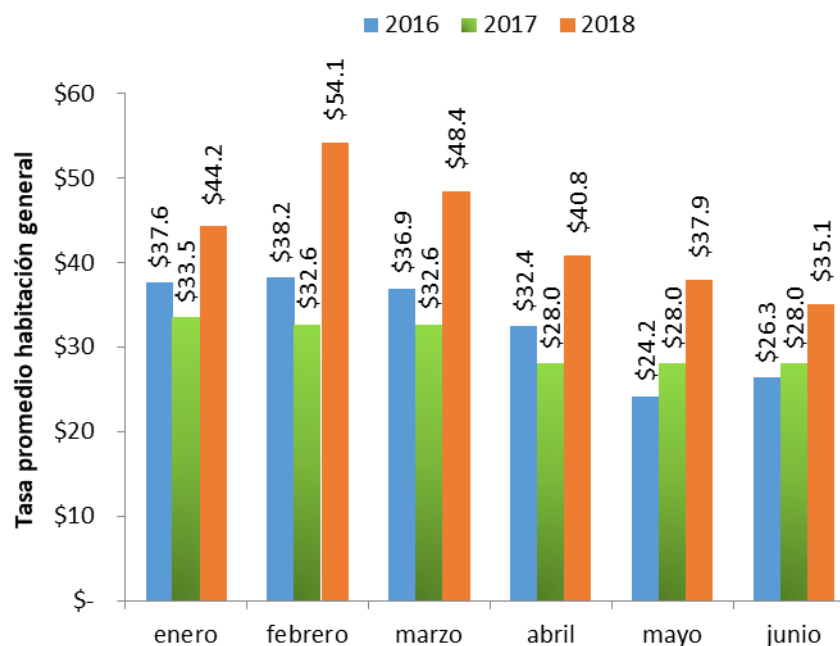
La tarifa promedio en estos establecimientos durante el trimestre fue de \$37.96 en promedio mensual, tarifa que es menor al evidenciado en el primer trimestre del año 2018 (\$48.94 en promedio mensual), disminución que puede ser explicado por descuentos o promociones que este tipo de establecimientos hoteleros realizaron para captar clientes. Hubo un incremento de 35.57% en la tarifa frente al valor ofertado por la categoría hostales tres estrellas en el segundo parcial del año 2017 (\$28 en promedio mensual).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, categoría hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca, fue en promedio de 36.4% para los meses abril-junio 2018, proporción que es 8.4% más que el nivel de ocupación promedio mensual encontrado en el mismo periodo del año 2017 (28%). Pero es 6.6 puntos porcentuales menos que en el primer trimestre del año 2018.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de febrero de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 54.1 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 24.2 y 48.4 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre abril-junio 2016 y 2017 son relativamente similares (\$27.64 y \$28 respectivamente), pero en el año 2018 la tarifa promedio creció un 35.57% hasta alcanzar un valor de \$37.96, en comparación al promedio mensual del año 2017. Cabe señalar que en los tres años analizados, se observa que la tarifa disminuye en el segundo trimestre frente al primer trimestre del mismo año.

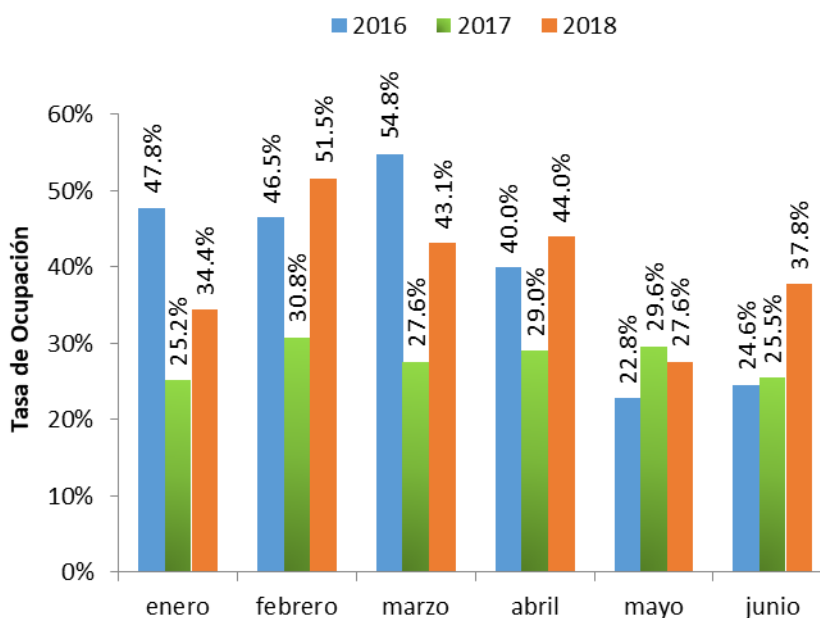
Ilustración 151: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de marzo del año 2016, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2018 y 2017, con valor de 54.8%. Si analizamos la tasa promedio del periodo abril-junio de cada año, se encuentra que en el año 2018 el nivel de ocupación mensual (36.4%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2016 y 2017 (29.1% y 28% en promedio mensual). Pero en general, se evidencia menores niveles en el segundo parcial de cada año.

