

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN CUATRO CUARTO TRIMESTRE DE 2019

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Enero 2020



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda

Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

CONTENIDO

1	
1.	Presentación8
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca9
2.1	Metodología del Estudio9
2.1.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?.....9
2.1.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?.....10
2.1.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?11
3.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....12
3.1	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal12
3.1.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero12
3.1.2	Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....18
3.1.3	Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca21
3.1.4	La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca23
3.1.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca30
3.1.6	Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca34
3.2	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado36
3.2.1	Características sociodemográficas:36
3.2.2	Motivación del turista:37
3.2.3	Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:38
3.2.4	Costo de la estancia:.....39
3.2.5	Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad40
4.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca41
4.1	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal.....41
4.1.5	Características Socio Demográficas del Turista Nacional41
4.1.6	Motivación del Turista.....46
4.1.7	Organización del Viaje48
4.1.8	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca.....50
4.1.9	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal..56
4.1.10	Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca60
4.2	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado.....62

4.2.1.	Características sociodemográficas:	62
4.2.2.	Motivación del turista:	63
4.2.3.	Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:	64
4.2.4.	Costo de la estancia:.....	65
4.2.5.	Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad	66
5.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	68
5.1.	Edad, Género y Procedencia	68
5.2.	Estado Civil y Ocupación de Turista.....	71
5.3.	Organización del Viaje y Motivación	72
5.4.	Medios de Información Utilizados	74
5.5.	Duración de la Estancia	75
5.6.	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	76
5.7.	Medio de transporte utilizado.....	77
6.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	79
6.1.	Principales indicadores de oferta turística	80
6.1.1.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total	81
6.1.2.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas	82
6.1.3.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas	83
6.1.4.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas	85
6.1.5.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	86
6.1.6.	Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales	88
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	88
	<i>Hostales dos estrellas</i>	89
	<i>Hostales una estrella</i>	90
6.1.7.	Tarifa RevPar	91
7.	Anexos.....	92

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	12
Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca	13
Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene	13
Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	14
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	15
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	16
Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	17
Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero	18
Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	19
Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	20
Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	21
Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional	21
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca	22
Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo	22
Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero	24
Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro	28
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	31
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	32
Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	33
Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca	33
Ilustración 21: Turista Extranjero que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable	34
Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero	34
Ilustración 23: Comparación características sociodemográficas del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	37
Ilustración 24: Comparación motivación del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	38
Ilustración 25: 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	39
Ilustración 26: Comparación del costo de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	40
Ilustración 27: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	41
Ilustración 28: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	41
Ilustración 29: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	42
Ilustración 30: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	43
Ilustración 31: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	44
Ilustración 32: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	44
Ilustración 33: Sector Económico en que labora el Turista Nacional	45
Ilustración 34: Con quién vive el Turista Nacional	45
Ilustración 35: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	46
Ilustración 36: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	47
Ilustración 37: Medios de Información utilizados por el turista nacional	48

Ilustración 38: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional	48
Ilustración 39: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca	49
Ilustración 40: Número de Personas en el Grupo	49
Ilustración 41: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional	51
Ilustración 42: Composición del gasto total turístico por rubro.....	54
Ilustración 43: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional	57
Ilustración 44: 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	58
Ilustración 45: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	59
Ilustración 46: Recomendabilidad del Destino Cuenca	59
Ilustración 47: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable.....	60
Ilustración 48: Ingreso mensual del Turista Nacional.....	60
Ilustración 49: Comparación características sociodemográficas del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	63
Ilustración 50: Comparación de la motivación del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	64
Ilustración 51: 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	65
Ilustración 52: Comparación del costo de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	66
Ilustración 53: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional	67
Ilustración 54: Procedencia del Turista en el Hotel.....	68
Ilustración 55: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene.....	69
Ilustración 56: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	69
Ilustración 57: Edad del turista en el hotel.....	70
Ilustración 58: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero	70
Ilustración 59: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero.....	71
Ilustración 60: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero.....	71
Ilustración 61: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	72
Ilustración 62: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	72
Ilustración 63: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero.....	73
Ilustración 64: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña	73
Ilustración 65: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	74
Ilustración 66: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista	74
Ilustración 67: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles	75
Ilustración 68: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles	75
Ilustración 69: Gasto Personal Diario durante la estadía	76
Ilustración 70: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista	77
Ilustración 71: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	77
Ilustración 72: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista	78
Ilustración 73: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – diciembre 2019	82
Ilustración 74: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –diciembre 2019	83

Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	84
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	86
Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	87
Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019	88
Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019	90
Ilustración 80: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - diciembre 2019.	91
Ilustración 81: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional.....	93
Ilustración 82: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	93
Ilustración 83: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia	98
Ilustración 84: Turista Nacional por ciudad de procedencia	100
Ilustración 85: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros	101

Índice de Tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero	18
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	23
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento	25
Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero	25
Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero.....	26
Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero.....	27
Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros.....	29
Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo	30
Tabla 9: 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	40
Tabla 10: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional.....	46
Tabla 11: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	50
Tabla 12: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional	51
Tabla 13: Duración de la estancia del Turista Nacional	52
Tabla 14: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional.....	53
Tabla 15: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional	53
Tabla 16: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional.....	55
Tabla 17: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional	56
Tabla 18: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	66
Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2019	79
Tabla 20: Origen de los datos relevamiento: enero-diciembre 2019.....	79
Tabla 21: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-diciembre 2019	80
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Total	81
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas.....	82
Tabla 24: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas	84
Tabla 25: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas	85

Tabla 26: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas	86
Tabla 27: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas.....	88
Tabla 28: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas	89
Tabla 29: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella.....	90
Tabla 30: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar.....	91
Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero	92
Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero	94
Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional.....	95
Tabla 34: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero.....	96
Tabla 35: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional	97
Tabla 36: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el cuarto trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca.....	98
Tabla 37: Perfil del Turista Extranjero	99
Tabla 38: Perfil del Turista Nacional.....	99

1. Presentación

El presente estudio pretende dar una visión de la actividad turística en la ciudad, tomando especial atención a los agentes económicos involucrados: los turistas y los proveedores de servicios turísticos de alojamiento. La primera parte de este informe consta de un diagnóstico situacional de la demanda turística en el cantón. Esta sección brinda al lector información relevante acerca de indicadores clave con características y duración de la estancia, gasto turístico, información sociodemográfica y la compara con los resultados obtenidos en el mismo periodo del año 2018 así como también con sus similares del tercer trimestre del año 2019. Además, el informe incluye indicadores de demanda de relevamiento de una semana típica en comparación con resultados de relevamiento de una semana en feriado del mes de noviembre.

Por su parte, el estudio de Oferta está organizado para proporcionar información sobre la tasa de ocupación hotelera, la tarifa promedio de una habitación general, la tarifa Revenue per Available Room (Rev Par), y la proporción de huéspedes nacionales y extranjeros. Cada indicador se presenta de forma compacta y de forma desagregada para cada categoría de establecimiento hotelero: Hoteles cinco, cuatro, tres y dos estrellas; Hostales tres, dos y una estrella. Para cada categoría se realiza un análisis de la evolución de los indicadores de oferta turística de los años 2016, 2017, 2018 y 2019, en el periodo octubre-diciembre de cada año.

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.

En cuanto a las encuestas en hoteles, éstas 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 tomando como estratos los hoteles de diferente clasificación en la ciudad, 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 del mes de noviembre; y la tercera sección se presenta el análisis de los indicadores de demanda en relevamiento en establecimientos hoteleros. Para cada sección se realiza un análisis de los hallazgos de los cuartos trimestres 2018 y 2019 poniendo especial énfasis en el trimestre octubre-diciembre del año 2019.

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

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

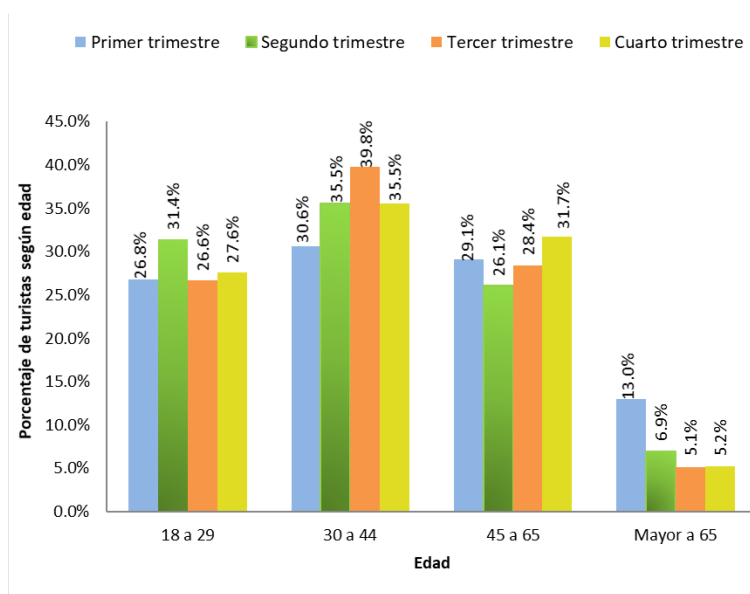
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables que se considera como fundamental para la formulación tipológica del turista es el rango etario. Como se aprecia en la Ilustración 1, en este trimestre se registra una mayor densidad de visitantes en las edades comprendidas entre los 30 a 44 años (35.5%). Una situación similar se observa en el segundo trimestre del año 2019, en donde la mayor proporción de visitantes corresponde al rango de edad 30-44 años (39.8%). Con respecto a los resultados reportados en el cuarto trimestre del 2018, en el año 2019 se observa una mayor presencia de turistas con edades comprendidas entre 45 y 65 años (31.7%) frente a una proporción de 26.6% registrado en el periodo similar del año 2018.

En el cuarto trimestre del 2019, los visitantes extranjeros tenían una edad promedio de 40.18. La mediana y la moda de la edad es de 36 años.

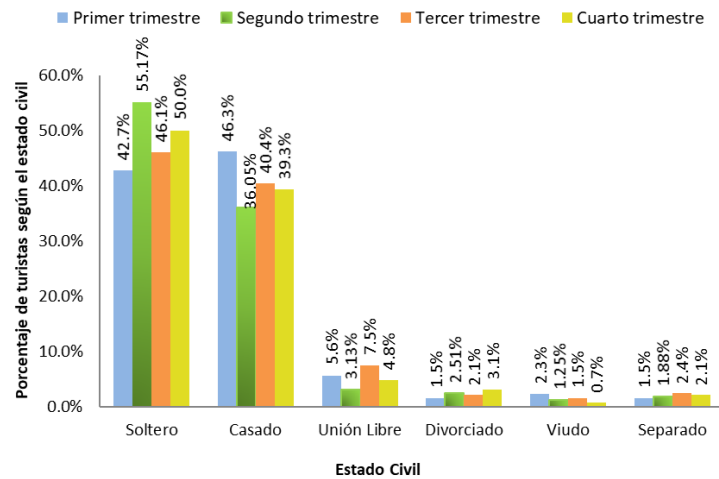
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar en la Ilustración 2, al igual que lo observado en el tercer trimestre 2019, los resultados muestran una mayor presencia de visitantes extranjeros de estado civil solteros (50%). Aproximadamente el 39.3% de los visitantes extranjeros son casados y el 10.7% restante corresponde a otras formas de asociación civil. Los resultados son similares a los obtenidos durante el cuarto trimestre del año 2018. En ese año se observa un porcentaje de 50.6%, 34.9% y 14.5% para visitantes solteros, casados y otras formas, respectivamente.

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



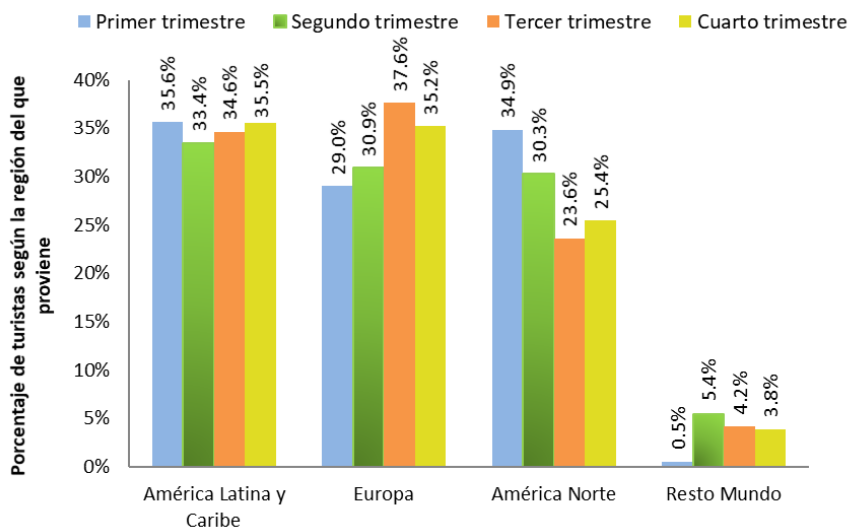
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género del turista, el relevamiento actual arrojó una proporción de visitantes mujeres con el 56.9%, versus un 43.1% de hombres, lo que revela una mayor presencia de turistas de sexo femenino, en comparación con lo observado para el año 2018 durante el mismo periodo (52.1%).

3.1.1.2 Procedencia del Turista

Como se ha indicado previamente, la ciudad de Cuenca, por su carácter cosmopolita recibe turistas de diversas partes del mundo. Particularmente, en esta época del año, y a diferencia del tercer trimestre del año 2019, hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de América Latina (35.5%). El segundo lugar lo ocupan quienes provienen de Europa (35.2%). Esto se debe, en especial, a la disminución de turistas provenientes de Francia, ya que estos representaron alrededor el 13.7% en el tercer trimestre del 2019 frente al 7% registrado en el trimestre actual. Los turistas provenientes del resto del mundo siguen representando un fracción baja (3.8%) (ver Ilustración 3).

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene

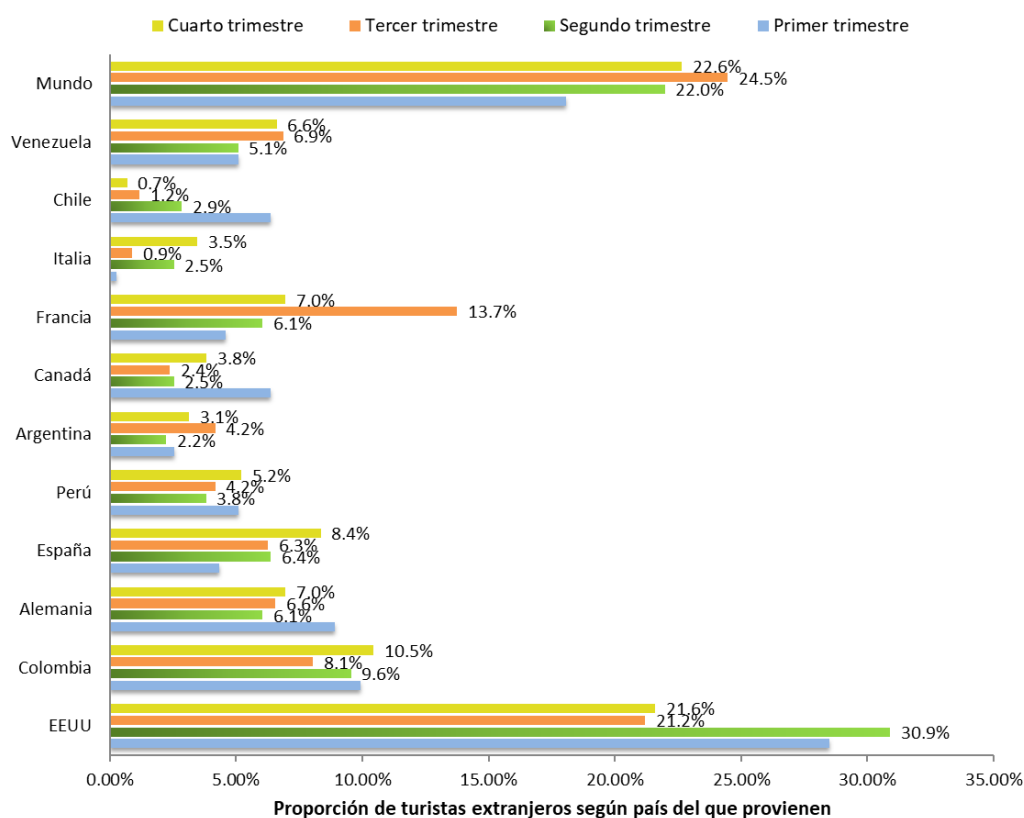


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once proveniencias extranjeras constituyen alrededor del 77.35% de los turistas que visitaron la ciudad en el último trimestre del año 2019. Entre los países de origen más populares están: Estados Unidos de América del Norte, Colombia, Venezuela, Perú de Latinoamérica y España, Alemania, Francia de Europa.

En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (21.6%), dato menor al obtenido en el cuarto trimestre del año 2018 (24.2%). La presencia de turistas españoles es ligeramente mayor en el trimestre actual (8.4%) frente a igual periodo del año 2018 (6%) y a trimestres anteriores. Con respecto a turistas provenientes de la región de América Latina y el Caribe se destaca los turistas de Colombia (10.5%), Venezuela (6.6%) y Perú (5.2%). En el caso de Europa se destaca España (8.4%), Alemania (7%) y Francia (7%). La presencia de otras nacionales representa cerca del 11.15%. Se observa que la proporción de visitantes de otras partes del mundo es significativa (22.65%). Dicho conglomerado se encuentra impulsado por el ingreso de turistas brasileños, mexicanos y suizos.

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

3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

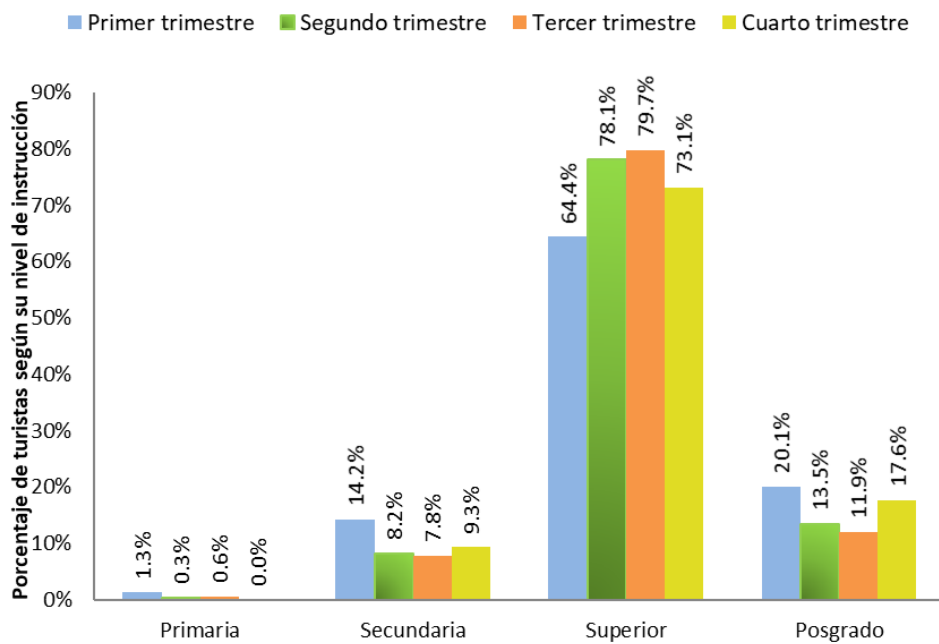
Dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden guardar relación con el tipo de turismo que dichos visitantes buscan desarrollar en el cantón.

Con respecto al nivel educativo, la Ilustración 5 **Error! No se encuentra el origen de la referencia.** revela que el turista extranjero que visita la ciudad posee un nivel de instrucción superior y

postgrado (90.1%), y la proporción de turistas con educación secundaria fue de 9.3%. Se registra un aumento en el porcentaje de visitantes con educación superior y postgrado, y hay una disminución en el porcentaje del grupo con educación secundaria. Esto en comparación con lo reportado en el mismo periodo del año 2018 (86.4% y 12.5% respectivamente).

La mayor parte de los turistas extranjeros labora como profesional independiente (76.8%). En comparación con el trimestre anterior, se registra una mayor presencia de turistas con esta categoría ocupacional y una disminución de los visitantes que labora como comerciantes. Los hallazgos indican que hay una mayor presencia de turistas que labora como profesional independiente, en comparación con el cuarto trimestre del año 2018 (52%). En segundo y tercer lugar se encuentran los visitantes que laboran en la categoría de ocupación servidor público y administración, con 8.3% y 5.3% respectivamente (Ilustración 6).

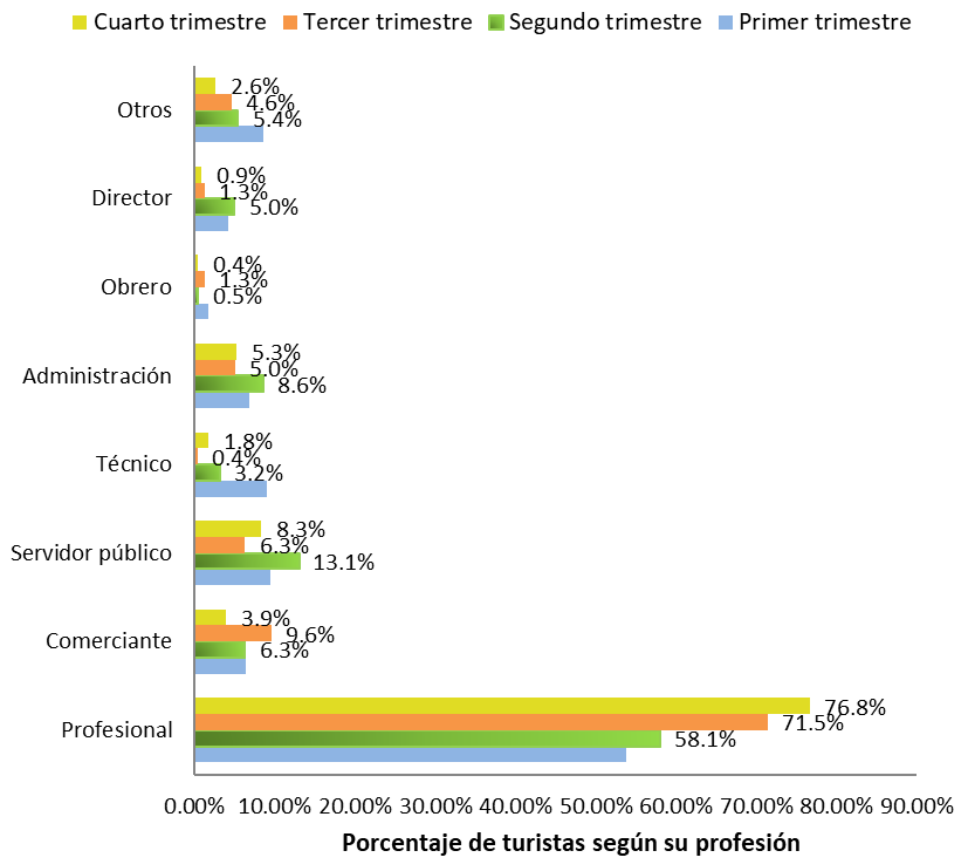
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

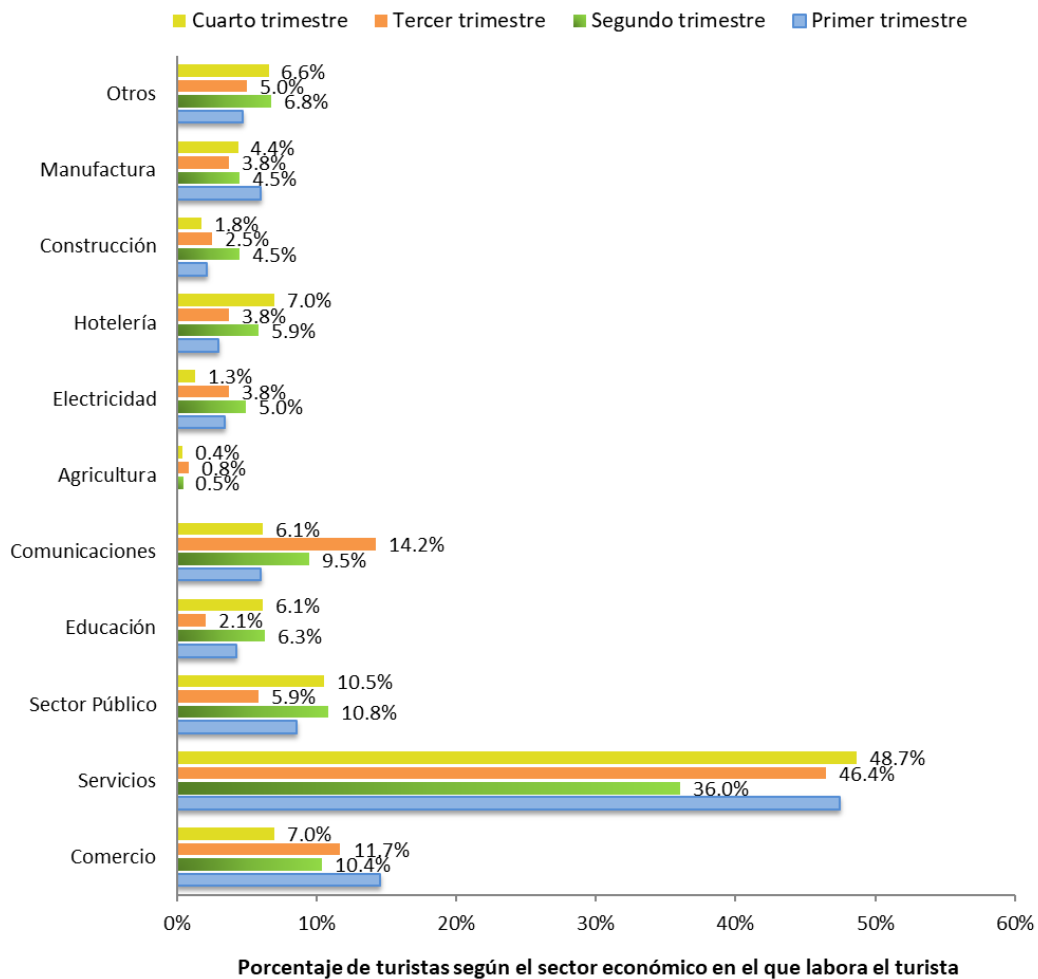
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

A modo de conclusión parcial y en concordancia con la Ilustración 7, se aprecia que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedican a actividades en el sector de servicios (48.7%) en mayor proporción que en el cuarto trimestre de 2018 (43.3%). Adicionalmente se observa un importante porcentaje de visitantes que laboran en el sector público (10.5%), comercio (7%), y hotelería (6.1%). De aquellos turistas que laboran en otros sectores (6.6%), las actividades son demasiado desagregadas para resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7).

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



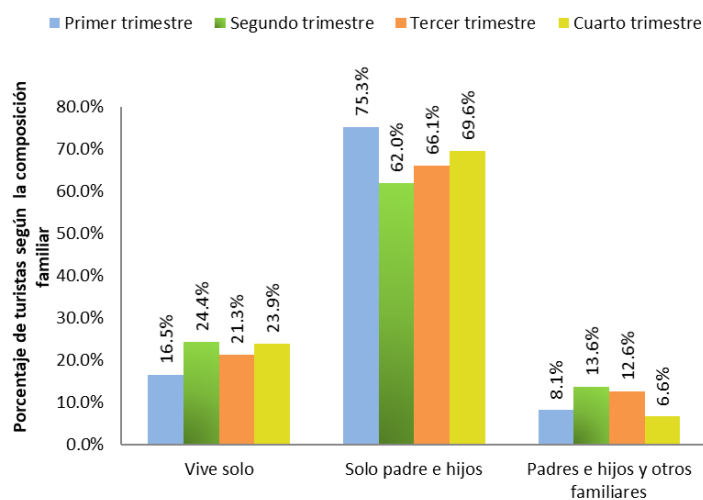
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 8, en esta parte del año, el 69.6% de turistas extranjeros viven en un núcleo familiar compuesto de padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por aquellos turistas que viven solos 23.9%. Los turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares (familia ampliada) representan el 6.6% de todos los visitantes.

En comparación a lo registrado en el periodo comprendido en el cuarto trimestre del año 2018, la variación más importante se encuentra en el grupo de visitantes que viven solo padres e hijos, este grupo muestra un incremento de 5.9 puntos porcentuales.

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

Turista Extranjero	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	4	20.1%	0.0%	1.7%	0.0%	2.1%	0.0%	23.9%
Solo padre e hijos	4	27.0%	4.5%	36.0%	1.0%	0.7%	0.3%	69.6%
Padres e hijos y otros familiares	4	2.8%	0.3%	1.7%	1.0%	0.3%	0.3%	6.2%
Total	4	49.8%	4.8%	39.4%	2.1%	3.1%	0.7%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, la mayoría de los visitantes continúan formando parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (36%), dato relativamente mayor al obtenido en el cuarto trimestre del 2018 (30%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 27%, y el porcentaje de visitantes que viven solos y son solteros (20.1%) es similar en comparación con el mismo trimestre del año 2018 (25.2% y 20.1% respectivamente).

3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

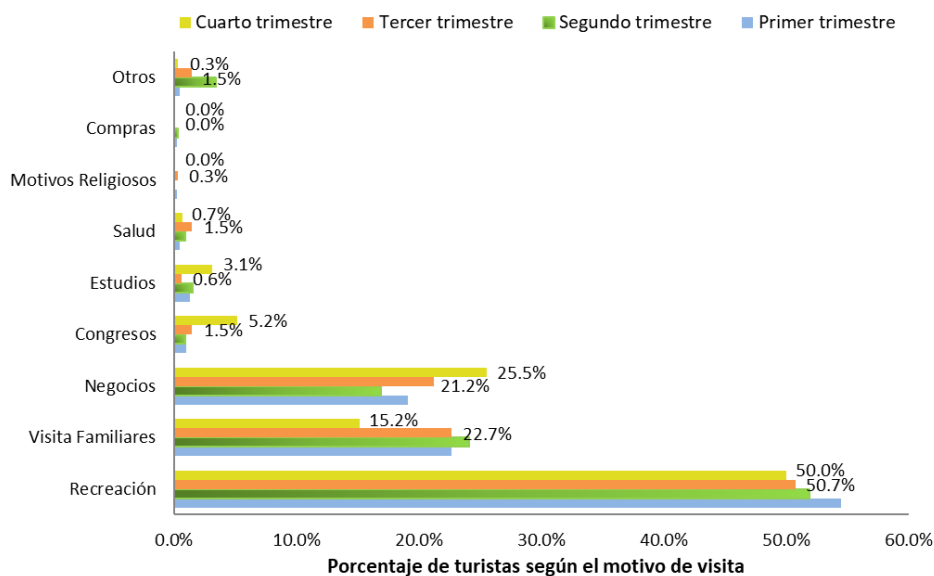
3.1.2.1 Motivación

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 y el descanso, aunque puede ser complementaria a otras actividades cotidianas como los estudios o el trabajo. Los resultados del estudio revelan que, aún la principal razón del turista extranjero para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (50%) al igual que en el cuarto trimestre del año 2018 (49.4%). La proporción de

turistas que arriban a la ciudad para por negocios es de 25.5%, y el porcentaje de turistas que llegan a la ciudad para visitar a sus familiares es de 15.2%. El porcentaje de turistas que visitan la ciudad por negocios es mayor al observado durante el trimestre anterior, mientras que la proporción de turistas que llegaron a la ciudad para visitar a sus familiares ha disminuido (Ilustración 9).

Si se analiza el motivo principal de visita por nacionalidad del turista extranjero, se evidencia que, de las 11 nacionalidades principales, la mayor proporción de turistas estadounidenses, alemanes, canadienses, franceses e italianos visitan la ciudad por motivos recreacionales (más del 50% en cada caso). Un importante porcentaje de turistas colombianos, peruanos, chilenos y venezolanos visitaron la ciudad por negocios (Anexo 2).

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

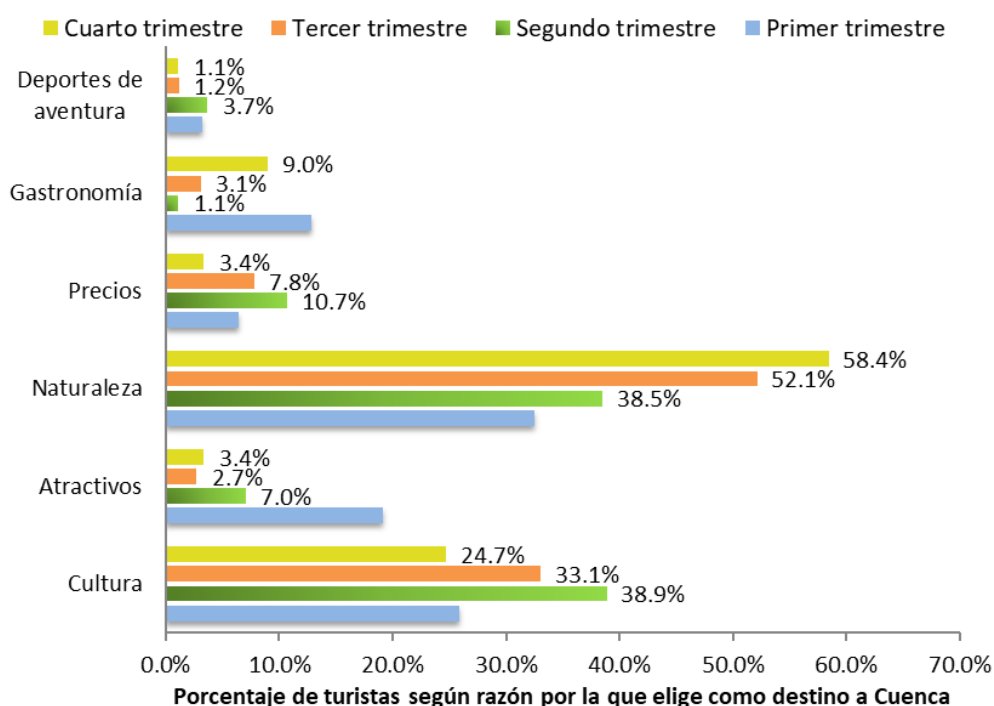


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el cuarto trimestre del año 2019, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales y culturales (58.4% y 24.7% respectivamente). El porcentaje de visitantes que manifestaron venir a la ciudad atraídos de sus atractivos turísticos (3.4%) es menor al dato obtenido en el cuarto trimestre 2018 (16.5%). El porcentaje de turistas extranjeros que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por deportes de aventura es pequeño (1.1%). Se observa, además, que la incidencia de visitantes que arriban a la ciudad atraídos por el precio de los bienes y servicios es de 3.4%. En relación con lo observado en el cuarto trimestre del 2019, se concluye en este epígrafe que, las razones por las que los visitantes extranjeros eligen la ciudad como destino turístico continúa siendo la naturaleza, y esta razón ha ido tomando un mayor peso a la hora de elegir el destino en declive de los atractivos turísticos (Ilustración 10).

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 (51.72%), mientras que existe una tasa de retorno del 48.28%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cinco presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura. Este es un resultado robusto con respecto a los hallazgos de trimestres anteriores.

3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

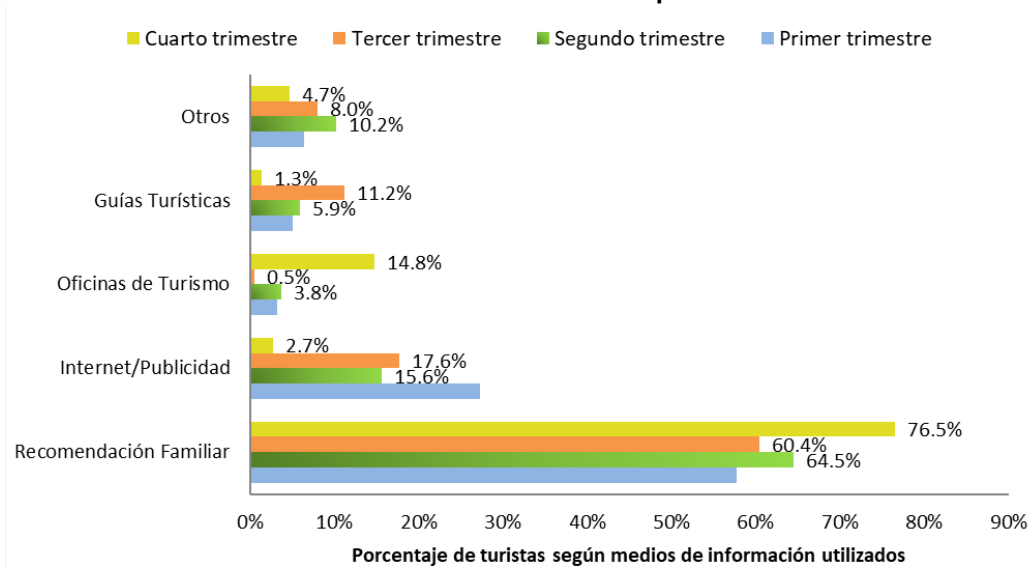
Al evaluar los medios utilizados para informarse acerca de la ciudad, el turista extranjero la continúa recibiendo a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente en ella (76.5%).

Solamente un 2.7% utilizan medios como Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad, mientras que la incidencia de uso de oficinas de turismo y páginas oficiales sigue siendo muy baja. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información representan el 4.7%, de los cuales, la mayoría manifiesta informarse sobre la ciudad en su lugar de trabajo. Los resultados muestran que en el cuarto trimestre 2019 los turistas extranjeros basaron su información en recomendaciones familiares en lugar del uso de internet y publicidad frente a lo que se obtuvo en el cuarto trimestre del año 2018 (64% y 21.2% respectivamente) (Ilustración 11).

En la Ilustración 12 se muestra que de aquellos turistas que utilizaron la Internet para informarse sobre la ciudad, la mayor parte se apoyó en guías de viaje como Lonely planet (60%) que desplaza al uso de buscadores como Google, el cual fue el más utilizado en el cuarto trimestre del año 2018 (34.7%). El uso de plataformas como Tripadvisor y Redes sociales en el

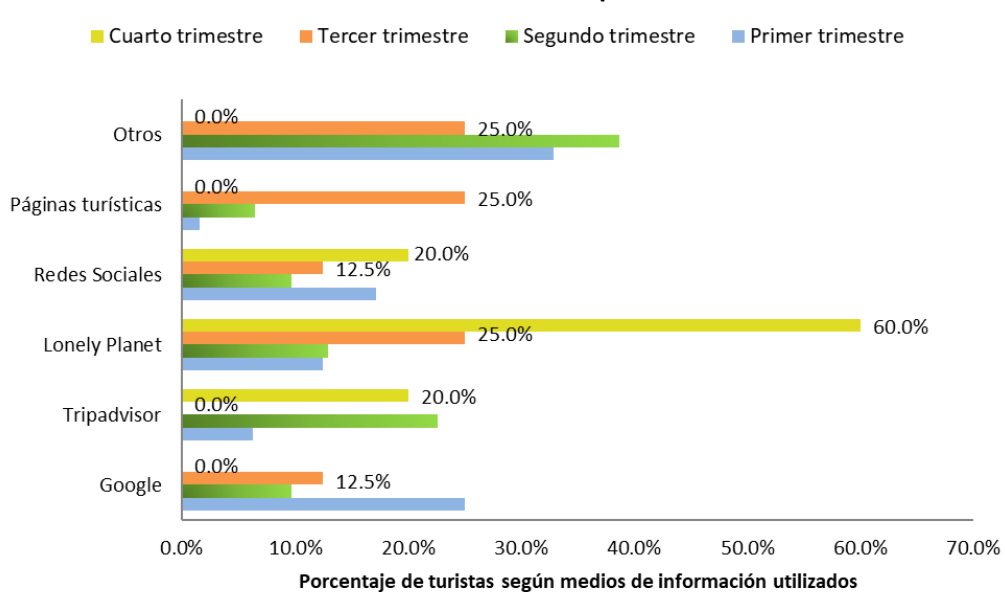
trimestre actual es del (20% en cada caso). Hay que tomar en cuenta que los turistas que utilizaron herramientas como Google y Páginas turísticas no representan ningún porcentaje.

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

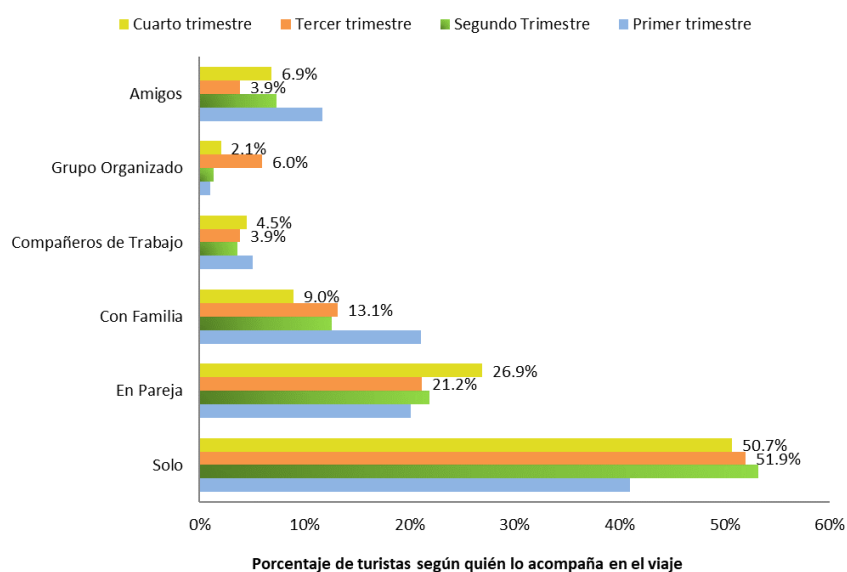
3.1.3 Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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, 50.7%, continúan viniendo solos, 26.9% arriban con sus parejas y un 9% vienen acompañados de sus familias. Aquellos que vienen con compañeros de trabajo es 4.5%, en grupo organizado es 2.1%. A nivel comparativo, la proporción que actualmente visitan acompañado de sus familiares, disminuyó con respecto a porcentaje reportado en el igual periodo del año 2018 (17.3%). También se observa que el porcentaje de turistas que vino

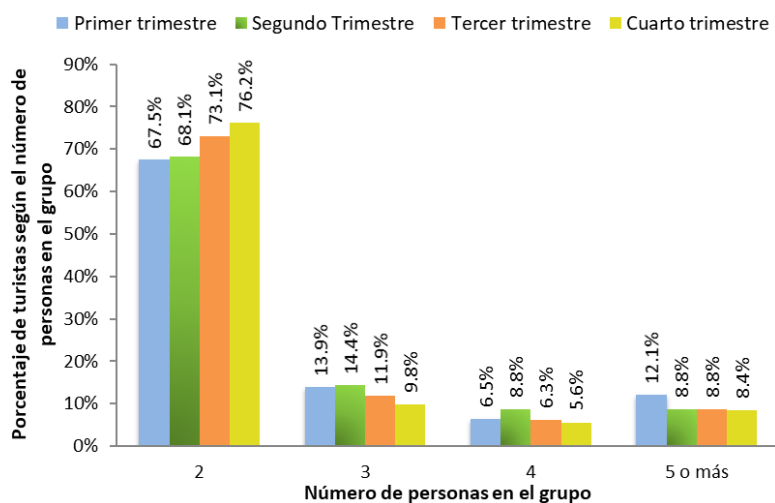
acompañado por sus amigos disminuyó de 13.6% en el año 2018 a 6.9% en el trimestre analizado (Ilustración 13).