Ilustración 152: Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

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

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

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 21.63 | \$ 19.81 | \$ 21.22 | \$ 20.89 | \$ 16.38 | \$ 15.94 | \$ 15.94 | \$ 16.09 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 63.2% | 67.9% | 71.2% | 67.4% | 89.7% | 86.2% | 89.0% | 88.3% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 36.8% | 32.1% | 28.8% | 32.6% | 10.3% | 13.8% | 11.0% | 11.7% |
| Tasa de ocupación | 36.8% | 40.4% | 58.9% | 45.4% | 36.4% | 37.6% | 49.1% | 41.0% |

Nota: *Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas, el porcentaje de nacionales hospedados es alto con valores en promedio mensual de 88.3% en el año 2018, proporción similar en relación al mismo trimestre del año 2017 (85.4% huéspedes nacionales en promedio mensual), pero mayor respecto

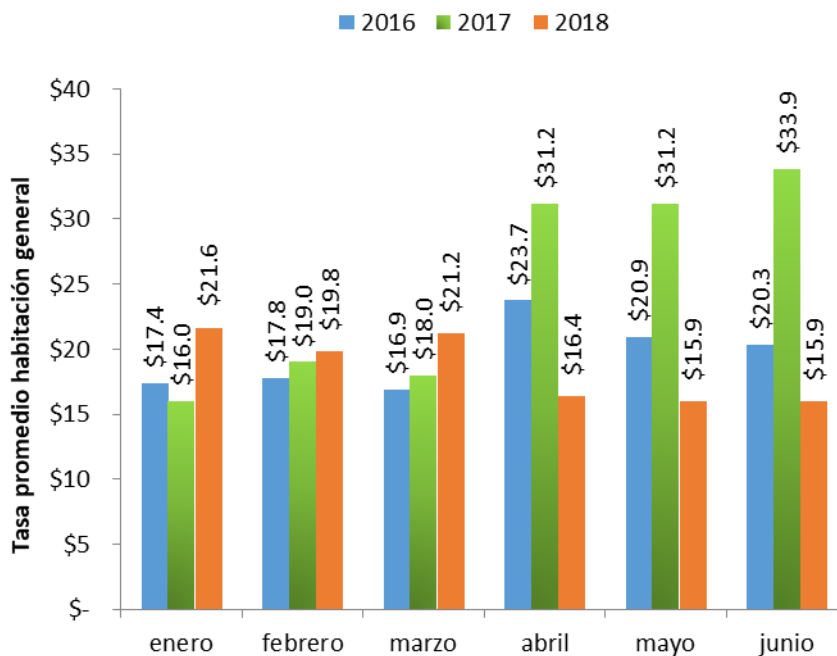
al primer trimestre del año 2018 (67.4%). La tarifa general promedio del trimestre abril-junio fue de \$16.09 mensual, tarifa que es menor al valor encontrado en el primer trimestre 2018 (\$20.89 promedio mensual), y alrededor del 50% menos que el valor promedio de año 2016 (\$32.06).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue alta con valor de 41% en promedio mensual, proporción que es 4.4% menor al nivel de ocupación encontrado en el primer trimestre del 2018 (45.4% en promedio mensual), pero 5.6% más que en el mismo periodo del año 2017 (35.4%).