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



Porcentaje de turistas según quién lo acompaña en el viaje
 Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo (Para personas que no vinieron solas)



Porcentaje de turistas según el número de personas en el grupo
 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 con sus parejas (76.2%). Este dato es alrededor de 10 puntos porcentuales más al observado durante el mismo periodo en el año 2018 (66.2%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos representan el 9.8% y el 5.6% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor continúan siendo escasos.

Al relacionar las variables “razón principal de la visita” y “compañía de viaje” los resultados sugieren que el turista recreacional viaja solo (37.9%), con su pareja (40%) o con su familia (9%). Aquellos que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen mayormente solos (56.8%), en

familia (15.9%) o en pareja (27.3%). La gran mayoría de turistas que visitan la ciudad por negocios viajan solos (71.6%) o con compañeros de trabajo (10.8%), tal como se muestra en la Tabla 2.

Esto a su vez indica que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solitario o en pareja² a diferencia del cuarto trimestre del año 2018 donde se obtuvo que los turistas que visitan la ciudad por motivos recreacionales, de esparcimiento o vacaciones decidieron viajar también en familia (17.8%) y amigos (20.1%).

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Trimestre 2019	¿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	28.5%	0.5%	23.8%	28.5%	17.8%	0.9%	100.0%
		2	40.4%	7.2%	13.3%	28.3%	10.8%	0.0%	100.0%
		3	42.9%	7.6%	11.8%	31.8%	5.3%	0.6%	100.0%
		4	37.9%	2.1%	9.0%	40.0%	10.3%	0.7%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	49.4%	1.1%	28.1%	15.7%	4.5%	1.1%	100.0%
		2	55.8%	7.8%	15.6%	19.5%	1.3%	0.0%	100.0%
		3	59.2%	1.3%	22.4%	14.5%	2.6%	0.0%	100.0%
		4	56.8%	0.0%	15.9%	27.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	1	65.3%	2.7%	5.3%	1.3%	2.7%	22.7%	100.0%
		2	68.5%	3.7%	1.9%	3.7%	1.9%	20.4%	100.0%
		3	63.4%	5.6%	9.9%	5.6%	0.0%	15.5%	100.0%
		4	71.6%	2.7%	5.4%	8.1%	1.4%	10.8%	100.0%
Total		1	41.0%	1.0%	21.1%	20.1%	11.7%	5.1%	100.0%
		2	50.0%	7.2%	11.9%	20.6%	6.9%	3.4%	100.0%
		3	51.9%	6.0%	13.1%	21.2%	3.9%	3.9%	100.0%
		4	50.7%	2.1%	9.0%	26.9%	6.9%	4.5%	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 (95.9%). Este resultado es congruente a igual periodo del año 2019 (96.4%).

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

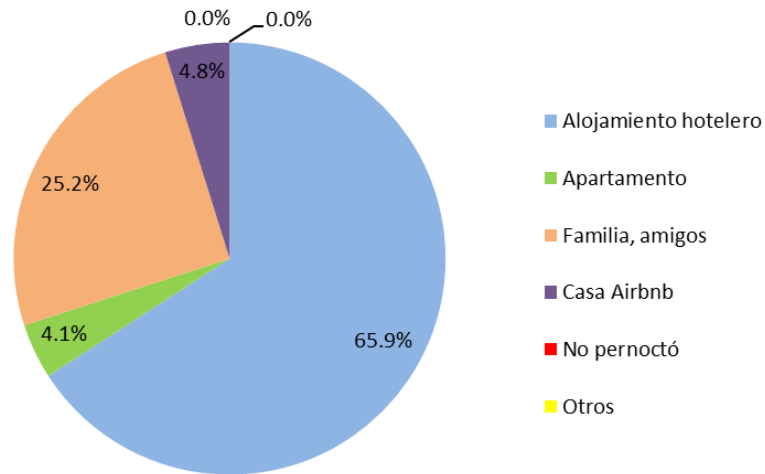
3.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el trimestre actual continúa siendo el establecimiento hotelero con un 65.9% de las preferencias, proporción que es mayor a la registrada en el cuarto trimestre del año 2018 (58.7%). El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es del 25.2% del total. Un apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 4.1%, y el servicio Airbnb lo fue para el 4.8%. Estos porcentajes no presentan variaciones significativas con respecto a lo encontrado en el mismo periodo del año 2018. En este trimestre no

² En el anexo 4 se presenta el resto de información del motivo principal vs compañía de viaje.

hubo turistas que no pernoctan en la ciudad³. El número de visitantes que dice elegir otro tipo de alojamiento no es significativo (Ilustración 15).

Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 3⁴ revela que, de todos los turistas recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (76.6%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos tan diferentes como negocios (73%), participar de congresos o conferencias (100%). Se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, donde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa de un familiar o donde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (75%). Quienes arriban por estudios o investigación eligen el hospedarse con familiares en un porcentaje de 33.3% y un 44.4% de este grupo eligió establecimiento hotelero. Los resultados son congruentes a los valores registrados en el mismo periodo del año 2018.

³ Los turistas que indican no pernoctar en la ciudad corresponden al porcentaje que se hospedó en cantones cercanos pero que realizaron actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

⁴ En el anexo 5 se pone a consideración el restante de información acerca del motivo principal vs tipo de alojamiento.

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

Turista Extranjero		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?				TOTAL
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	73.8%	4.2%	14.0%	6.1%	100.0%
		2	83.7%	1.2%	9.6%	4.8%	100.0%
		3	77.6%	1.8%	11.2%	8.8%	100.0%
		4	76.6%	3.4%	13.8%	6.2%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	15.7%	2.2%	75.3%	1.1%	100.0%
		2	24.7%	1.3%	70.1%	3.9%	100.0%
		3	15.8%	6.6%	73.7%	3.9%	100.0%
		4	15.9%	6.8%	75.0%	2.3%	100.0%
	Negocios, actividades	1	69.3%	10.7%	16.0%	1.3%	100.0%
		2	79.6%	3.7%	14.8%	0.0%	100.0%
		3	70.4%	7.0%	22.5%	0.0%	100.0%
		4	73.0%	4.1%	21.6%	1.4%	100.0%
Total		1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
		2	89.1%	0.0%	6.3%	3.1%	100.0%
		3	60.9%	4.2%	28.4%	5.7%	100.0%
		4	65.9%	4.1%	25.2%	4.8%	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 por 30 días. En el cuarto trimestre del año 2019, la estancia promedio fue de 6.30 días, 1.03 días menos que la estancia promedio del turista extranjero que vino en el mismo trimestre del año 2018. No obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos anómalos⁵, 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 con menor tiempo de permanencia en la ciudad, mantienen una estancia de 2 días o menos, mientras que la mediana indica que el 50% de turistas permanecen en la ciudad 3 días o menos. Solamente un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 6 días. Finalmente la respuesta más común entre todos los turistas extranjeros fue que permanecían 3 días en la ciudad.

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

	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Media	6.93	5.93	6.20	6.30
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	4.00	3.00	3.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	7.00	5.00	7.00	6.00
Moda	2.00	2.00	2.00	3.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

⁵ Los datos anómalos son observaciones que se desvían del comportamiento general del conjunto de datos, hacia cualquier dirección. En este caso, las observaciones que afectan a la variable son los datos de estadía más alta.

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. En concordancia, se realizó una desagregación del tiempo de la estancia por motivo de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo y aquel que visita la ciudad por negocios o trabajo permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Aquel que visita a familiares o amigos reporta una estancia mediana de 6 días. Los turistas que llegan a la ciudad con el fin de participar en congresos o conferencias lo hacen en estancias cortas de 3 días. Los demás visitantes presentan estancias más largas, pero corresponden a grupos poco o nada significativos. Los patrones de la estancia de los grupos más representativos son consistentes a lo registrado en el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2019 y el cuarto trimestre 2018.

Tabla 5: 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	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	8.0	5.5	7.0	6.0
	Negocios, actividades	3.0	3.0	3.0	3.0
	Congresos, conferencias	2.0	3.0	3.0	3.0
	Estudios, investigación	14.0	30.0	18.5	21.0
	Tratamiento de salud	11.0	3.0	5.0	4.0
	Motivos religiosos	3.0	N/D	5.0	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	3.0	N/D	N/D
	Otros	30.0	7.0	1.0	30.0

Nota: N/D significa no disponible

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo con el tipo de alojamiento utilizado, en la Tabla 6, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales poseen estancias cortas de 3 días, al igual que en el cuarto trimestre del año 2018. De hecho, un 63.3% de los turistas extranjeros que utilizaron este tipo de alojamiento, pasaron hasta 3 días en la ciudad (Anexo 6).

La duración de la estancia de quienes se alojaron en un apartamento, fue de 20 días; este es un tiempo que, aunque alto, es mayor al encontrado en el año 2018 (17.5 días). Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de 5 días, dos días menos que en el mismo periodo del año 2018; finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (normalmente por Airbnb) presentan estancias de hasta 3 días, 4.5 días menos que los observados en el mismo trimestre del 2018.

Esto sugiere una clara relación entre el tiempo de estancia y el tipo de hospedaje seleccionado.

Tabla 6: 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	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3.0	3.8	3.0	3.0
	APARTAMENTO	10.0	8.2	5.0	20.0
	FAMILIA, AMIGOS	7.0	10.9	7.0	5.0
	CASA AIR BNB	7.0	9.9	7.0	3.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D	1.0	N/D	N/D
	OTROS	12.0	4.5	13.0	N/D

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 visitaron la ciudad de Cuenca erogaron durante el último trimestre del año 2019 una media de \$404.66 por grupo⁶ durante toda su estancia; este valor es menor al registrado en el mismo trimestre del año 2018 (\$470.29). Al dividir el gasto total del grupo durante su estancia para el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; el valor obtenido para el periodo analizado del año 2019 fue de \$350.26, valor que es mayor al registrado en el mismo periodo del año 2018 (\$295.98). Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en el cuarto trimestre del año 2019⁷ fue de \$83.21, valor que es mayor al gasto diario personal observado en el año 2018 (\$60.25).

La

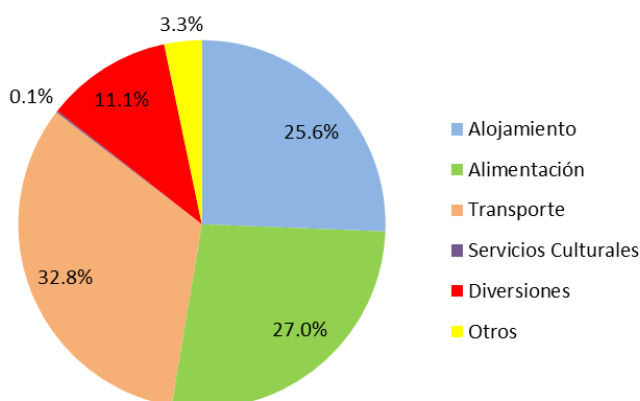
Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico para el cuarto trimestre del año 2019. Del total de gastos realizados por los turistas extranjeros, un 35% corresponde a transporte, relativamente similar a lo registrado en el mismo parcial del año 2018 (32.8%). El 27% del gasto se erogó en alimentación, similar al 25.8% obtenido en el año 2018. Un 25.6% se utilizó en alojamiento, proporción que es mayor al 16.1% del año anterior. Por último, los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 11.1% y 0.1% del total, respectivamente.

En resumen, ahora el turista extranjero distribuye una mayor proporción del gasto total al rubro de alojamiento respecto al mismo periodo del año 2018.

⁶ Los gastos totales por grupo se calculan como la suma de los diversos tipos de gasto en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo 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, y a modo de ilustración, se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud presente niveles de gasto muy diferentes, a aquellos que vienen por motivos recreativos.

Se ha calculado, además del promedio, la mediana del gasto del turista extranjero, debido a su carácter más representativo del conglomerado de estudio. En este sentido, con respecto a los viajeros con estadías de hasta 30 días, tal como aprecia en la Tabla 7, la mediana del gasto va de la mano 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 por congresos y conferencias. El alto gasto reportado se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$185.99) y alojamiento (\$96.13); no obstante, es importante considerar que la incidencia de estos grupos con respecto al total no es representativa. Otro grupo con gastos elevados durante la estancia está conformado por quienes vinieron a la ciudad por negocios o actividades profesionales, al igual que en el caso anterior este elevado gasto se debe especialmente al pago en alojamiento (\$98.39). Otro grupo con altos niveles de gasto se encuentra conformado por turistas que visitan la ciudad por estudios o investigación, lo cual responde principalmente a los gastos por alimentación y alojamiento.

Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros

Turista Extranjero		Cuarto Trimestre	MEDIANA DEL GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	Otros	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2018	\$18.48	\$22.61	\$27.58	\$0.81	\$6.02	\$11.99	\$87.50
		2019	\$23.17	\$19.43	\$22.49	\$2.40	\$40.70	\$31.81	\$140.00
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$17.12	\$65.99	\$84.53	\$3.41	\$13.74	\$46.88	\$231.67
		2019	\$56.34	\$39.63	\$33.24	\$12.13	\$33.68	\$62.47	\$237.50
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$44.27	\$38.08	\$67.98	\$0.00	\$2.56	\$7.10	\$160.00
		2019	\$98.39	\$55.31	\$79.81	\$0.00	\$26.00	\$40.50	\$300.00
	Congresos, conferencias	2018	\$62.34	\$23.59	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$67.40	\$153.33
		2019	\$96.13	\$56.23	\$185.99	\$24.33	\$48.66	\$48.66	\$460.00
	Estudios, investigación	2018	\$37.94	\$52.16	\$30.35	\$1.26	\$15.17	\$53.11	\$190.00
		2019	\$119.11	\$91.71	\$32.52	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$243.33
	Tratamiento de salud	2018	\$33.21	\$13.29	\$98.75	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$145.25
		2019	\$75.14	\$22.54	\$126.99	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$224.67
	Motivos religiosos	2018	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	2018	\$0.00	\$20.00	\$175.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$195.00
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	2018	\$48.64	\$98.83	\$156.40	\$4.12	\$21.25	\$110.77	\$440.00
		2019	\$200.00	\$150.00	\$60.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$410.00
Total		2018	\$24.31	\$39.25	\$53.66	\$1.45	\$7.91	\$24.52	\$151.09
		2019	\$53.93	\$35.33	\$48.66	\$4.31	\$35.17	\$38.46	\$215.87

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vinieron por recreación erogaron durante su estancia un monto inferior al valor del gasto mediano por persona que representa toda la muestra (\$140 contra \$215.87). Este grupo de turistas presenta también un gasto en diversión (\$40.70) ligeramente mayor al global general (\$35.17); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo, los turistas que visitan la ciudad por congresos y conferencias, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$48.66).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por concepto de estudios e investigación, o por congresos o conferencias. En general, el gasto en alojamiento realizado en el cuarto trimestre 2019 presenta una mediana por persona de \$53.93, mayor a los \$24.31 registrados en el 2018. Mientras que el gasto mediano por persona en alimentación disminuye de \$39.25 en 2018 a \$35.33 en 2019. Es importante notar que el rubro de diversión ha incrementado de \$7.91 a \$35.17 que se debe especialmente a los gastos realizados por turistas que vienen por motivos de estudios o investigaciones cortas y quienes vienen a visitar a sus familiares o amigos. El gasto en alojamiento es el más alto de todos.

El gasto diario por persona durante la estancia ha incrementado de \$151.09 reportado en el cuarto trimestre del 2018 a \$215.87 en el mismo trimestre del año 2019, lo que en general se debe a mayores gastos en alojamientos, diversiones y otros.

**Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo
Turista Extranjero**

Turista Extranjero		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2019	Tercer trimestre 2019	Cuarto trimestre 2018	Cuarto trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$36.67	\$35.00	\$34.25	\$29.17	\$46.67
	Visita a familiares o amigos	\$33.13	\$49.09	\$35.71	\$33.10	\$39.58
	Negocios, actividades profesionales	\$40.00	\$34.33	\$80.83	\$53.33	\$100.00
	Congresos, conferencias	\$38.50	\$139.17	\$133.33	\$51.11	\$153.33
	Estudios, investigación	\$11.43	\$5.00	\$27.92	\$54.29	\$11.59
	Tratamiento de salud	\$29.32	\$320.00	\$66.00	\$72.63	\$56.17
	Motivos religiosos	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	\$0.00	N/D	\$97.50	N/D
	Otros	\$8.33	\$17.36	\$20.00	\$51.76	\$13.67
	GLOBAL	\$35.98	\$41.11	\$45.60	\$36.08	\$64.41

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Como se aprecia en la Tabla 8, muestra la mediana del gasto diario realizado por el turista, en función de la razón de su visita. En general, el gasto diario realizado por los turistas extranjeros incrementó en \$18.81, frente a lo registrado durante el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2019, y en particular, de aquellos grupos más representativos, el mayor aumento se observa en los turistas extranjeros que visitan la ciudad por negocios o actividades profesionales y de quienes vienen por motivos recreacionales. Respecto al mismo trimestre del año 2018 se observa un incremento de un 78.51% que se debe especialmente por un mayor gasto de visitantes por motivos recreacionales y motivos de negocio o actividades profesionales.

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 año 2019 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 las erogaciones por alojamiento, transporte y alimentos son justos, en una proporción de 92.9%, 94.1% y 91.7% respectivamente, resultados muy similares a los observados en julio-

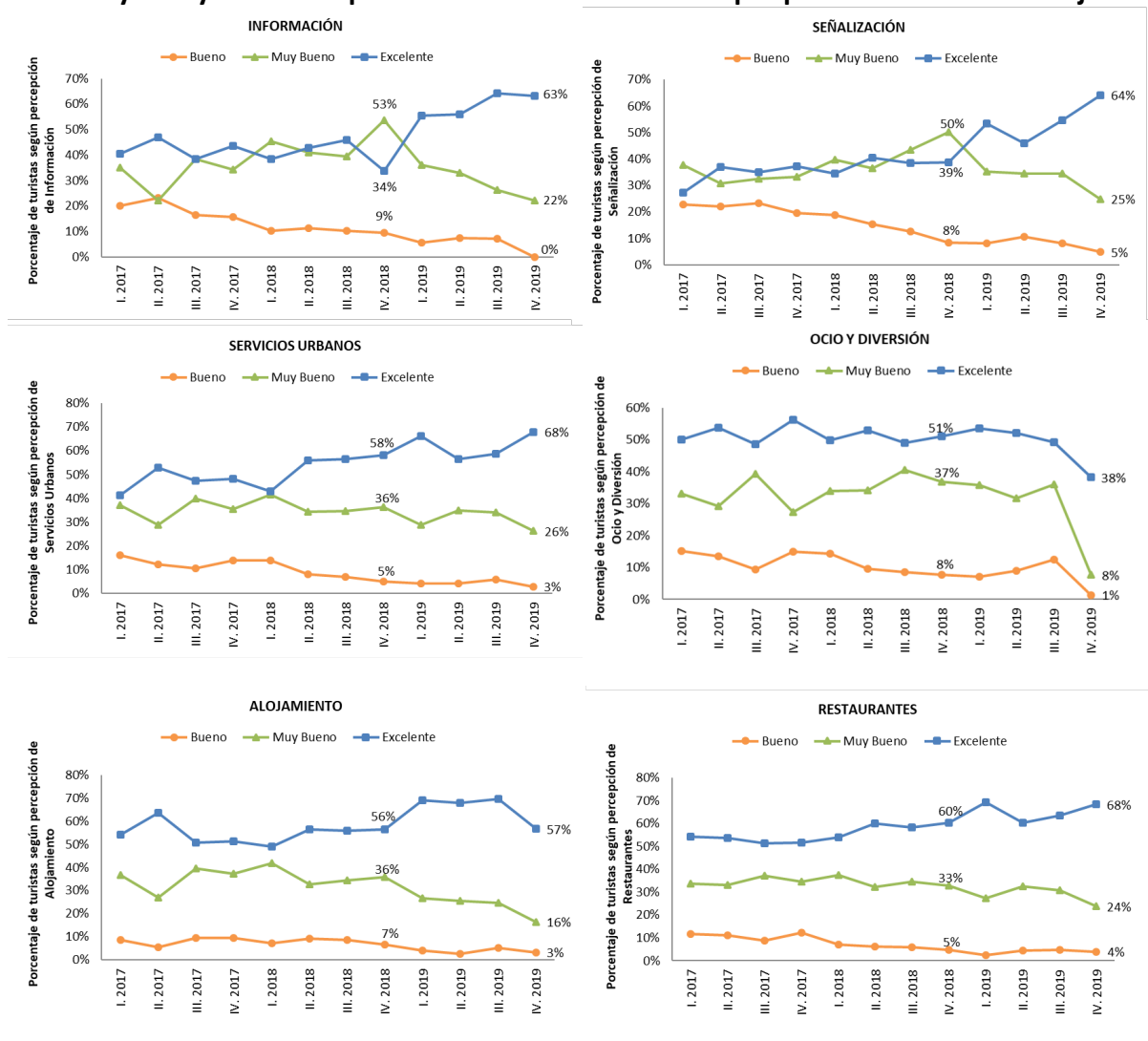
septiembre 2019 (93.8%, 93.1% y 93.5% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

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 octubre-diciembre del 2019.