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de junio de 2017 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 33.9 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 15.9 y 31.2 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre abril-junio 2018 (\$16.09), es menor al valor promedio ofertado por este tipo de establecimientos hoteleros en el año 2016 y 2017 (\$21.66 y \$32.06 respectivamente). Las menores tasas de ocupación se puede explicar por alguna promoción o descuento que la categoría Hostales dos estrellas implementó para captar más clientes, lo que está ligado con el incremento de la tasa de ocupación en el año 2018.

Ilustración 153: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018

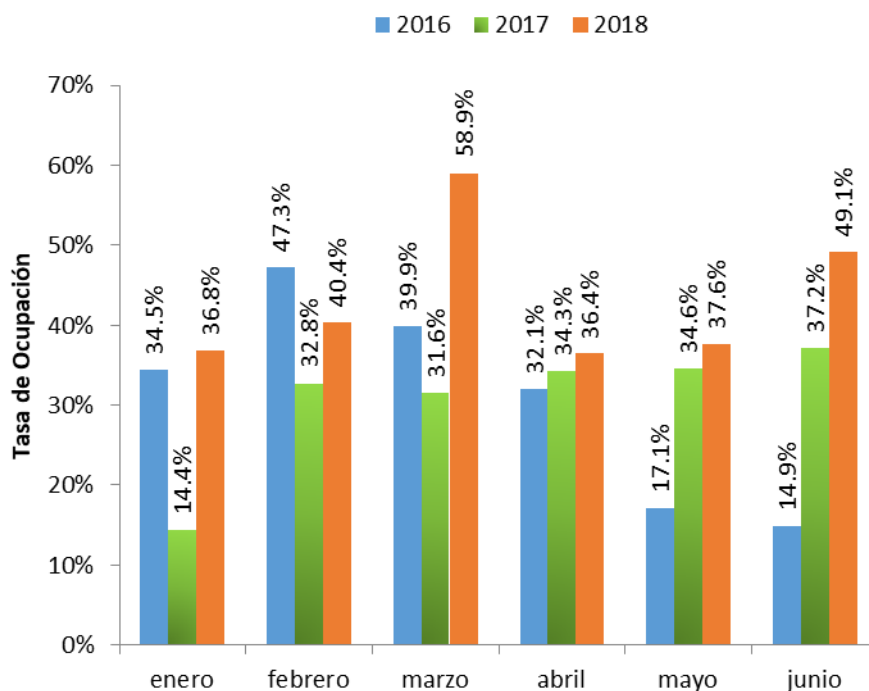


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de marzo del año 2018, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2017 y 2016, con valor de 58.9%. Si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el periodo abril-junio 2018 el nivel de ocupación promedio mensual (41%) es mayor en relación a los hallazgos del año 2016 y

2017 (21.4% y 35.4% respectivamente). Los mejores niveles de ocupación en el segundo trimestre 2018, se puede explicar por la disminución en las tarifas de una habitación general.

Ilustración 154: Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales una estrella

Por último en esta sección se va a analizar a los hostales de una estrella que son los de menor categoría en este tipo de establecimientos de hospedaje.

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

| INDICADORES | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | abril | mayo | junio* | |
| Tarifa promedio habitación general | \$ 13.12 | \$ 15.99 | \$ 16.11 | \$ 15.07 | \$ 15.96 | \$ 15.18 | \$ 20.45 | \$ 17.20 |
| Porcentaje de huéspedes nacionales | 76.7% | 86.3% | 69.5% | 77.5% | 84.1% | 81.3% | 71.2% | 78.9% |
| Porcentaje de huéspedes extranjeros | 23.3% | 13.7% | 30.5% | 22.5% | 15.9% | 18.7% | 28.8% | 21.1% |
| Tasa de ocupación | 36.2% | 47.2% | 43.3% | 42.2% | 47.0% | 51.1% | 29.6% | 42.6% |

Nota: *Semidefinitivo

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 78.9% mensual para abril-junio de 2018, proporción que es similar al valor encontrado

en el primer trimestre del año 2018 (77.5% huéspedes nacionales), pero menor frente al 87.5% obtenido en el segundo parcial del año 2017.