Se aprecia una mejoría en la percepción de muy bueno a excelente en los servicios de información, señalización, servicios urbanos y restaurantes en relación con lo reportado en el cuarto trimestre del año 2018. Esto se puede apreciar en la Ilustración 17⁸. La percepción de los servicios restantes es similar en ambos periodos analizados a excepción de la percepción de ocio y diversión, en el cual, se reporta una desmejora en la percepción de los servicios.

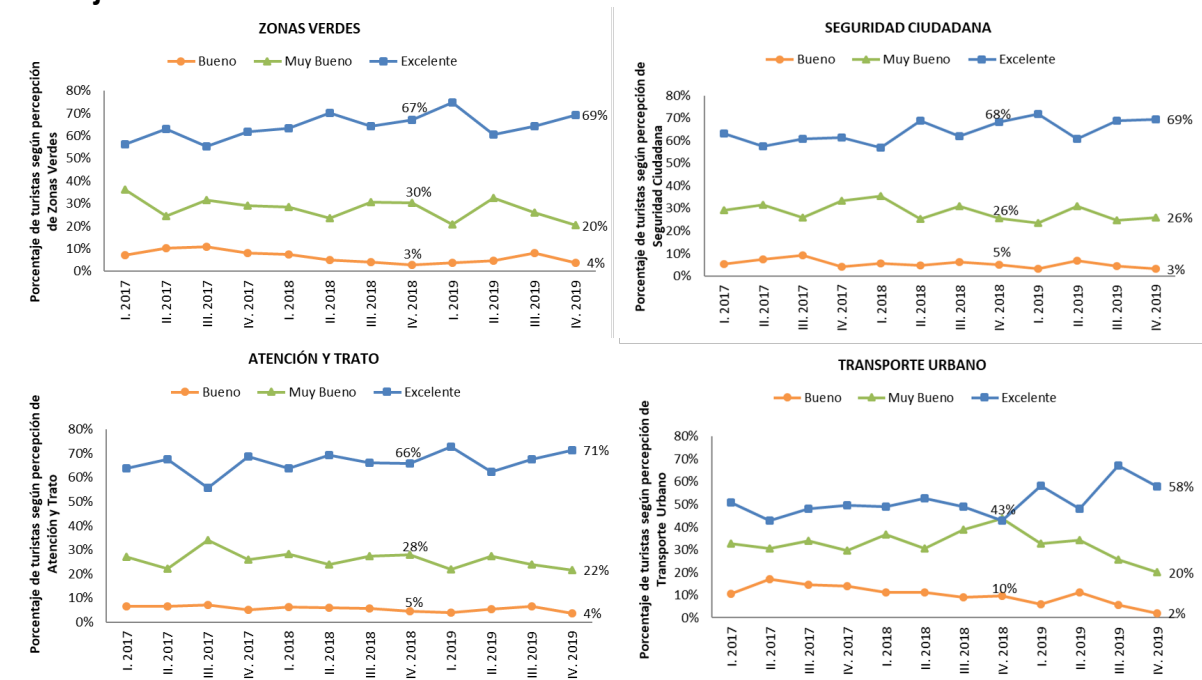
Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



⁸ Se debe señalar que las ilustraciones de percepción de servicios se presentan las proporciones de turistas que califican a los servicios, sin tomar en cuenta la proporción de turistas que no aplican para contestar la pregunta, esto se realizó con el fin de hacer comparable los resultados de los distintos relevamientos 2017, 2018 y 2019.

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 cuarto trimestre del año 2018, se evidencia una mejora perceptiva de muy bueno a excelente en los servicios de atención y trato y transporte urbano, en los servicios restantes la percepción se mantiene similar al periodo en comparación (Ilustración 18).

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



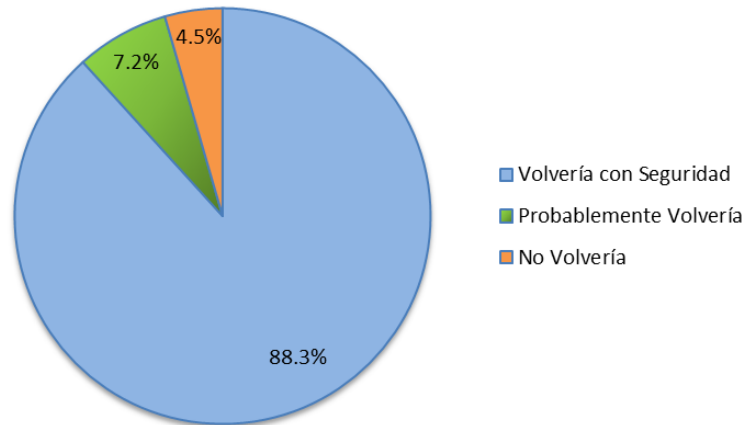
3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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 consta en la Ilustración 19 e Ilustración 20, se revela que el 88.3% de los turistas extranjeros volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 7.2% probablemente regresaría y un 4.5% anunció que probablemente o seguramente no volvería.

De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 86.6% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 13.1% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son de apenas el 0.3%.

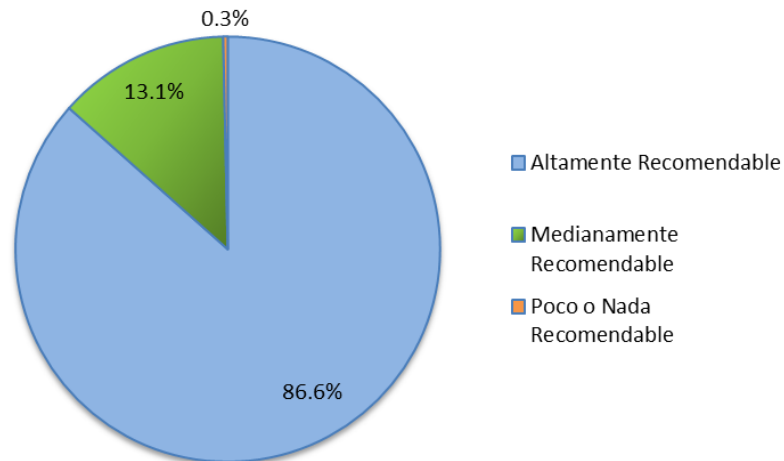
Los resultados muestran un descenso en el indicador de recomendabilidad con respecto a lo obtenido en igual trimestre del año 2018, ya que hubo una disminución de 3.7 puntos porcentuales en la recomendación a la ciudad de Cuenca como destino turístico.

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca

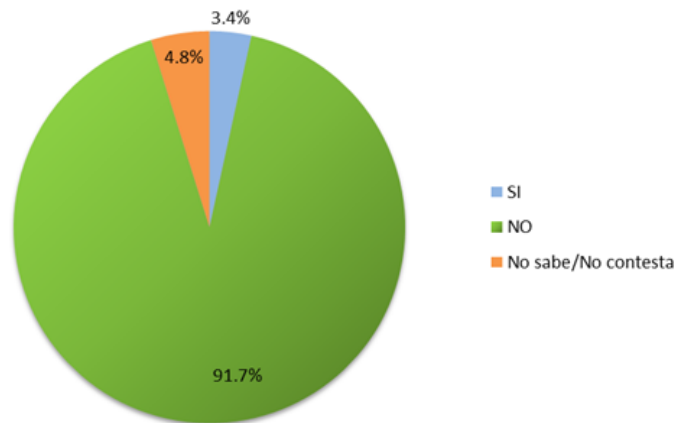


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 89% de los turistas internacionales ya poseían información acerca de la ciudad, antes de su visita. Solo una minoría (11%), la escogió como destino turístico en su ruta después de arribar al país. Un 15% de los turistas extranjeros ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que la mayoría dijo no conocer nada sobre los atractivos de la ciudad. Finalmente, solo un 3.4% de turistas extranjeros estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable.

Ilustración 21: Turista Extranjero que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable

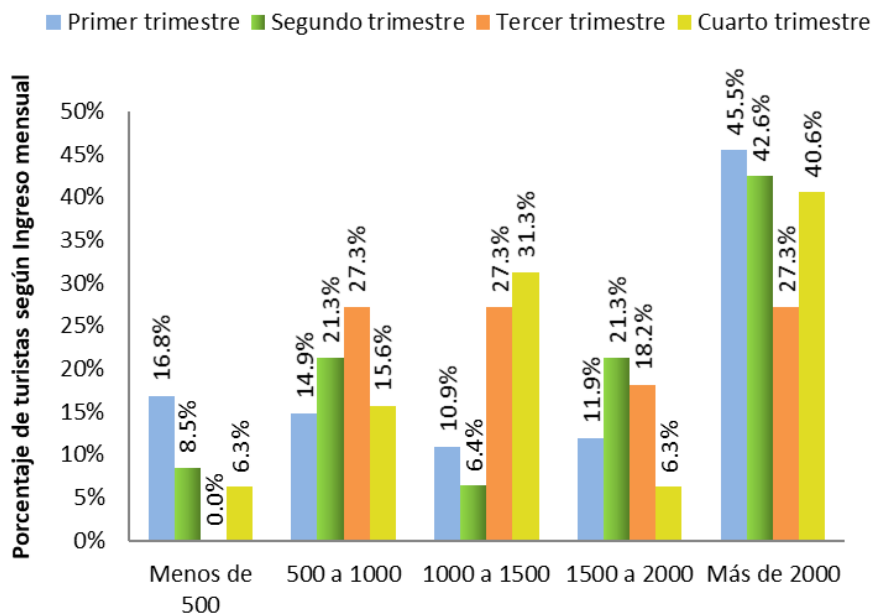


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.6. Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

Según la Ilustración 22, la mayor proporción de turistas extranjeros presenta ingresos mensuales de más de 2,000 dólares (40.6%), que es menor al reportado en el cuarto trimestre 2018 (56.5%). Un 6.3% percibe ingresos de 1500 a 2000 dólares, 31.3% entre 1000 a 1500 dólares mensual, frente al 14.1% y 7.6% respectivamente registrado en el mismo periodo del año 2018. Esto da una media de ingresos de 1,546.88 dólares al mes, por lo que aquel turista que visitó a la ciudad de Cuenca en el cuarto trimestre del año 2019 tuvo 11.63% menos ingresos en promedio, que aquel que visitó la ciudad en igual periodo del 2018. La mediana es de 1,450 dólares y una moda de 2,229.17 dólares.

Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER.

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 octubre-diciembre 2019, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- a) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 8)
- b) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven solos o con sus padres, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos. (Ver anexo 8)

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 cuarto trimestre del año 2019

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 paisajes naturales y cultura de la ciudad de Cuenca, viajan solos, en pareja o en familia y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$140, es decir, un gasto diario por persona de \$46.67.
- 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 6 días, con un costo de estancia por persona de \$237.50, es decir, un gasto diario por persona de \$39.58.
- 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 \$300, es decir, un gasto diario por persona de \$100.

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 del mes de noviembre en el que se conmemora la Independencia de la ciudad de Cuenca, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana del 31 de octubre al 6 de noviembre del año 2019, dando los siguientes resultados:

3.2.1 Características sociodemográficas:

Al igual que los resultados previamente reportados en el apartado anterior, 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 30 a 44 años (34.4% de los turistas entrevistados), continúan siendo solteros o casados. Donde los resultados señalan una muestra de 53.4%-46.6% de entrevistados hombres frente a mujeres (ver Ilustración 23). Aún la mayor proporción de visitantes provienen de Estados Unidos (23.8%), en similar proporción que en el periodo normal (21.6%).

En la época de feriado, la educación del turista es similar al nivel educativo de visitantes extranjeros en una semana normal, pues un 92.2% tienen educación superior o de postgrado, que laboran como profesionales independientes (70.3%), desempeñándose en el sector de servicios (35.2%) o comercio (12.1%). 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. Pero cabe resaltar que hay un incremento de turistas que son casados y viven con sus hijos (42.31% en una semana de feriado y 35.99% en una semana normal) (ver Ilustración 23).

Ilustración 23: Comparación características sociodemográficas del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



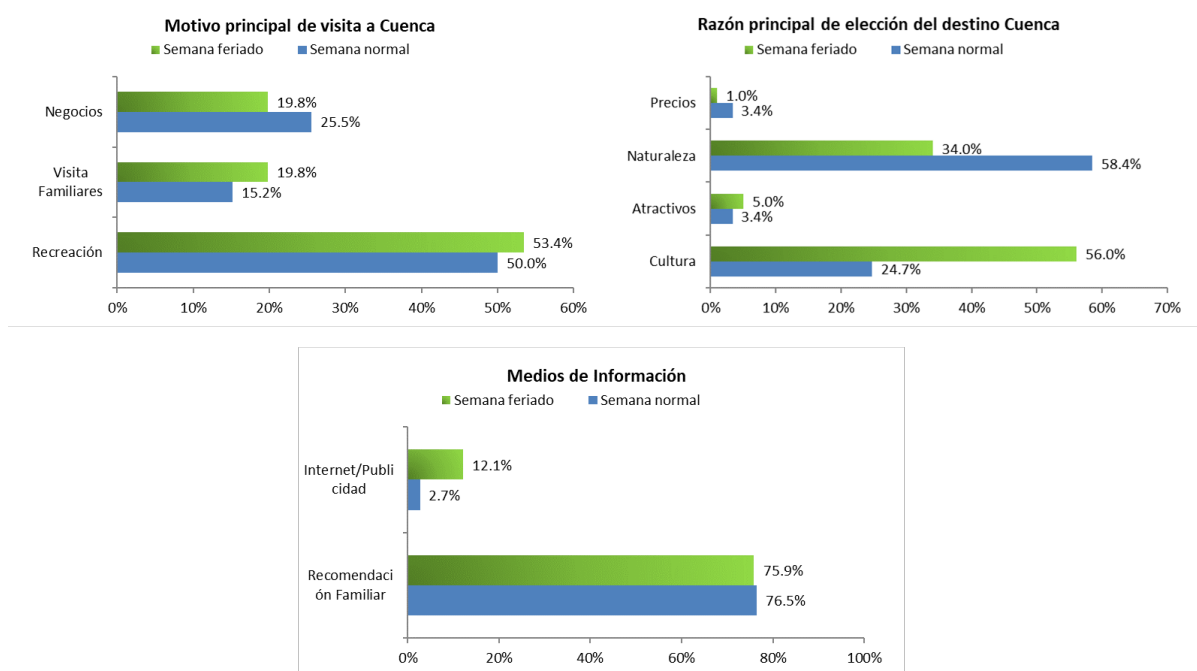
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.2 Motivación del turista:

En el periodo de feriado, el visitante extranjero revela que su principal razón para venir a Cuenca continúa siendo la recreación (53.4%), aquellos que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares o amigos continúa siendo importante (19.8%).

La razón principal de elección del destino Cuenca de aquellos visitantes por motivo puramente recreacional, eligen a la ciudad principalmente por su cultura (56%), a diferencia de aquel turista que visita la ciudad en una semana normal, en donde su elección se debe a los atractivos naturales de Cuenca. Siendo al igual que en los resultados presentados previamente, la recomendación familiar o de amigos (75.9%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento en la ciudad, al igual que en una semana normal (76.5%); también existe un grupo importante que hace uso de internet y publicidad para informarse sobre Cuenca (12.1%).

Ilustración 24: Comparación motivación del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

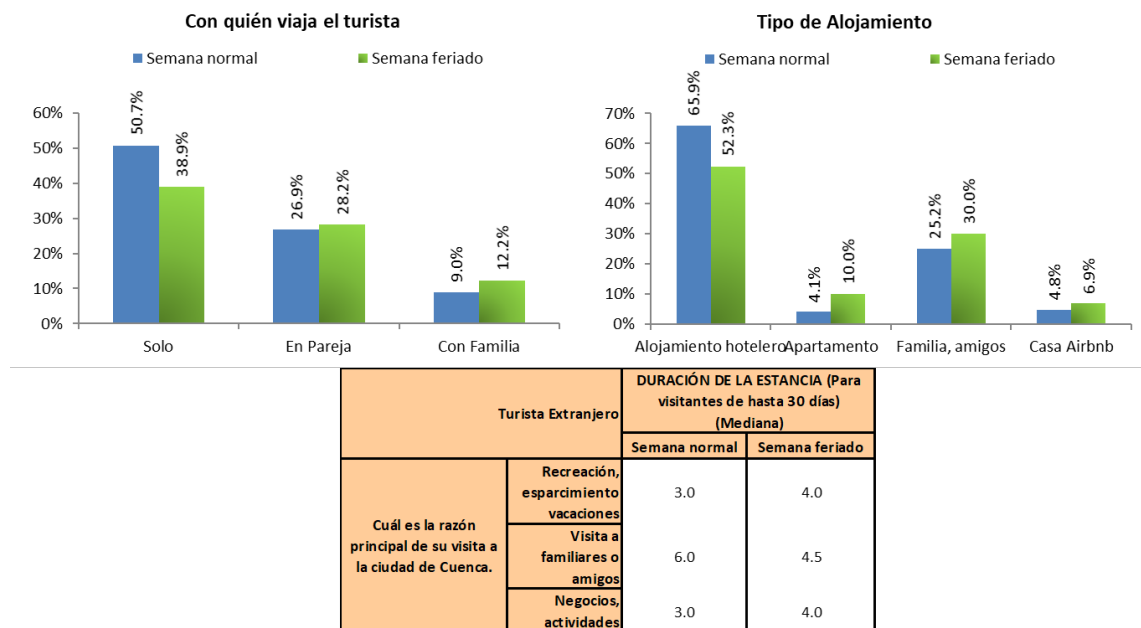
Elaborado por GIER

3.2.3 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 (38.9%), pero en una menor proporción que la registrada en una semana normal (50.7%). Respecto a las elecciones de tipo de alojamiento, continúan prefiriendo alojamiento hotelero (52.3%), pero en una semana de feriado eligen también alojarse con familiares o amigos (30%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos y por motivos de negocios presentan estancias medianas de un día más (4 días) respecto al hallazgo en una semana normal (3 días), quienes vienen por visitar a familiares o amigos presentan una permanencia de 4.5 días, que es menor en comparación con los resultados reportados en relevamiento de una semana normal (mediana de 6 días).

Ilustración 25: 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

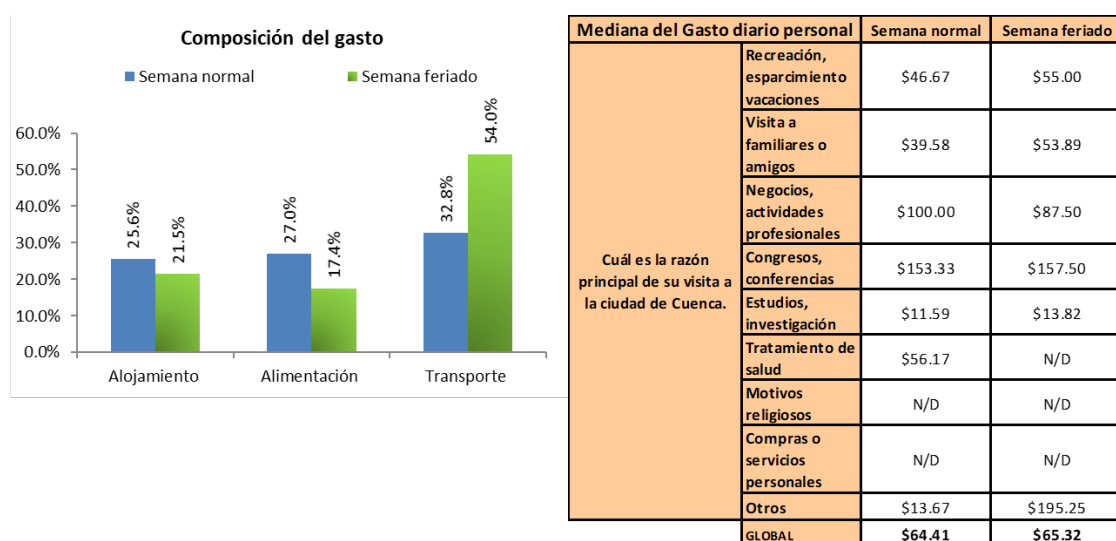


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 presenta ciertas variaciones significativas. Los gastos de transporte representan el 54% de los gastos totales, y la alimentación es el 17.4% de los gastos; frente al 32.8% y 17.4% registrado respectivamente para dichos rubros en una semana normal. Los gastos en alojamiento (21.5% en una semana de feriado) es menor respecto al hallazgo en una semana normal (25.6%). Los resultados del relevamiento en el feriado, reportan que el turista recreativo y el que visita a sus familiares o amigos gastan alrededor de 9 y 14 dólares más respectivamente en relación al gasto mediano diario por turista en una semana normal; pero el turista que viene por negocios o trabajo presenta un gasto mediano diario de \$87.50 que es mucho menor al gasto mediano de un visitante extranjero que viene por el mismo motivo en una semana normal (\$100). Como resultado el gasto mediano diario por persona es relativamente similar con un valor de \$65.32 frente al gasto reportado en relevamiento de una semana normal con valor de \$64.41.