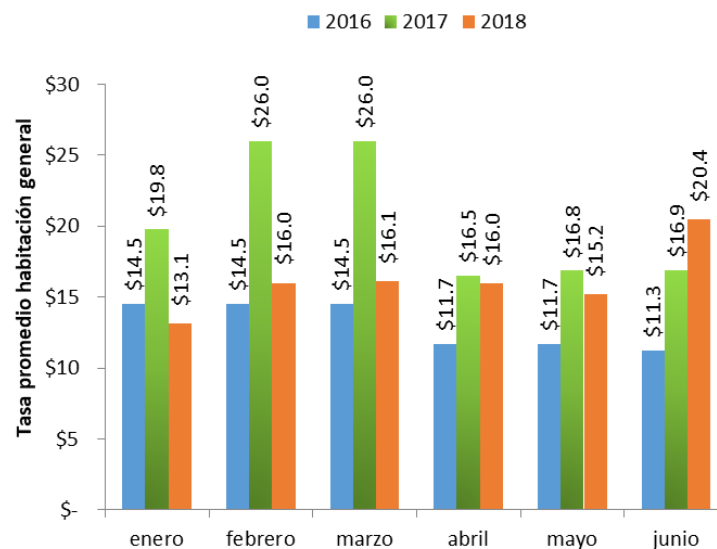
La tarifa promedio por habitación general fue de \$17.20 mensual en el trimestre abril-junio 2018, tarifa que es similar al encontrado en el primer trimestre del mismo año y al segundo trimestre del año 2017 (\$15.07 y \$16.8 respectivamente).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, hostales una estrella, disminuye drásticamente de 51.1% en mayo a un valor de 29.6% en el mes de junio, lo que en promedio da un nivel de ocupación promedio de 42.6%, que es similar al promedio del primer trimestre del mismo año (42.2%), pero mayor respecto al segundo trimestre del año 2017 (34.4% en promedio). Cabe señalar que la fuerte disminución en la tasa de ocupación en el mes de junio puede explicarse por el incremento de la tarifa de una habitación general a \$20.45, que es mayor a las tarifas ofertadas en enero-mayo del año 2018.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de la tarifa promedio de una habitación general y de la tasa de ocupación como una serie de tiempo en los seis meses de los años 2016, 2017 y 2018, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses febrero y marzo de 2018 presenta una tarifa de habitación general mayor en todo el período analizado con valor de 26 dólares. Todos los demás meses fluctúan entre 11.3 y 20.4 dólares. Además, se observa que, la tarifa promedio mensual del trimestre abril-junio 2017 y 2018 son relativamente similares (\$16.8 y \$17.20 respectivamente), pero mayores en comparación al año 2016 que alcanza una tarifa promedio mensual de 11.5 dólares mensuales.

Ilustración 155: Tarifa promedio habitación general, categoría hostales una estrella: enero-junio 2016, 2017 y 2018

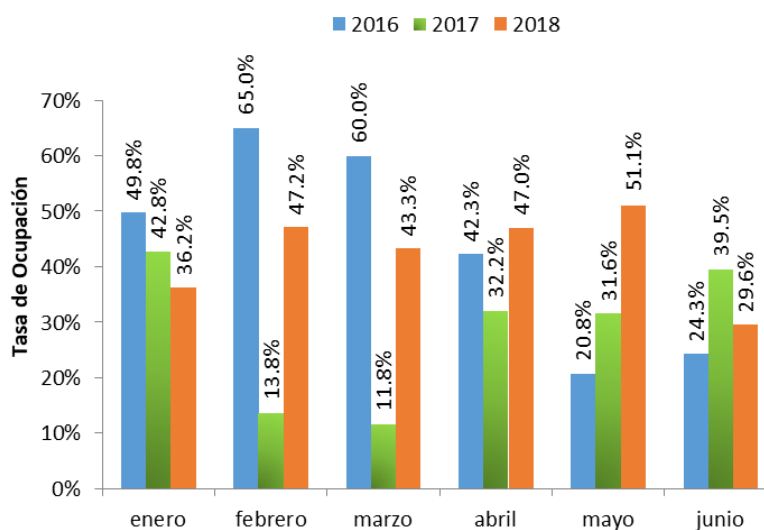


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a la tasa de ocupación, se puede ver cómo en el mes de febrero del año 2016, la tasa de ocupación es mayor en relación al año 2017 y 2016, con valor de 65%. Si analizamos la tasa promedio del segundo trimestre de cada año, se encuentra que en el periodo abril-junio 2018

la tasa promedio de ocupación mensual (42.6%) es mayor en relación a la tasa de ocupación 2016 y 2017 (29.1% y 34.4% respectivamente).

Ilustración 156: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero-junio 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

13.1.7 Tarifa RevPar

La tarifa RevPar se refiere a la renta que se obtiene por habitación disponible y significa Revenue Per Available Room (Renta Por Habitación Disponible). En esta ocasión 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 - junio 2018

| Categoría establecimiento | Meses | | | Promedio Trimestre | Meses | | | Promedio Trimestre |
|---------------------------|----------|----------|----------|--------------------|----------|----------|----------|--------------------|
| | enero | febrero | marzo | | Abril | mayo | junio* | |
| Total | \$ 8.64 | \$ 13.01 | \$ 11.18 | \$ 10.94 | \$ 12.54 | \$ 12.57 | \$ 13.51 | \$ 12.87 |
| Hotel Cinco estrellas | \$ 37.13 | \$ 61.57 | \$ 56.86 | \$ 51.85 | \$ 47.31 | \$ 51.58 | \$ 45.49 | \$ 48.12 |
| Hotel Cuatro estrellas | \$ 28.19 | \$ 28.28 | \$ 30.48 | \$ 28.98 | \$ 27.59 | \$ 27.03 | \$ 25.61 | \$ 26.74 |
| Hotel Tres estrellas | \$ 9.59 | \$ 11.04 | \$ 8.97 | \$ 9.87 | \$ 10.03 | \$ 11.31 | \$ 12.84 | \$ 11.39 |
| Hotel Dos estrellas | \$ 6.42 | \$ 15.30 | \$ 8.42 | \$ 10.04 | \$ 8.53 | \$ 7.87 | \$ 8.52 | \$ 8.31 |
| Hostal Tres estrellas | \$ 7.69 | \$ 17.08 | \$ 14.14 | \$ 12.97 | \$ 14.83 | \$ 12.92 | \$ 14.50 | \$ 12.97 |
| Hostal Dos estrellas | \$ 7.65 | \$ 8.79 | \$ 9.01 | \$ 8.49 | \$ 7.85 | \$ 7.90 | \$ 8.83 | \$ 8.19 |
| Hostal Una estrella | \$ 3.34 | \$ 4.39 | \$ 3.23 | \$ 3.65 | \$ 7.74 | \$ 8.01 | \$ 6.76 | \$ 7.50 |

Nota: *Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se observa en la Tabla 28 la RevPar promedio del total de establecimientos en el segundo trimestre es de \$12.87, relativamente menor al valor encontrado en el año 2017 (\$16.28). Siendo los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen, con \$48.12 y \$26.74

respectivamente en el periodo analizado, tarifas que son menores a los encontrados en el año 2017 en el mismo trimestre (\$52.26 y \$35.74 respectivamente). Desde aquí los valores disminuyen sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles, llegando a \$11.39 para hoteles tres estrellas, que es relativamente mayor al valor encontrado en el año 2017 (\$8.05). Los hoteles dos estrellas presentan una RevPar de \$12.97, para el año 2017 este dato no está disponible. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$12.97, tarifa que es mayor al valor encontrado en el año 2017, en el mismo periodo (\$7.36). En promedio los hostales dos y una estrella presentan una tarifa RevPar con un valor de 8.19 y 7.50 dólares en promedio mensual, tarifas que son menores (mayor) a los observados en el segundo trimestre del año 2017 (\$15.17 y \$5.32 respectivamente).

14. Anexos

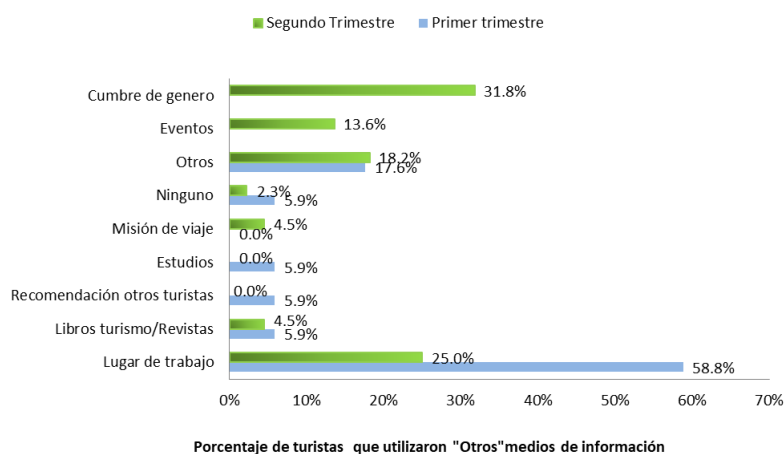
ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO ENERO – JUNIO 2018