Ilustración 26: 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 todos los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca, al igual que los resultados obtenidos del relevamiento de una semana normal. Se puede destacar en que en la semana de feriado de noviembre del año 2019, la percepción de todos los servicios presenta desmejoras ya que la proporción de turistas que califican estos tipos de servicios como excelente disminuye en comparación con los resultados de una semana normal (ver Tabla 9). El retorno con seguridad de un turista extranjero se mantiene en 87.8%, y la alta recomendabilidad fue de 82.4% que es menor al resultado en una semana normal (86.6%) (ver

Ilustración 27).

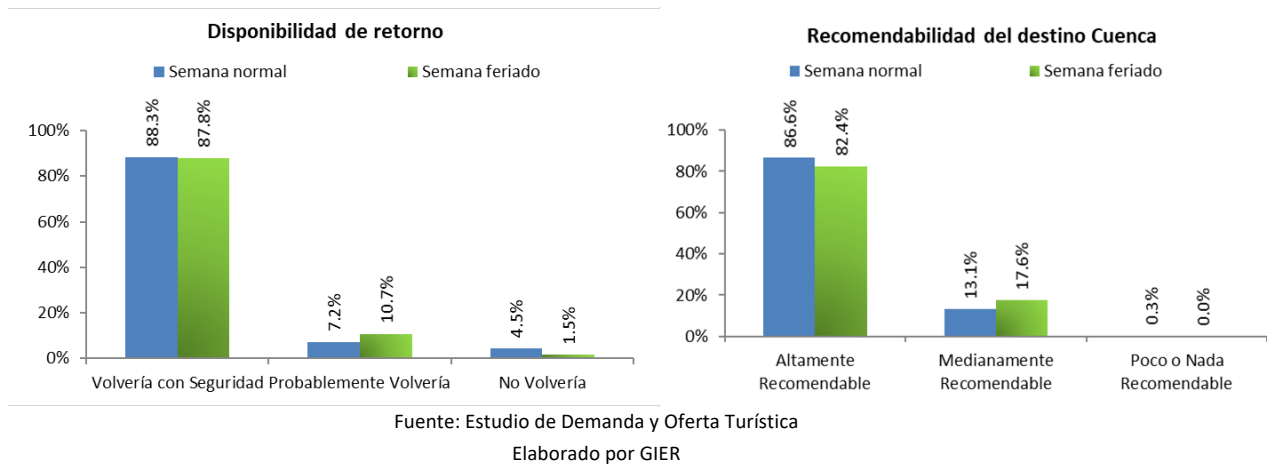
Tabla 9: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero en una semana normal vs semana de feriado

SERVICIOS	Percepción	Semana normal	Semana feriado	SERVICIOS	Percepción	Semana normal	Semana feriado
INFORMACIÓN	Bueno	0%	4%	RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA	Bueno	4%	4%
	Muy Bueno	22%	27%		Muy Bueno	24%	32%
	Excelente	63%	55%		Excelente	68%	62%
SEÑALIZACIÓN	Bueno	5%	8%	ZONAS VERDES	Bueno	4%	4%
	Muy Bueno	25%	24%		Muy Bueno	20%	21%
	Excelente	64%	52%		Excelente	69%	67%
SERVICIOS URBANOS	Bueno	3%	5%	SEGURIDAD CIUDADANA	Bueno	3%	7%
	Muy Bueno	26%	32%		Muy Bueno	26%	23%
	Excelente	68%	62%		Excelente	69%	66%
OCIO Y DIVERSIÓN	Bueno	1%	2%	ATENCIÓN Y TRATO	Bueno	4%	7%
	Muy Bueno	8%	11%		Muy Bueno	22%	23%
	Excelente	38%	31%		Excelente	71%	67%
ALOJAMIENTO	Bueno	3%	0%	TRANSPORTE URBANO	Bueno	2%	4%
	Muy Bueno	16%	15%		Muy Bueno	20%	22%
	Excelente	57%	54%		Excelente	58%	42%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Ilustración 27: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



4. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

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

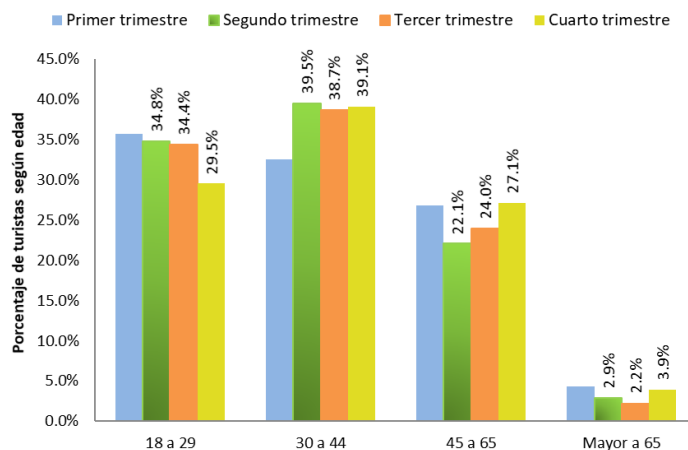
4.1.5. Características Socio Demográficas del Turista Nacional

4.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Ilustración 28, los resultados revelan que la mayoría de los turistas nacionales se encuentran entre los 30 y los 44 años (39.1%). Este resultado es superior en 3.3 puntos porcentuales al registrado en el cuarto trimestre de 2018. A la par, el porcentaje de turistas nacionales entre los 18 y los 29 años se mantiene en 29.5%. Esto lo caracteriza, al igual que con su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. Grupos de turistas mayores de 65 años representan solamente el 3.9%.

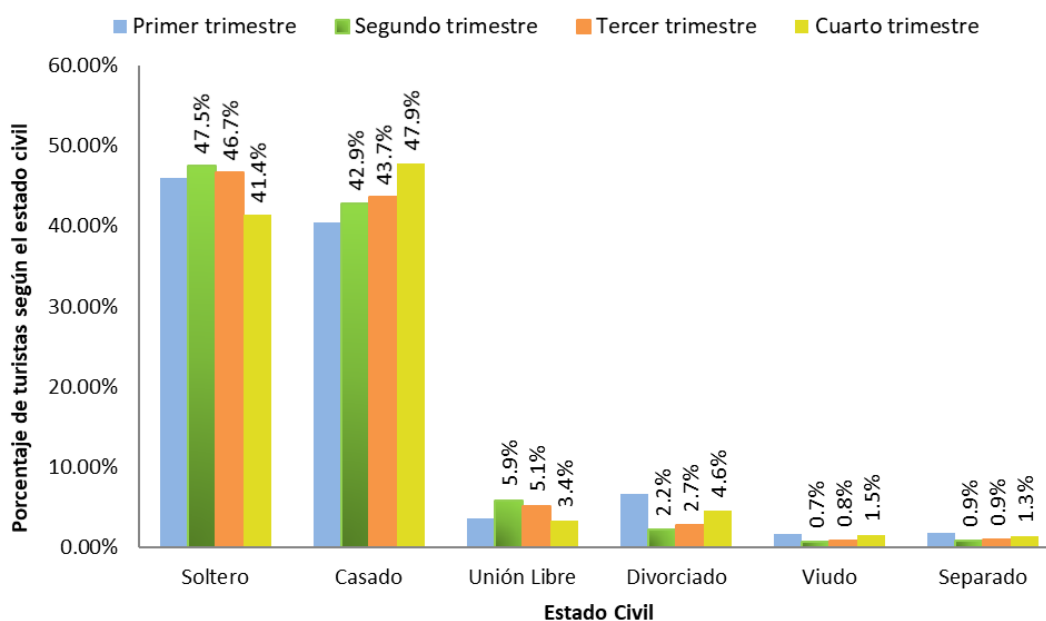
Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que media de la edad de los turistas nacionales se ubica alrededor de los 38.2 años, con una mediana de 36 años y una moda de 36 años.

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



La Ilustración 29 muestra que, en este periodo, hubo una mayor proporción de turistas nacionales casados (47.9%), similar a lo obtenido en el cuarto trimestre del año 2018 (46.2%). Otro grupo representativo es aquel conformado por aquellos turistas solteros (38.3%). Este dato ligeramente superior al 38.3% registrado en el cuarto trimestre del año 2018. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. A nivel trimestral, se observa que los resultados son congruentes entre trimestres, pues no hay variaciones significativas.

Ilustración 29: 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 distribución de 46.2%-53.8% de varones frente a mujeres en este trimestre. Esto frente 52.9% - 47.1% respectivo en igual periodo del año 2018. Finalmente, es importante señalar que el comportamiento de los turistas nacionales es mucho más estable que el de su contraparte extranjera.

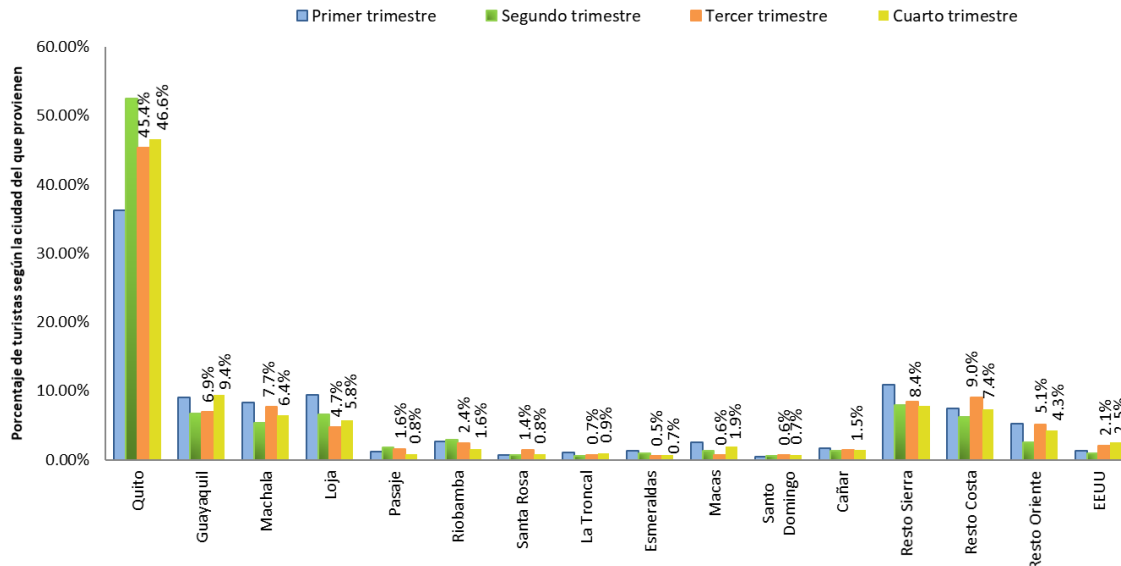
4.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todas las regiones del Ecuador; sin embargo, existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 30, la mayor porción de turistas con un origen común está compuesta por turistas quiteños (46.6%), la cual es mayor a la registrada en el cuarto trimestre del año 2018 (40.5%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (9.4%)⁹, machaleños (6.4%), y turistas lojanos (5.8%).

⁹ Es importante recordar que el estudio se lleva a cabo durante una semana regular, sin incluir por ende días feriados o fiestas y que se contabilizan solamente turistas que vienen por transporte público terrestre o avión, más no en un auto particular.

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resulta significativa a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 8% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de Ambato. Un 7% son turistas de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 4% provienen de la región amazónica principalmente de la provincia de Morona Santiago.

Ilustración 30: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



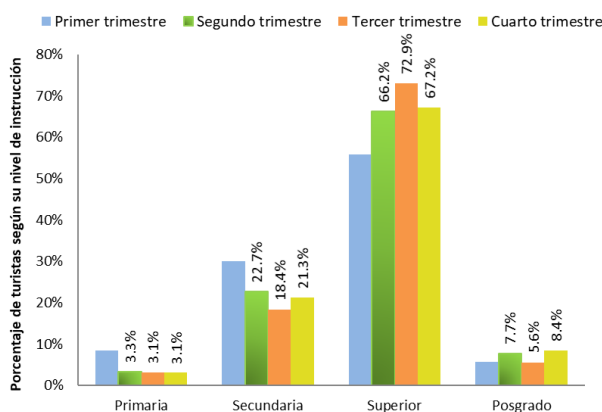
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 como el nivel educativo y la situación laboral ya que pueden guardar relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados revelan que la incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (es decir, con un título de tercer nivel) o postgrado es del 75.6% y con un título de bachiller del 21.3%. Los resultados muestran que los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca en el trimestre actual tienen mayores niveles de educación en comparación con aquellos que vinieron en el tercer trimestre del 2019 y el cuarto trimestre del 2018, donde estos porcentajes estuvieron en el orden de 72.9% y 59.6% respectivamente. Los datos sugieren que el 59.1% de los turistas nacionales son profesionales independientes (Ilustración 32), la incidencia de este tipo de turistas es 16.7 puntos porcentuales mayor a la de aquellos visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en igual periodo del 2018 la cual fue de un 42.4%.

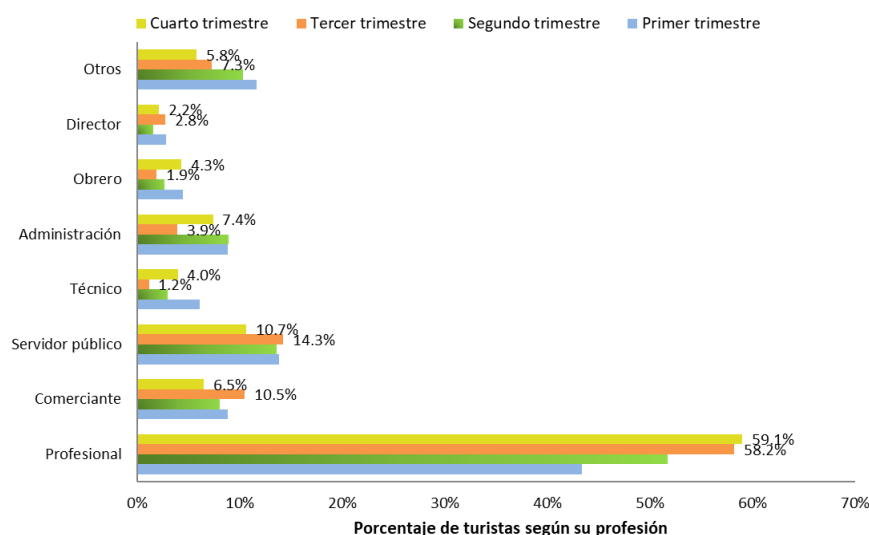
Se evidencia además, que la proporción de turistas que laboran como administradores del 7.4%, es menor que la observada en el cuarto trimestre del año 2018 (11.7%). Existe una ligera disminución de aproximadamente 8.2 puntos porcentuales de quienes laboran como servidores públicos. Igual comportamiento se observa entre los comerciantes y aquellos que laboran técnicos. Entre los que reportan otro tipo de profesión se encuentran 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 31: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 32: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

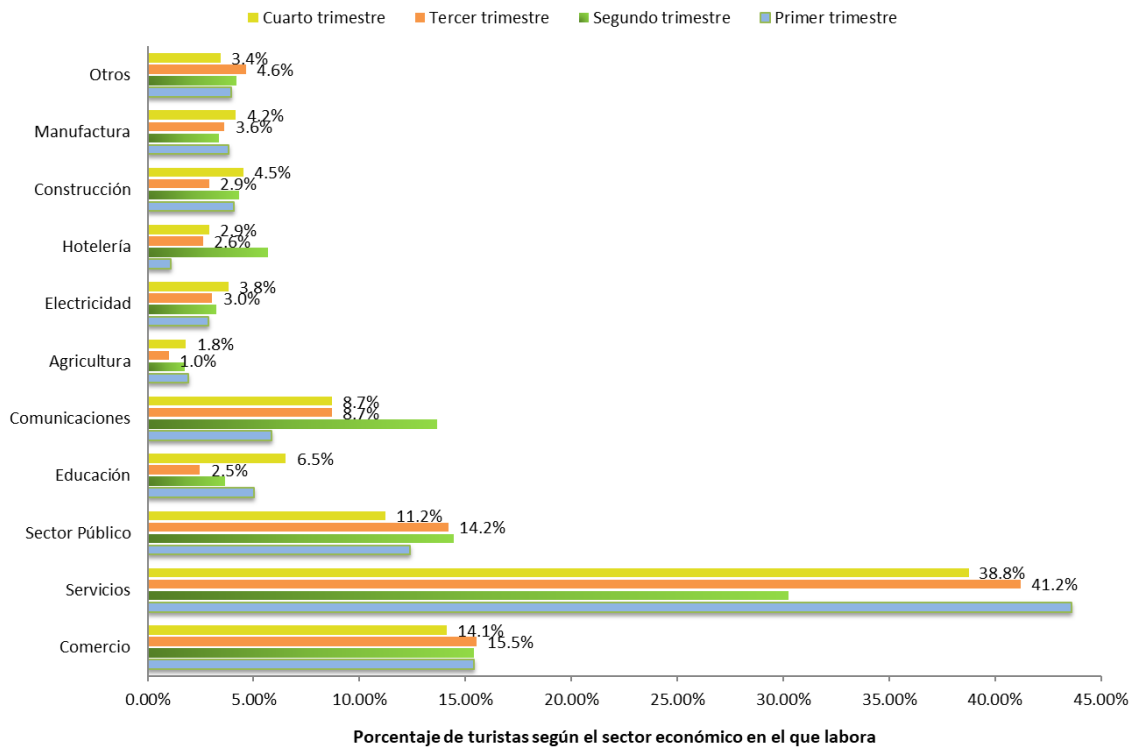


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector de servicios profesionales (38.8%), porcentaje menor al obtenido en el tercer trimestre 2019 (41.2%) y mayor al registrado en el cuarto trimestre del año 2018 (36%). También se observa un importante porcentaje de visitantes nacionales que laboran en el sector de comercio (14.1%), sector público (11.2%) y comunicaciones (8.7%) (Ilustración 32).

La incidencia de turistas que laboran en el resto de los sectores no presenta mayores variaciones. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otra área económica (3.4%), la mayor porción trabaja en el sector salud y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 33: Sector Económico en que labora el Turista Nacional

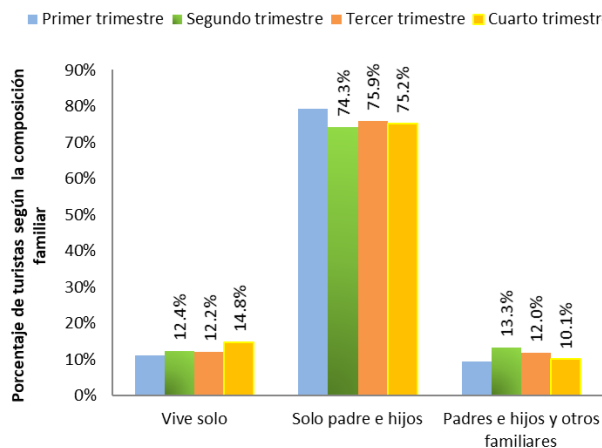


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 34, en el cuarto trimestre del 2019, el 75.2% de los turistas nacionales viven solo padres e hijos. Este resultado es relativamente mayor al obtenido en el último trimestre del año 2018 (72.7%). Los turistas que viven solos son el 14.8% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está conformado por padres, hijos y otros familiares es del 10.1%. Resultados que son consistentes con los hallazgos del parcial comprendido en el tercer trimestre del 2019.

Ilustración 34: 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 10: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

Turista Extranjero	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	4	12.5%	0.0%	0.8%	0.1%	1.1%	0.3%	14.8%
Solo padre e hijos	4	25.6%	3.2%	41.5%	1.1%	3.0%	0.8%	75.2%
Padres e hijos y otros familiares	4	3.4%	0.1%	5.6%	0.1%	0.4%	0.4%	10.1%
Total	4	41.5%	3.4%	47.9%	1.3%	4.4%	1.5%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

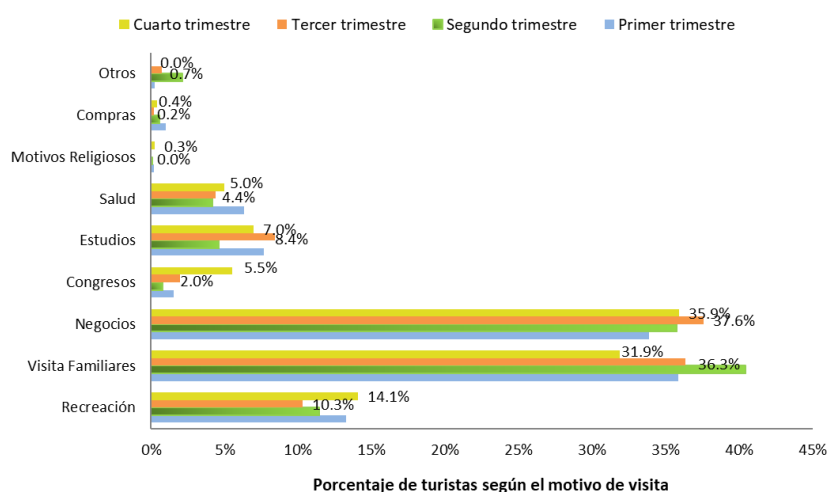
En el cuarto trimestre del año, alrededor del 25.6% de los visitantes viven con sus familias y son solteros. Asimismo, un 41.5% de ellos forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. La predominancia de visitantes nacionales que conforman una familia tradicional continúa en este trimestre, similar que la registrada en el cuarto trimestre del año 2018 (37.3%).