| Lugar en donde se realizó la encuesta | Tamaño de la muestra (Número de encuestas) | |
|---------------------------------------|---|-------------------|
| | Primer trimestre | Segundo Trimestre |
| Terminales | 966 | 1045 |
| Aeropuerto | 708 | 958 |
| Hoteles | 578 | 356 |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

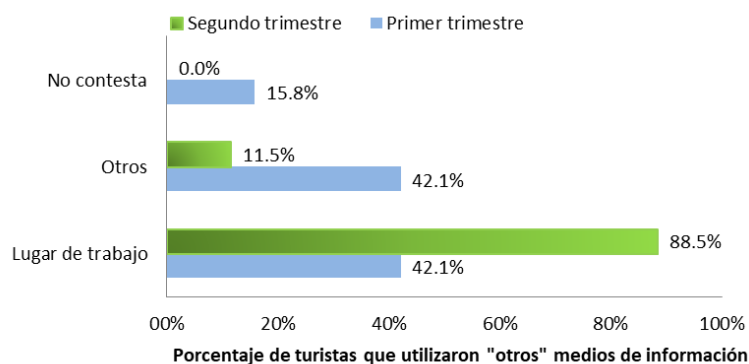
ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 157: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 158: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 3. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. COMPAÑÍA DE VIAJE

Tabla 25: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero

| Turista Extranjero | | ¿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 | 38.2% | 0.3% | 17.0% | 28.5% | 15.3% | 0.7% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 56.9% | 0.0% | 19.6% | 16.7% | 6.9% | 0.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 67.9% | 1.2% | 9.5% | 1.2% | 4.8% | 15.5% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 56.3% | 1.6% | 6.3% | 3.1% | 4.7% | 28.1% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 40.0% | 10.0% | 20.0% | 10.0% | 20.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 75.0% | 0.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| Otros | 70.0% | 0.0% | 20.0% | 10.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% | |
| Total | | 49.2% | 0.7% | 15.2% | 18.4% | 10.6% | 5.8% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 26: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional

| Turista Extranjero | | ¿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 | 28.0% | 0.8% | 40.8% | 19.2% | 10.4% | 0.8% | 100.0% |
| | Visita a familiares o amigos | 60.9% | 0.2% | 28.9% | 7.5% | 2.5% | 0.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 75.0% | 1.3% | 4.1% | 2.8% | 2.4% | 14.3% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 67.2% | 3.4% | 6.9% | 3.4% | 5.2% | 13.8% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 67.1% | 1.3% | 16.5% | 5.1% | 8.9% | 1.3% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 45.2% | 0.0% | 43.5% | 11.3% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 20.0% | 20.0% | 0.0% | 20.0% | 0.0% | 40.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 48.0% | 0.0% | 32.0% | 8.0% | 12.0% | 0.0% | 100.0% |
| Otros | 60.9% | 4.3% | 26.1% | 0.0% | 4.3% | 4.3% | 100.0% | |
| Total | | 62.8% | 1.0% | 19.7% | 6.6% | 3.7% | 6.2% | 100.0% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 4. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. TIPO DE ALOJAMIENTO

Tabla 27: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero

| Turista Extranjero | | ¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA? | | | | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|--------------|-----------------|--------------|----------------------------|---------------|--------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | CASA AIR BNB | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | OTROS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 77.8% | 5.2% | 10.1% | 5.6% | 0.0% | 1.4% | 100.0% |
| | Visita a familiares o | 12.7% | 4.9% | 78.4% | 2.9% | 0.0% | 1.0% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 76.2% | 6.0% | 15.5% | 0.0% | 0.0% | 2.4% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 89.1% | 0.0% | 6.3% | 3.1% | 0.0% | 1.6% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 30.0% | 20.0% | 40.0% | 10.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 25.0% | 0.0% | 75.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 0.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% | | 0.0% | 100% |
| | Compras o servicios personales | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Otros | 70.0% | 10.0% | 20.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| Total | 65.5% | 5.0% | 24.2% | 3.9% | 0.0% | 1.4% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 28: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

| Turista Nacional | | ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA? | | | | | | TOTAL |
|--|--------------------------------------|--|--------------|-----------------|--------------|----------------------------|---------------|--------|
| | | ALOJAMIENTO HOTELERO | APARTAMENTO | FAMILIA, AMIGOS | CASA AIR BNB | NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD | OTROS | |
| Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca. | Recreación, esparcimiento vacaciones | 49.1% | 0.9% | 49.1% | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Visita a familiares o | 7.8% | 2.4% | 88.8% | 0.4% | 0.0% | 0.6% | 100.0% |
| | Negocios, actividades | 64.5% | 7.2% | 25.1% | 1.2% | 0.2% | 1.9% | 100.0% |
| | Congresos, conferencias | 66.7% | 0.0% | 19.0% | 0.0% | 4.8% | 9.5% | 100.0% |
| | Estudios, investigación | 22.8% | 14.0% | 61.4% | 1.8% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Tratamiento de salud | 19.8% | 1.2% | 75.6% | 0.0% | 0.0% | 3.5% | 100.0% |
| | Motivos religiosos | 25.0% | 25.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| | Compras o servicios personales | 46.7% | 0.0% | 46.7% | 0.0% | 0.0% | 6.7% | 100.0% |
| | Otros | 50.0% | 25.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| Total | 35.5% | 4.5% | 57.6% | 0.8% | 0.2% | 1.4% | 100.0% | |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

ANEXO 5: PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO Y NACIONAL**Tabla 29: Perfil del Turista Extranjero**

| | | SOLTERO | CASADO |
|---|-----------------------------------|----------------|---------------|
| Edad | 18 a 29 años | 54.7% | 5.5% |
| | 30 a 44 años | 33.3% | 24.2% |
| | 45 a 65 años | 11.0% | 50.3% |
| Nivel de Instrucción | Primaria | 1.2% | 1.8% |
| | Secundaria | 15.4% | 13.9% |
| | Superior | 65.4% | 56.4% |
| | Postgrado | 17.9% | 27.9% |
| Profesión del Turista Extranjero | Director | 9.5% | 3.9% |
| | Técnico Superior | 2.4% | 4.9% |
| | Profesional Independiente | 32.5% | 21.4% |
| | Servidor público | 16.7% | 9.7% |
| | Administración | 6.3% | 12.6% |
| | Comerciante | 3.2% | 12.6% |
| | Obrero | 1.6% | 6.8% |
| | Otros | 27.8% | 28.2% |
| Composición núcleo familiar | Vive solo | 51.8% | 2.4% |
| | Solo padres e hijos | 34.7% | 91.9% |
| | Padres e hijos y otros familiares | | |
| | | 13.5% | 5.7% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 30: Perfil del Turista Nacional

| | | SOLTERO | CASADO |
|---|-----------------------------------|----------------|---------------|
| Edad | 18 a 29 años | 63.5% | 10.2% |
| | 30 a 44 años | 26.5% | 39.4% |
| | 45 a 65 años | 6.9% | 44.3% |
| Nivel de Instrucción | Primaria | 3.8% | 8.4% |
| | Secundaria | 30.5% | 24.2% |
| | Superior | 58.8% | 60.1% |
| | Postgrado | 6.9% | 7.3% |
| Profesión del Turista Extranjero | Director | 4.5% | 7.4% |
| | Técnico Superior | 3.3% | 4.6% |
| | Profesional Independiente | 34.8% | 24.2% |
| | Servidor público | 17.0% | 12.6% |
| | Administración | 9.7% | 12.8% |
| | Comerciante | 7.5% | 13.0% |
| | Obrero | 7.0% | 5.3% |
| | Otros | 16.2% | 20.2% |
| Composición núcleo familiar | Vive solo | 26.2% | 1.7% |
| | Solo padres e hijos | 58.8% | 91.5% |
| | Padres e hijos y otros familiares | | |
| | | 15.1% | 6.9% |

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