4.1.6. Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan, como se puede apreciar en la Ilustración 35, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año es por negocios o actividades profesionales (35.9%) y visitar a sus familiares o amigos (31.9%), a diferencia de lo registrado en el cuarto trimestre del año 2018 donde aquellos que visitaron la ciudad para visitar a sus familiares fue de 37.8% y además hubo una proporción de 9.7% que visitaron la ciudad por motivos recreacionales. La fracción de turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos recreacionales en el trimestre actual es del 14.1%.

Ilustración 35: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



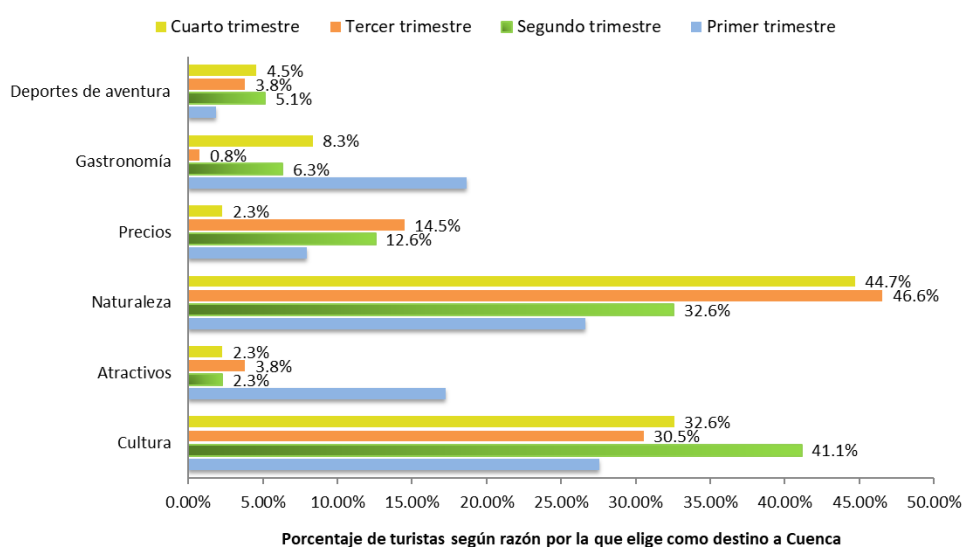
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino turístico, se obtuvo que, al igual que con su contraparte extranjera, el principal motivo de elección de destino son los atractivos naturales (44.7%) y la cultura (32.6%). Es con los atractivos de la ciudad, que los resultados no reportan una proporción significativa (2.3%). Eso resaltando el hecho de que sí lo hicieron en el trimestre en el en el cuarto trimestre del año 2018 (con un 13.7%). Cabe señalar que la gastronomía ha perdido importancia que pasó de 15% en el cuarto trimestre del 2018 a 8.3% en el periodo actual.

Ilustración 36: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca

(Solo para turistas que vinieron por razones recreativas)



Porcentaje de turistas según razón por la que elige como destino a Cuenca

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

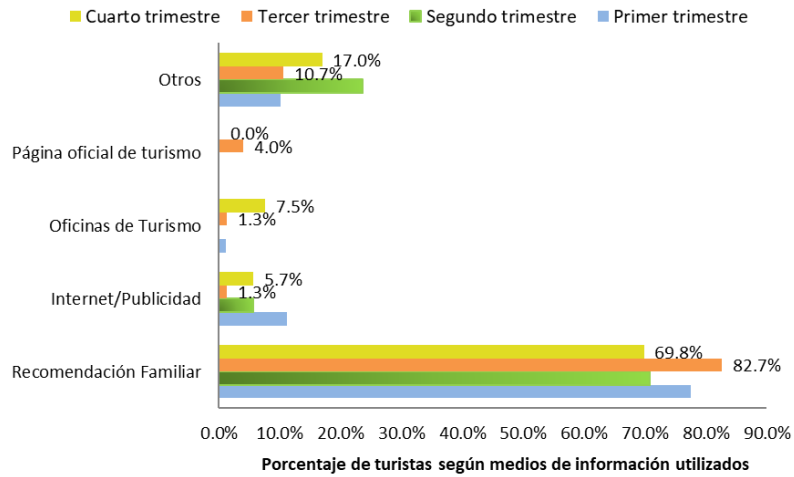
Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 92.8% de los entrevistados han visitado la ciudad en más de una ocasión, mientras que el 7.2% restante son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve muestran una predisposición a retornar. Este dato es similar al obtenido en el cuarto trimestre del año 2018 (con una distribución del 92.1% y 7.9% respectivamente).

4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios utilizados, los resultados revelan que el turista nacional recibe información principalmente a partir de las recomendaciones de amigos y de familiares que ya han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente en ella en un 69.8%, frente a los hallazgos del cuarto parcial del 2018 (73.9%). No utiliza guías turísticas, y solo un 5.7% acude a las páginas oficiales de turismo (ver Ilustración 37). Por otro lado, del 39.2% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor fracción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 3).

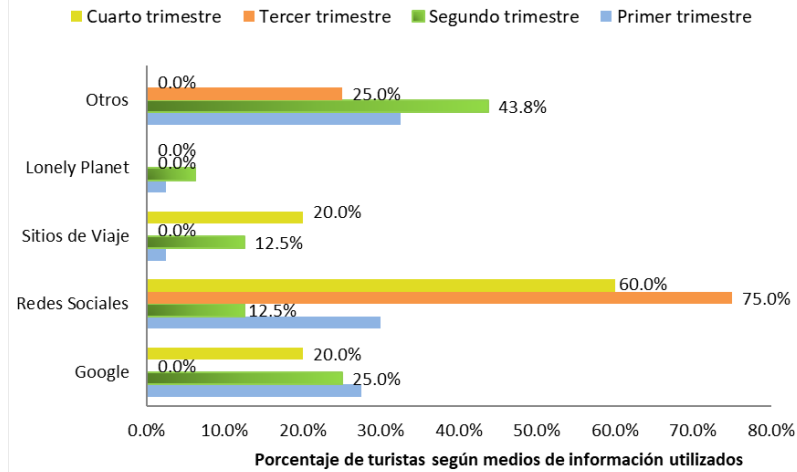
Con respecto a los medios de internet utilizados (Ilustración 38), los hallazgos revelan que en el cuarto trimestre de 2019 un 60% de los turistas nacionales recurre al uso de redes sociales desplazando con ello al uso del resto de medios de información utilizados. Esto en comparación con lo registrado en el cuarto trimestre 2018 (28%). El 20% de los visitantes utilizó herramientas como Google y el 20% sitios de viaje. No obstante, es importante considerar que menos del 1% del total de visitantes contesta la pregunta sobre los medios de internet utilizados. Estos resultados se presentan en las Ilustraciones 37 y 38.

Ilustración 37: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 38: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



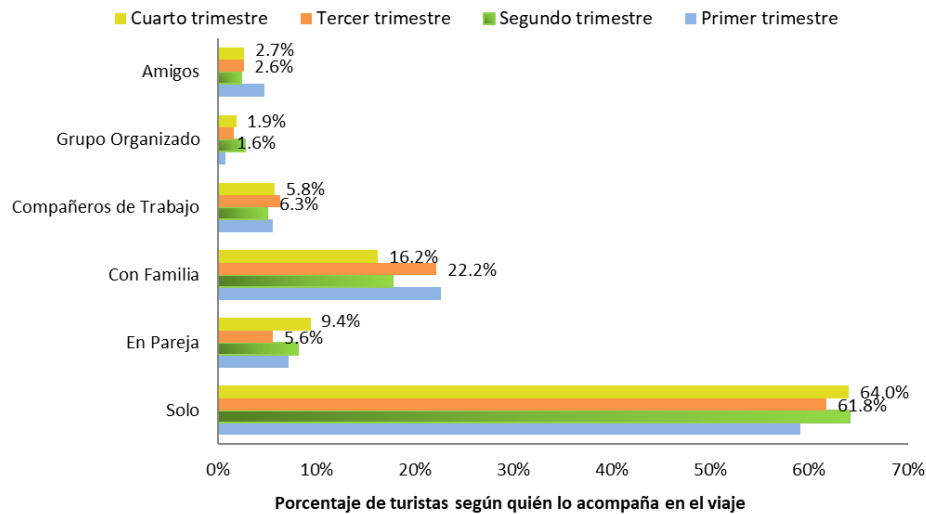
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.7. Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

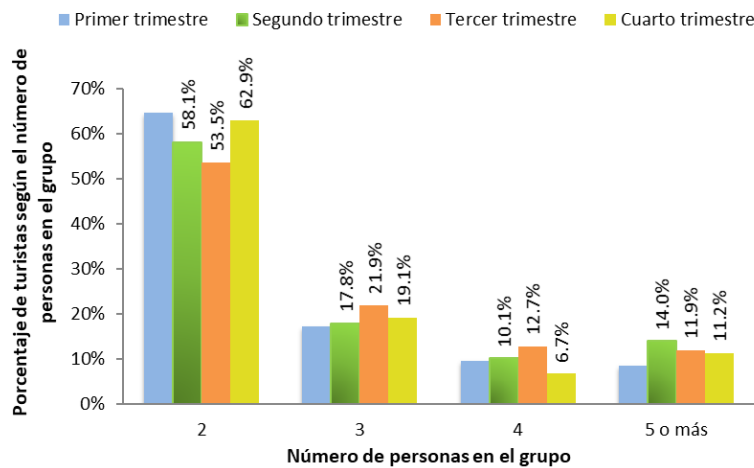
En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (64%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias representan el 16.2%. Solamente el 9.4% y 5.8% de turistas vienen en pareja o con sus compañeros de trabajo respectivamente. Estos resultados son similares a los observados en el cuarto trimestre del 2018.

Ilustración 39: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 40: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 40 se puede apreciar que, del total de turistas que viajan acompañados, la mayoría prefiere hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Aquellos grupos organizados de un mayor tamaño han sido escasos. Estos hallazgos son congruentes con los reportados en igual periodo del año 2018.

Al relacionar las variables *razón principal de la visita* con la *compañía de viaje* se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos recreativos, los hacen en familia en un 34.3%, solos en un 32.4% y en pareja en un 21.9%. Esto sugiere que el turista recreativo prefiere visitar la ciudad acompañado de su familia, solo o en pareja en esta parte del año. Este resultado es similar al registrado en el cuarto parcial del año 2018. Aquel turista nacional que visita la ciudad por motivos de visita a familiares o amigos vienen solos (64.1%) al igual que la mayoría de turistas nacionales que visitan la ciudad por negocios, por participar de congresos o conferencias, por estudios o investigación, o por motivos de salud (ver anexo 4).

Tabla 11: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Trimestre 2019	¿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	30.2%	1.3%	36.2%	22.8%	8.7%	0.7%	100.0%
		2	22.2%	6.0%	38.5%	26.5%	6.8%	0.0%	100.0%
		3	23.5%	3.1%	41.8%	20.4%	9.2%	2.0%	100.0%
		4	32.4%	1.9%	34.3%	21.9%	8.6%	1.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	59.2%	0.5%	31.3%	6.2%	2.2%	0.5%	100.0%
		2	67.9%	0.7%	22.5%	7.5%	1.0%	0.5%	100.0%
		3	60.4%	0.3%	32.7%	4.6%	2.0%	0.0%	100.0%
		4	64.1%	0.0%	21.1%	12.7%	1.7%	0.4%	100.0%
	Negocios, actividades	1	68.2%	0.8%	8.2%	2.4%	6.1%	14.5%	100.0%
		2	75.4%	3.8%	3.8%	3.3%	2.5%	11.2%	100.0%
		3	73.7%	2.5%	4.7%	3.1%	0.8%	15.1%	100.0%
		4	77.6%	1.9%	3.4%	3.4%	0.7%	13.1%	100.0%
Total		1	59.1%	0.8%	22.7%	7.1%	4.7%	5.5%	100.0%
		2	64.1%	2.7%	17.8%	8.1%	2.3%	5.0%	100.0%
		3	61.7%	1.6%	22.2%	5.6%	2.6%	6.3%	100.0%
		4	64.0%	1.9%	16.2%	9.4%	2.7%	5.8%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

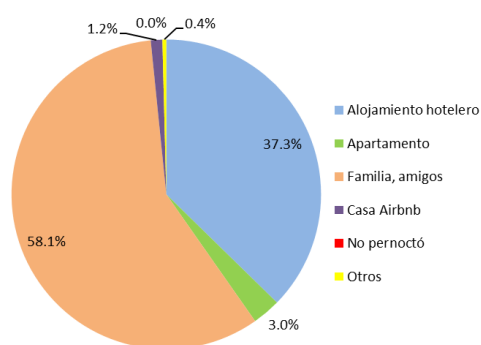
Los resultados revelan que una amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (con un 96% en cuarto trimestre del 2019 vs. 90.1%, en el mismo periodo del 2018). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquetes ofertados por una agencia turística es alrededor del 4%.

4.1.8. La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El turista nacional prefiere alojarse con familiares o con amigos en un 58.1%; proporción que es similar al 56.5% de turistas con la misma preferencia en el mismo trimestre del año anterior. Aquellos que eligen un establecimiento hotelero corresponden al 37.3% del total. El uso de un apartamento aplica solamente para el 3% de los visitantes. Los hallazgos, nuevamente son consistentes con los reportados en el cuarto trimestre del año 2018.

Ilustración 41: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 12 revela que del total de turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, el 61.5% prefiere un establecimiento hotelero tradicional, mientras que un 30.8% se aloja con familiares o amigos. Este resultado es ligeramente menor con respecto a la fracción de esta misma variable obtenida en el mismo periodo del año 2018 (63%).

A su vez, el establecimiento hotelero fue el preferido para otros turistas con motivos tan diferentes como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que éste se aloje en la casa de un familiar o que los amigos le ofrezcan hospedaje gratuito. En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación éstos continúan prefiriendo alojarse con sus familiares o amigos, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud, de compras o por servicios personales. El uso de la web para reservar una casa (Con la aplicación AIRBNB) fue escaso (ver anexo 5).

Tabla 12: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional

Turista Nacional		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO 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	51.0%	2.7%	45.6%	100.0%
		2	71.8%	1.7%	25.6%	100.0%
		3	65.3%	2.0%	28.6%	100.0%
		4	61.5%	3.8%	30.8%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	9.7%	2.5%	85.3%	100.0%
		2	10.1%	0.5%	88.6%	100.0%
		3	7.2%	1.4%	89.9%	100.0%
		4	13.0%	1.3%	85.3%	100.0%
	Negocios, actividades	1	53.7%	4.7%	35.5%	100.0%
		2	63.0%	3.3%	31.5%	100.0%
		3	62.6%	3.1%	32.7%	100.0%
		4	53.4%	3.7%	41.4%	100.0%
Total		1	33.1%	4.6%	58.7%	100.0%
		2	39.0%	2.4%	57.1%	100.0%
		3	36.8%	3.2%	57.9%	100.0%
		4	37.3%	3.0%	58.1%	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 por 30 días. En el cuarto trimestre del año 2019, la estancia promedio es de 4.08 días que es aproximadamente menor en un día en relación al mismo periodo del año 2018 (5.02). No obstante, es importante acotar que, debido a la presencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable. Así, 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 4 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 4 días. La estancia más común entre los turistas nacionales fue de 2 días. Estos resultados son consistentes con los obtenidos en cuarto parcial del año 2018, a excepción del tercer cuartil que actualmente es menor en 1 día.

**Tabla 13: Duración de la estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)**

	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Media	5.24	4.49	4.77	4.08
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	3.00	3.00	3.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	5.00	4.00	5.00	4.00
Moda	2.00	2.00	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 a la de uno que viene por motivos puramente recreacionales. Además, dada la distribución de los datos, el uso de la media no se aconseja, es preferible el uso de la mediana o moda.

Bajo estas condiciones, se realiza una desagregación por motivo de viaje, para determinar con certeza la duración de la estadía de acuerdo con el 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 para visitar a familiares o amigos y quienes vienen por congresos o conferencias. El turista que viene por negocios, estudios e investigación, tratamiento de salud realizan visitas cortas de 2 días.

Es importante indicar que los resultados son congruentes con la duración de la estadía de los turistas que visitaron la ciudad en los periodos anteriores del año 2018, notándose un incremento de un día en la duración en aquellos turistas que vienen por dictar o participar de congresos o conferencias.

Tabla 14: 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	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	3.0	3.0	3.0	3.0
	Negocios, actividades	2.0	2.0	2.0	2.0
	Congresos, conferencias	2.0	2.0	2.0	3.0
	Estudios, investigación	6.0	5.0	3.0	2.0
	Tratamiento de salud	2.0	2.0	2.0	2.0
	Motivos religiosos	4.0	2.0	N/D	3.0
	Compras o servicios personales	2.0	2.0	1.0	2.0
	Otros	3.0	3.0	3.0	N/D

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a la duración según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 15), se puede apreciar que, cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero permanece 3 días, valor que es mayor a la estancia mediana del trimestre anterior (2 días). Cuando se aloja con su familia y sus amigos la estancia es de 2 días, y de 14 días cuando éste se aloja en un apartamento.

Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o una casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es igualmente de 3 días. Los resultados muestran ser consistentes con la evidencia reportada en el mismo trimestre del año anterior, con la única diferencia que ahora el grupo de turistas que visita la ciudad y prefiere alojarse con familia y amigos, lo hace en una estadía mediana de 2 días, lo cual es 1 día menos que lo reportado en el cuarto parcial del año 2018. Con estos hallazgos se puede confirmar que, en el caso de turista nacional, el tipo de alojamiento es un factor que influye en la duración de la estancia dados los resultados robustos que se presentan en todos los periodos analizados.

Tabla 15: 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	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2.0	2.0	2.0	3.0
	APARTAMENTO	11.0	4.0	5.0	14.0
	FAMILIA, AMIGOS	3.0	3.0	3.0	2.0
	CASA AIR BNB	4.5	3.0	3.0	3.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D	1.0	N/D	N/D
	OTROS	5.5	2.5	10.5	4.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

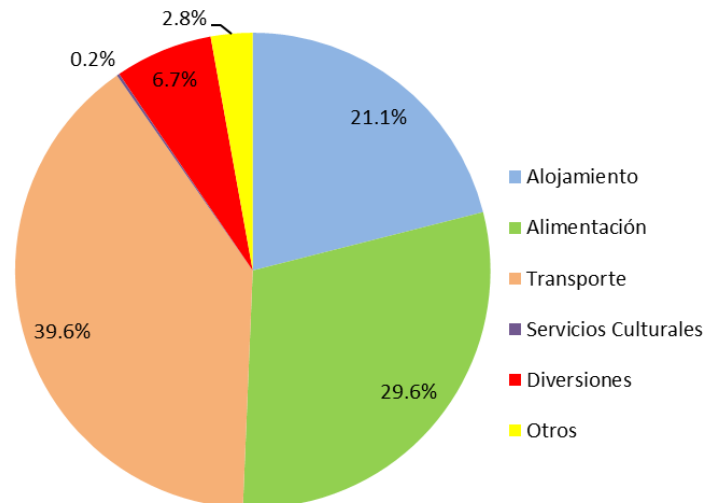
Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca erogan en promedio \$215.03 por grupo¹⁰ durante toda su estancia en el cuarto trimestre del año 2019, valor que es inferior al gasto promedio obtenido en el mismo periodo en el año 2018 (\$258.20). Al dividir dicho gasto para el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$184.25 en promedio, por persona en el año 2019, dato ligeramente menor al \$189.67 por persona reportado en el cuarto trimestre del año 2018. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona se calculó en \$60.54, valor mayor al gasto diario por turista obtenido en el mismo periodo del año 2018 (\$57.50)¹¹.

La Ilustración 42, revela la composición del gasto turístico en el cuarto trimestre del año 2019. Del total de erogaciones realizadas por los turistas nacionales, el 39.6% se destina a transporte, el 29.6% a alimentación, y un 21.1% a alojamiento. El 6.7% del gasto se destina a entretenimiento. En relación en igual periodo del año 2018, la composición del gasto con respecto a transporte es menor en el trimestre actual frente al 47.3% en el cuarto trimestre del año 2018, pero el gasto en alimentación ha incrementado en 4.3 puntos porcentuales.

Ilustración 42: 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 influenciado por diversos factores, entre lo que se encuentran: el modo de organización del viaje (sea por agencia o por cuenta propia), el motivo del viaje, y la duración de la estancia. En el caso de aquellos turistas que tienen una de hasta 30 días, el gasto está en relación directa con el motivo de visita, y por ende con la duración de la estadía.

La Tabla 16 revela una disminución leve en el gasto turístico del turista recreativo al comparar interanualmente los terceros trimestres. Así, se puede apreciar un incremento de 136.25 dólares

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.

con respecto al año anterior. Este responde a un incremento significativo en todos los rubros de gasto. Aquellos turistas que vienen a la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos o que viene por motivos de negocios o actividades profesionales gastan \$90 y \$135. En los dos rubros se registra un considerable incremento en comparación con igual periodo del año 2018. Aquellos visitantes que vinieron por participar de congresos y conferencias presentaron un incremento en su gasto mediano durante la estancia. Esta tendencia al incremento hace que el promedio de gasto mediano durante la estancia en el cuarto trimestre del año 2019 (\$124.65) sea mayor al obtenido en el mismo periodo 2018 (\$73.75).

Tabla 16: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional

Turista Nacional		Cuarto Trimestre	MEDIANA DEL GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	Otros	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2018	\$26.06	\$21.84	\$29.26	\$0.36	\$5.45	\$10.77	\$93.75
		2019	\$58.90	\$44.85	\$55.86	\$14.77	\$31.77	\$24.44	\$230.60
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$1.46	\$13.67	\$32.84	\$0.14	\$2.77	\$3.12	\$54.00
		2019	\$26.37	\$16.48	\$18.42	\$0.00	\$14.27	\$14.46	\$90.00
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$28.74	\$28.37	\$37.90	\$0.05	\$1.69	\$3.25	\$100.00
		2019	\$39.64	\$20.92	\$26.62	\$0.00	\$15.97	\$31.84	\$135.00
	Congresos, conferencias	2018	\$26.43	\$21.84	\$54.34	\$0.46	\$2.00	\$4.93	\$110.00
		2019	\$37.32	\$17.01	\$33.11	\$9.78	\$12.93	\$44.84	\$155.00
	Estudios, investigación	2018	\$15.17	\$17.68	\$14.42	\$0.06	\$1.23	\$1.43	\$50.00
		2019	\$21.81	\$8.19	\$8.81	\$0.00	\$7.72	\$3.48	\$50.00
	Tratamiento de salud	2018	\$3.58	\$10.99	\$11.54	\$0.01	\$0.13	\$0.42	\$26.67
		2019	\$11.88	\$4.94	\$7.91	\$0.00	\$7.11	\$4.00	\$35.83
	Motivos religiosos	2018	\$0.00	\$11.71	\$19.20	\$0.00	\$0.00	\$23.42	\$54.33
		2019	\$0.00	\$44.00	\$15.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$59.00
	Compras o servicios personales	2018	\$0.93	\$1.49	\$1.99	\$0.00	\$0.16	\$35.43	\$40.00
		2019	\$0.00	\$56.87	\$72.04	\$0.00	\$0.00	\$71.09	\$200.00
	Otros	2018	\$20.00	\$21.29	\$40.36	\$0.18	\$1.59	\$5.09	\$88.50
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Total		2018	\$15.19	\$19.88	\$32.08	\$0.12	\$2.32	\$4.15	\$73.75
		2019	\$35.14	\$21.23	\$26.53	\$2.65	\$16.40	\$22.71	\$124.65

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 17: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional

Turista Nacional		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2019	Tercer trimestre 2019	Cuarto trimestre 2018	Cuarto trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$30.83	\$64.76	\$48.81	\$31.25	\$76.87
	Visita a familiares o amigos	\$13.33	\$26.67	\$24.33	\$18.00	\$30.00
	Negocios, actividades profesionales	\$42.08	\$62.50	\$97.50	\$50.00	\$67.50
	Congresos, conferencias	\$25.00	\$62.50	\$155.00	\$55.00	\$51.67
	Estudios, investigación	\$11.00	\$10.00	\$15.83	\$16.67	\$25.00
	Tratamiento de salud	\$12.50	\$22.75	\$12.50	\$13.33	\$17.92
	Motivos religiosos	\$5.00	\$130.00	\$0.00	\$36.22	\$19.67
	Compras o servicios personales	\$30.00	\$36.25	\$18.00	\$20.00	\$100.00
	Otros	\$11.67	\$40.00	\$40.00	\$29.50	N/D
	GLOBAL	\$25.66	\$43.76	\$55.75	\$31.39	\$50.60

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El gasto diario mediano por persona, de turistas nacionales en el cuarto trimestre del año 2019 es de \$50.60, valor mayor al reportado en igual periodo del año 2018 (\$31.39). Además, el gasto mediano diario disminuyó en 9.24% respecto al registrado en el tercer trimestre del año 2019 (\$55.75). Aquel turista que viene por recreación, esparcimiento y vacaciones presenta el mayor gasto diario por persona (\$76.87). Siguen quienes vienen por negocios o actividades profesionales (\$67.50), y quienes arriban por congresos y conferencias (\$51.67). En el segundo y tercer trimestre 2019 se observa el mayor gasto diario mediano por persona en el periodo analizado.

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

4.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

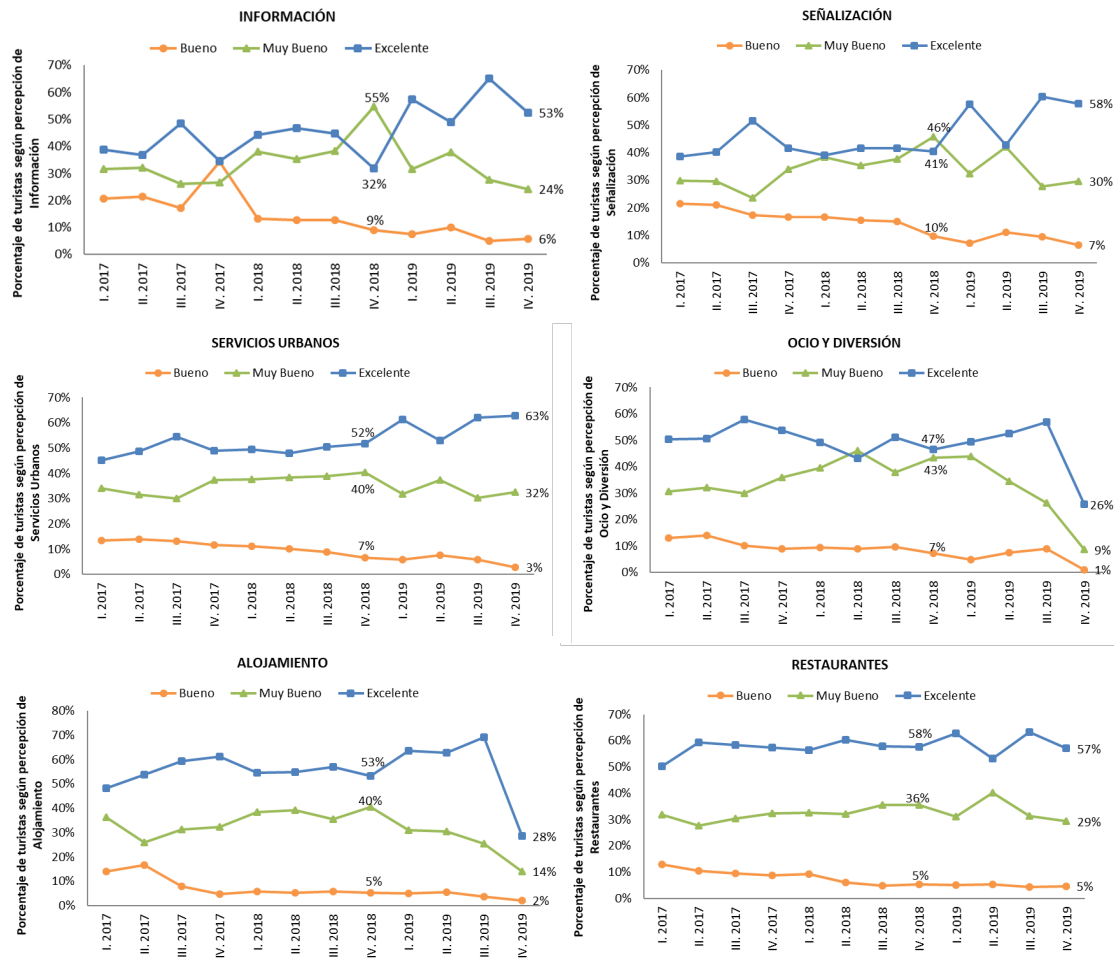
Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 92.1%, 85.2% y 91.4% respectivamente. Esto es similar a lo obtenido en el cuarto parcial del año 2018 (91.2%, 82.4% y 86.9% respectivamente). Esto ubica al destino Cuenca entre aquellas ciudades asequibles 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 hallazgos se pueden apreciar en la Ilustración 43. Se aprecia un incremento de turistas nacionales que califican a estos servicios como excelentes, en este parcial frente al mismo periodo en el año

2018. A excepción de los servicios de ocio y diversión, alojamiento y restaurantes donde hubo una desmejora perceptiva pues hubo una disminución de turistas nacionales que califican este tipo de servicio como excelente.

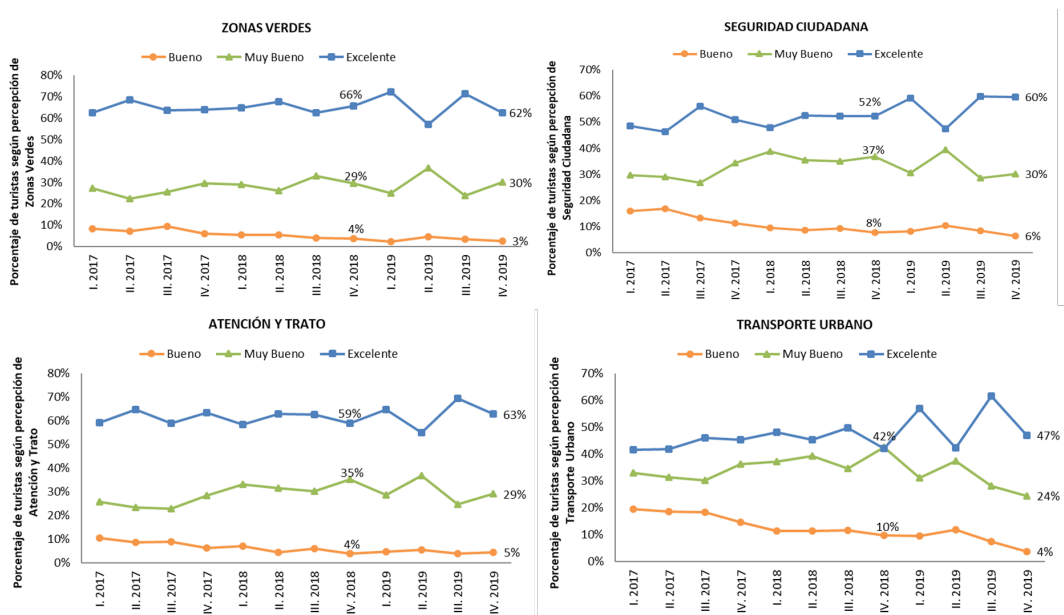
Ilustración 43: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad y una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. En estos tipos de servicios no se observa variaciones significativas respecto a lo observado en el cuarto trimestre del año 2018.

Ilustración 44: 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



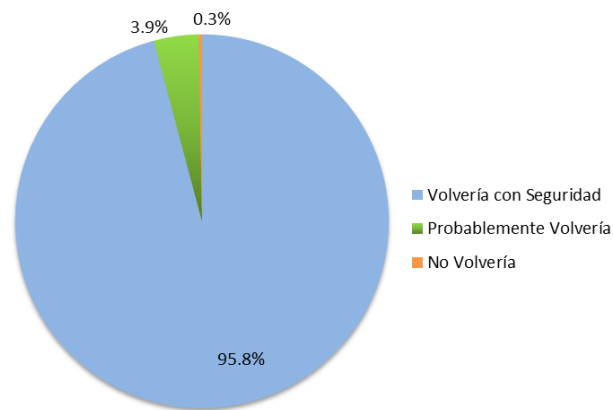
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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.

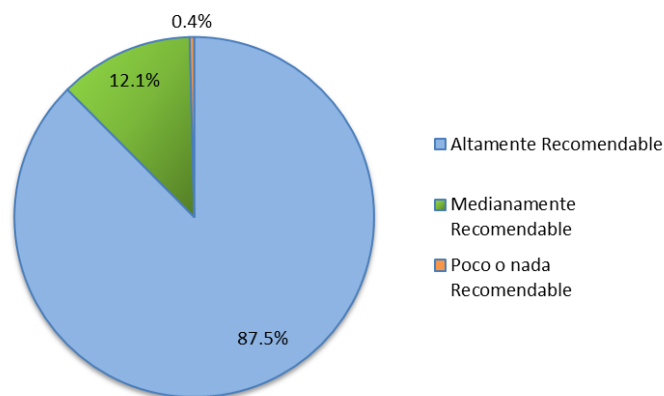
Como se aprecia en las Ilustración 45 e Ilustración 46, alrededor del 95.8% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca; valor que es aproximadamente 5 puntos porcentuales más que el registrado en el mismo periodo del año 2018 (90.7%). Alrededor del 3.9% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volverían son solamente el 0.3%. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 87.5% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, sin embargo, un 12.1% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 0.4% la considera como poco o nada recomendable. Esto es congruente con lo reportado cuarto trimestre del año 2018.

Ilustración 45: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 46: Recomendabilidad del Destino Cuenca



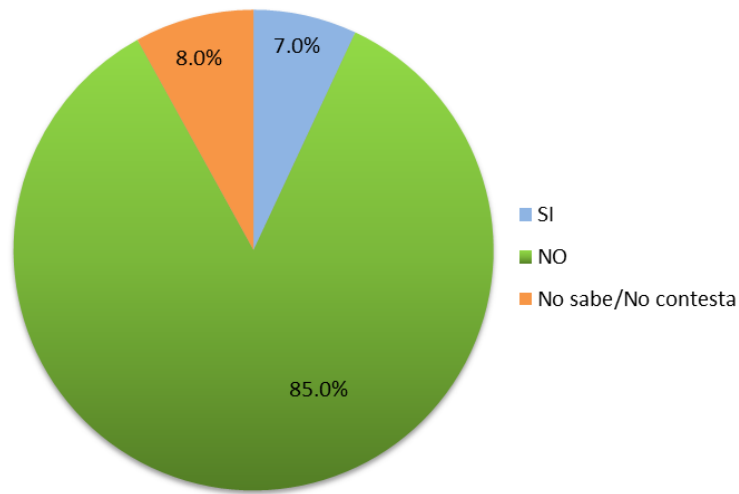
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 30% de los turistas nacionales ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que el resto de los visitantes, un 70%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad.

Finalmente, en la Ilustración 47, la proporción de turistas nacionales que estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable, para el cuarto trimestre del 2019, es de 7%.

Ilustración 47: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable



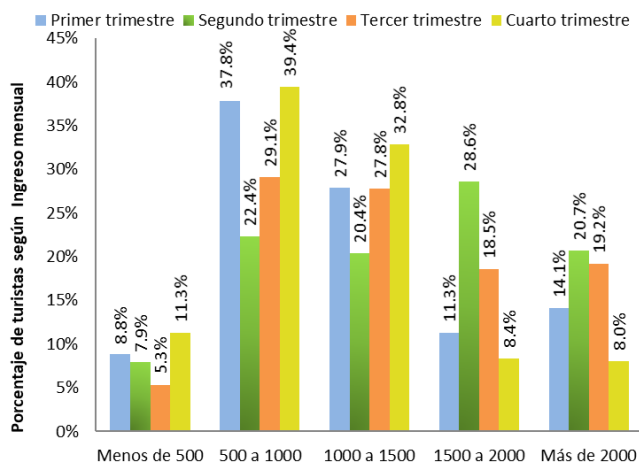
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.10. Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

Según la Ilustración 48, una gran proporción de turistas nacionales presentan ingresos mensuales entre 500 a 1,000 dólares (39.4%). La proporción de turistas nacionales que ganan entre 1,000 a 1,500 dólares es del 32.8%; mientras que aquellos con ingresos entre 1,500 a 2,000 dólares mensuales representan el 8.4%. Un 8% de visitantes tienen ingresos de más de 2,000 mensuales; mientras un 11.3% de turistas nacionales reporta percibir menos de 500 dólares. Esto nos da una media de ingresos de 1,062.04 dólares al mes, una mediana de 1,259.51 dólares y una moda de 921.35 dólares.

Esto sugiere que el turista Nacional que visita la ciudad en el último trimestre del año 2019 tiene 19.15% menos ingresos que aquel turista que lo hizo en igual periodo del 2018 (media de \$1,313.6).

Ilustración 48: Ingreso mensual del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER.

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 octubre-diciembre 2019, se pueden inferir dos perfiles de turistas nacionales que visitan la ciudad:

- a) 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 8).
- b) 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 8).

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 cuarto trimestre del año 2019

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero o con familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$135, es decir, un gasto diario por persona de \$67.5.
- b) 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 \$90, es decir, un gasto diario por persona de \$30.
- c) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por los atractivos naturales o por su cultura como las fiestas tradicionales, que viajan en familia, solos o en pareja 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 \$230.60, es decir, un gasto diario por persona de \$76.87.

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

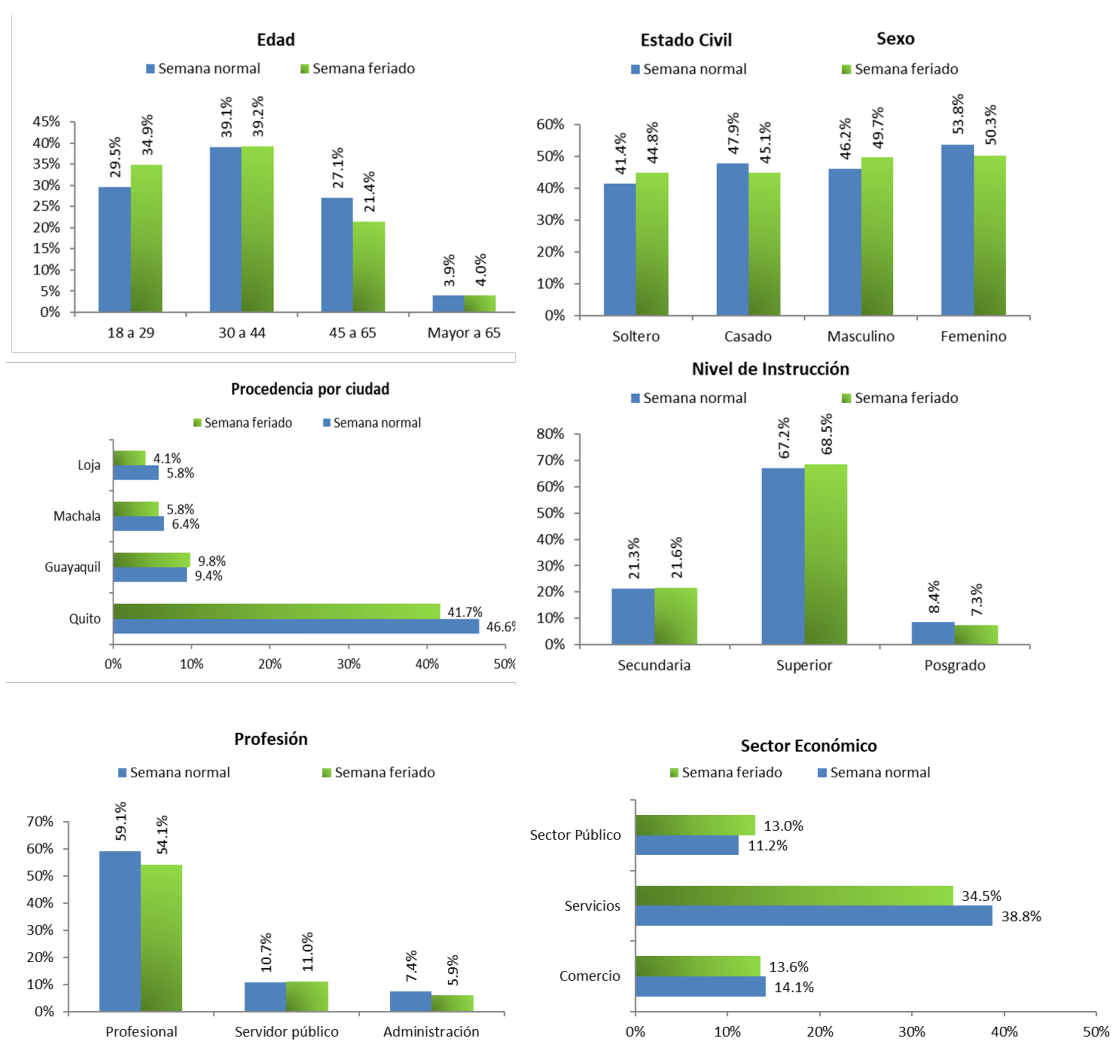
Con el fin de identificar si el perfil del turista es distinto en el periodo de feriado del mes de noviembre en el que se conmemora la Independencia de la ciudad de Cuenca, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana del 31 de octubre al 6 de noviembre del año 2018, dando los siguientes resultados:

4.2.1. Características sociodemográficas:

El turista nacional que visita la ciudad de Cuenca en el periodo de feriado se presenta como de 18 a 29 años (34.9%); o en un rango entre 30 a 44 años y 45 a 65 años (39.2% y 21.4% respectivamente). Por lo que en este periodo hubo una mayor proporción de jóvenes y por ende una menor presencia de adultos de entre 45 y 65 años en relación a una semana normal del trimestre octubre-diciembre 2019. Este hecho está ligado a una mayor presencia de visitantes solteros (44.8%) y menor fracción de turistas casados (45.1%). Los resultados reportan una muestra de 49.7%-50.3% de entrevistados hombres frente a mujeres. La gran mayoría de los visitantes nacionales continúa estando conformado por turistas quiteños (41.7%).

En la época de feriado, los visitantes nacionales no muestran variaciones fuertes respecto a su nivel de educación, ya que continúan siendo turistas con un nivel educativo superior (68.5%), o con título de bachiller (21.6%). Los visitantes siguen laborando como profesionales independientes (54.1%), pero en menor proporción que en una semana normal (59.1%), y laboran en el sector servicios (34.5%). En cuanto a la composición familiar del turista continúan formando parte de una familia de perfil tradicional (41.21%), o son turistas solteros que viven solos (10.91%) o con sus padres (29.09%).

Ilustración 49: Comparación características sociodemográficas del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Estado civil	Núcleo familiar	Semana normal	Semana feriado
Solteros	Viven solos	12.48%	10.91%
	Solo padres e hijos	25.64%	29.09%
Casado	Solo padres e hijos	41.48%	41.21%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

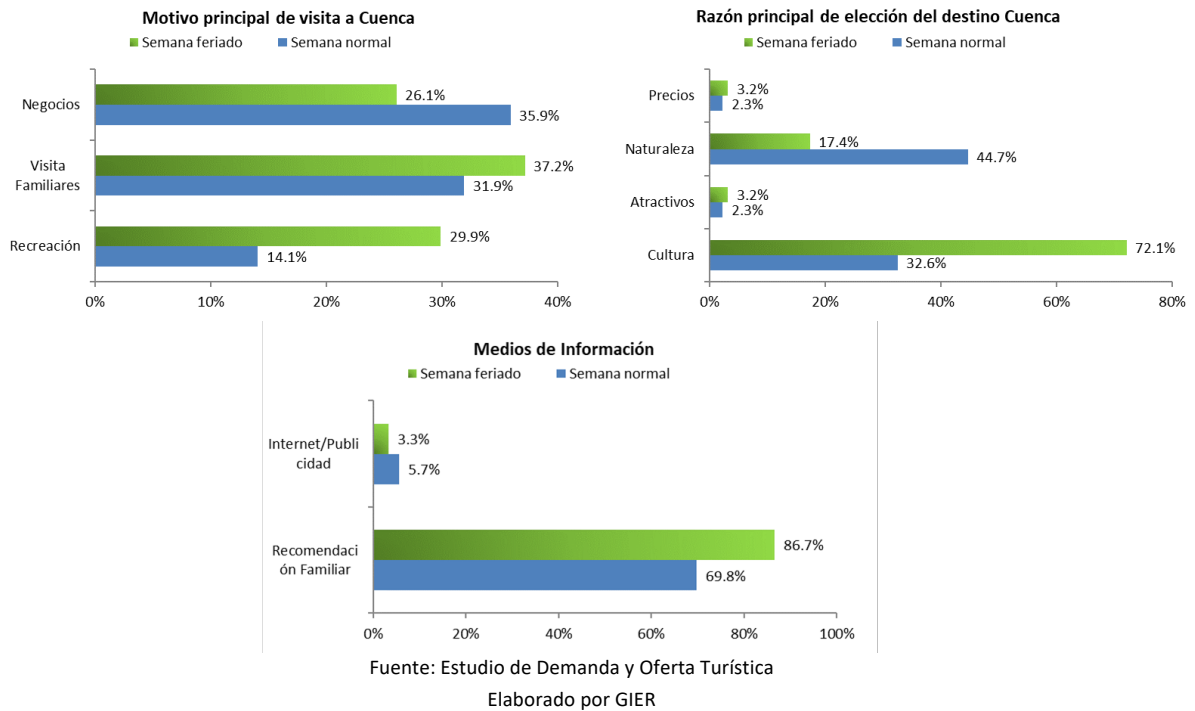
4.2.2. Motivación del turista:

Uno de los cambios más interesantes se da en la motivación del turista para visitar la ciudad, ya que el visitante nacional aprovecha los días de feriado no solo para visitar a sus familiares o amigos (37.2% frente al 31.9% presentado en los resultados de relevamientos en una semana normal), sino que ahora también viene por motivos recreativos (29.9% frente al 14.1% en una semana normal). Aquellos que arriban a la ciudad por motivos de negocios representan el 26.1% del total, en la semana de feriado, proporción que es menor al 35.9% reportado 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 (72.1%) en mayor proporción frente al 32.6% en una semana normal; por su naturaleza (17.4% en semana de

feriado frente al 44.7% en semana normal). Siendo, al igual que en los resultados presentados, la recomendación familiar o de amigos (86.7%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento de la ciudad.

Ilustración 50: Comparación de la motivación del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado

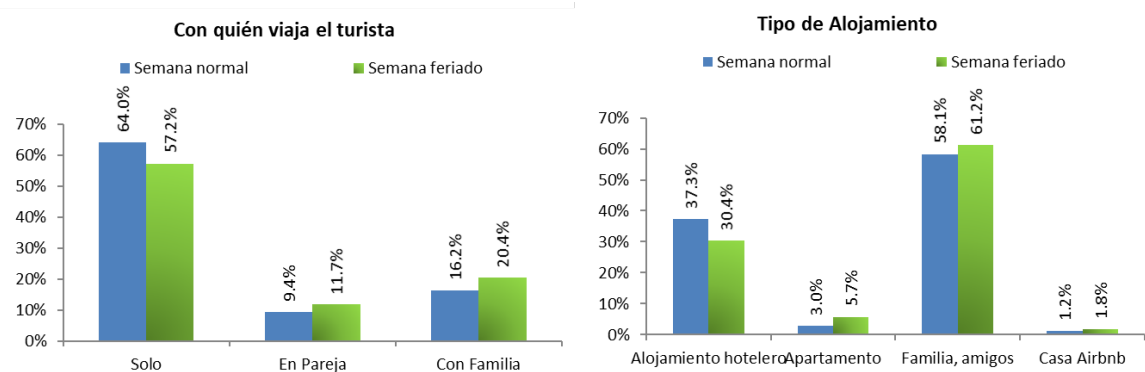


4.2.3. Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:

En cuanto a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales continúan prefiriendo viajar solos (57.2%), pero en menor proporción que los resultados de una semana normal (64%). Pero también hay una importante proporción que ahora viajan en familia (20.4% en semana de feriado frente al 16.2% en una semana normal). No hay variaciones considerables en las elecciones por el tipo de alojamiento, ya que aún prefieren el alojarse con familiares y amigos (61.2%), o en algún establecimiento hotelero (30.4%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos, visita a familiares o amigos y por motivos de negocios presentan estancias medianas de 4, 4 y 3 días respectivamente, que es un día más que en periodo normal.

Ilustración 51: 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	4.0
	Visita a familiares o amigos	3.0	4.0
	Negocios, actividades	2.0	3.0

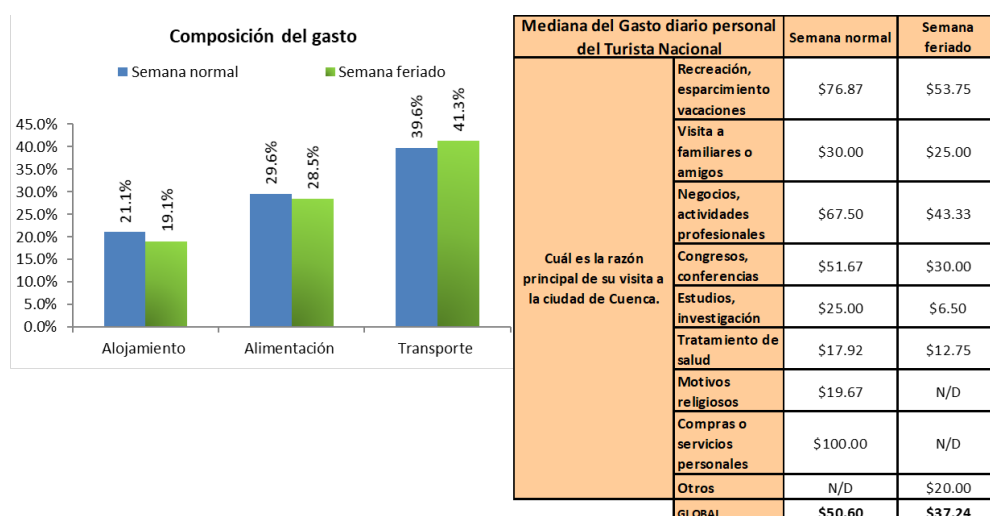
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 41.3% de los gastos totales, la alimentación continúa representando alrededor del 28.5% de los gastos, y los gastos en alojamiento el 19.1%.

En términos generales, los resultados del relevamiento en el feriado reportan menores gastos medianos por persona por día, especialmente para aquellos turistas nacionales que arribaron por motivos recreativos (\$53.75 por persona diario frente a un gasto de \$76.87 en semana de feriado). Aquellos turistas que arriban a la ciudad por visita a familiares también presentan una disminución en sus gastos en una semana de feriado (\$25 frente a \$30). Los visitantes nacionales por negocios o actividades profesionales, también presentan gastos medianos menores (\$43.33 frente a \$67.5). Como resultado, el gasto mediado diario por persona es menor con un valor de \$37.24 frente al gasto reportado en una semana normal (\$50.6), pero ligeramente mayor al registrado en una semana de feriado en el cuarto trimestre del año 2018 (\$34.94).

Ilustración 52: Comparación del costo de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

4.2.5. 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 feriado, y en una semana normal. Pero, en una semana de feriado se observa que la proporción que califica como excelentes a todos los servicios es ligeramente menor respecto al registrado en una semana normal. El nivel de retorno (96.4%) es similar al obtenido en el relevamiento de una semana normal, pero la recomendabilidad muestra una disminución (83.03% frente al 87.53% en una semana normal) (ver Ilustración 53).

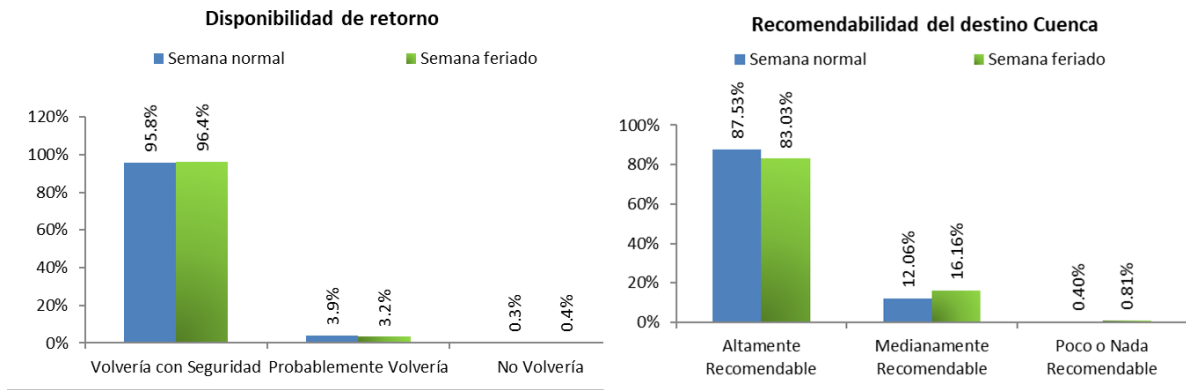
Tabla 18: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional

SERVICIOS	Percepción	Semana normal	Semana feriado	SERVICIOS	Percepción	Semana normal	Semana feriado
INFORMACIÓN	Bueno	5.9%	7.0%	RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA	Bueno	4.6%	3.9%
	Muy Bueno	24.1%	21.4%		Muy Bueno	29.3%	30.0%
	Excelente	52.5%	47.0%		Excelente	57.0%	57.2%
SEÑALIZACIÓN	Bueno	6.6%	8.6%	ZONAS VERDES	Bueno	2.7%	4.9%
	Muy Bueno	29.6%	28.5%		Muy Bueno	30.0%	26.0%
	Excelente	57.9%	52.4%		Excelente	62.5%	61.9%
SERVICIOS URBANOS	Bueno	2.8%	5.1%	SEGURIDAD CIUDADANA	Bueno	6.4%	8.5%
	Muy Bueno	32.4%	31.7%		Muy Bueno	30.1%	32.1%
	Excelente	62.9%	61.2%		Excelente	59.6%	55.2%
OCIO Y DIVERSIÓN	Bueno	1.1%	3.0%	ATENCIÓN Y TRATO	Bueno	4.6%	8.3%
	Muy Bueno	8.7%	12.5%		Muy Bueno	29.1%	23.6%
	Excelente	25.7%	26.1%		Excelente	62.7%	65.4%
ALOJAMIENTO	Bueno	2.2%	1.9%	TRANSPORTE URBANO	Bueno	3.8%	6.5%
	Muy Bueno	14.1%	12.0%		Muy Bueno	24.4%	21.8%
	Excelente	28.5%	24.8%		Excelente	46.9%	42.2%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Ilustración 53: 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

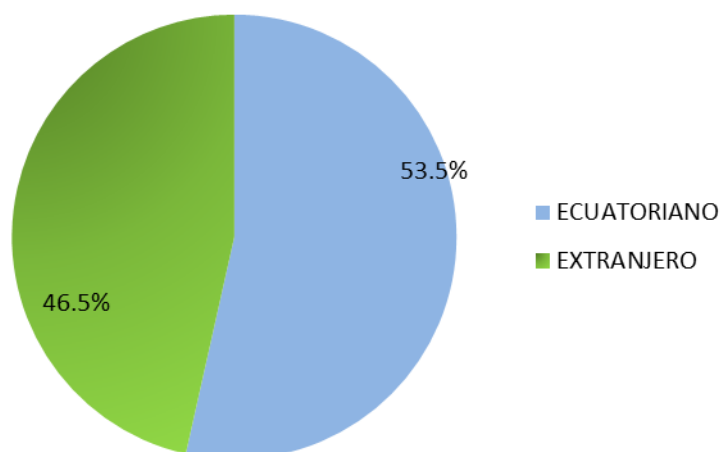
5. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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 una encuesta complementaria en los establecimientos hoteleros con el fin de capturar las preferencias de aquellos que vienen por auto, ya que no es posible el realizar un conteo directo por limitaciones presupuestarias. Así, los resultados para el cuarto trimestre de 2019, se ponen a consideración a continuación.

5.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 53.5% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales y un 46.5% son extranjeros. Existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros entrevistados en establecimiento hotelero frente al 10.8% reportado en igual periodo del año 2018.

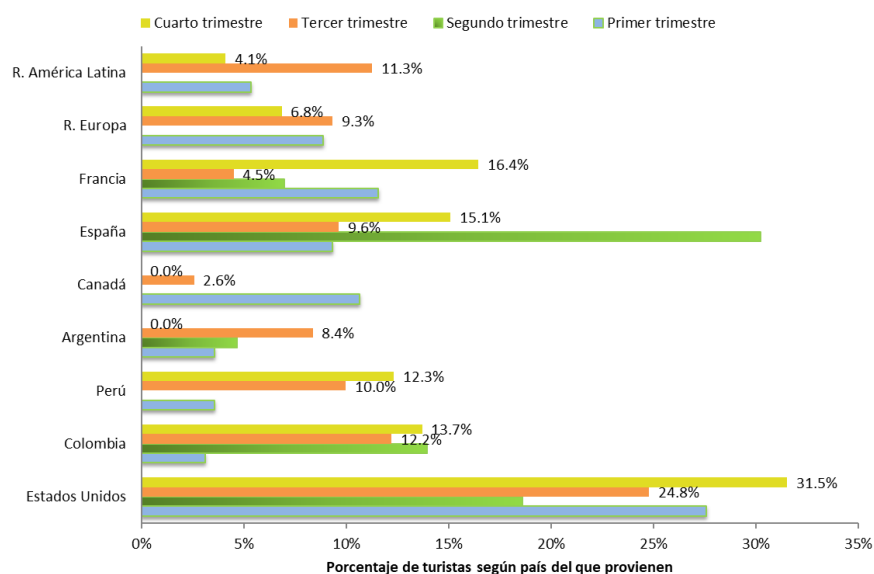
Ilustración 54: Procedencia del Turista en el Hotel



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 (31.5%). La incidencia de turistas españoles, franceses, colombianos, y peruanos es del 15.1%, 16.4%, 13.7%, 12.3% respectivamente (Ilustración 55).

Ilustración 55: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



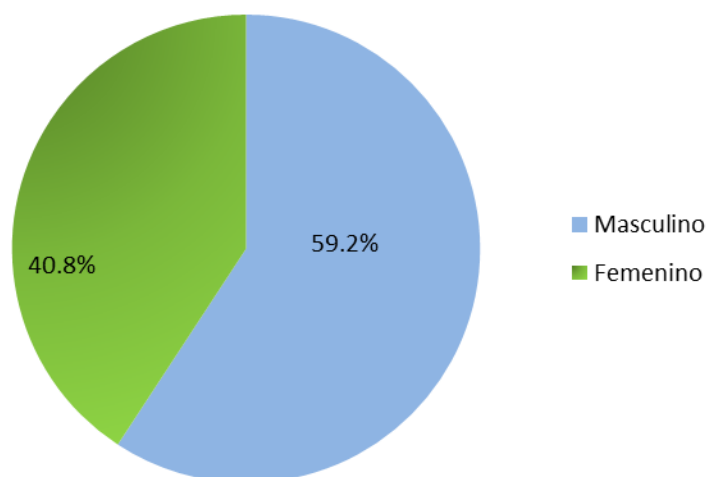
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, las dos principales ciudades de origen de los visitantes hospedados en hoteles continúan siendo Guayaquil (41.7%) y Quito (26.2%). Existe además un 4.8%, 2.4% de turistas lojanos, machaleños respectivamente. El 25% proviene del resto de ciudades del Ecuador, que a nivel individual resultan ser no significativas (anexo 9).

En lo que respecta al género, en el cuarto trimestre 2019 la proporción de encuestados en hoteles de sexo masculino fue de 59.2% frente a 40.8% de mujeres (Ilustración 56). En el periodo similar del año 2018 la proporción estuvo compuesta por 78.1% varones frente a un 21.9% de mujeres.

Ilustración 56: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



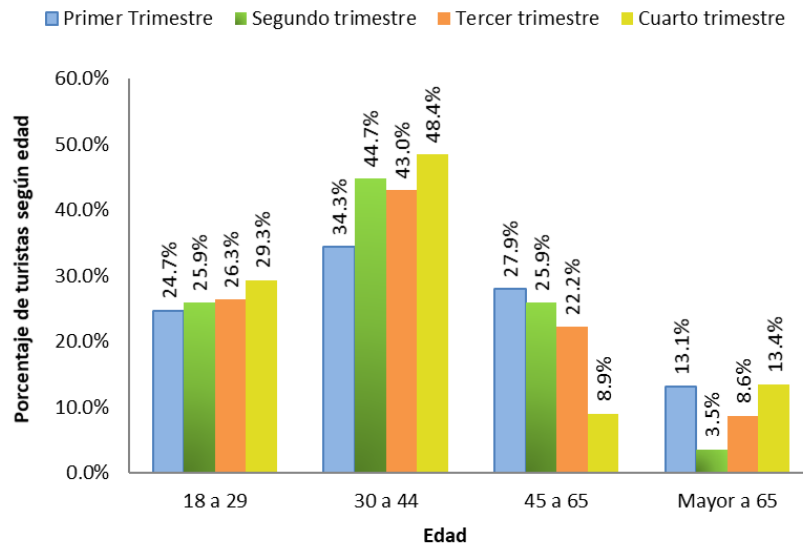
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 57 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros tienen entre 30 a 44 años de edad (48.4%). Una

proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años y entre 45 a 65 años, 29.3% y 8.9% respectivamente. Resultados similares se observa en el año 2018.

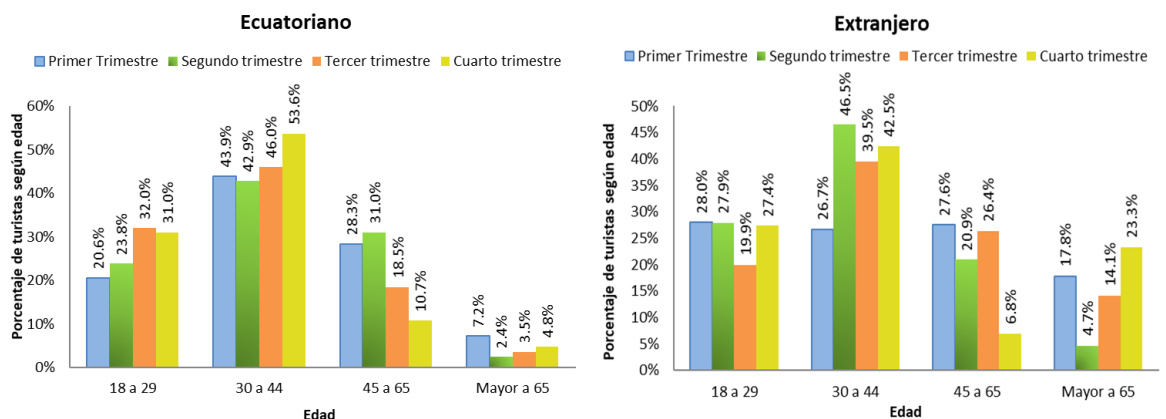
Ilustración 57: Edad del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 58), estas muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre los 30 a 44 años (53.6%). Este rango etario en el turista extranjero es del 42.5%. Una distinción importante, es que ahora el turista nacional es más joven que aquel que visitó la ciudad en igual trimestre del 2018. En el caso de turistas extranjeros, actualmente predominan grupos de visitantes con rango de edad 30 a 44 años en relación con el cuarto parcial del año 2018; en donde este rango de edad solo representaba el 23.1%.

Ilustración 58: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

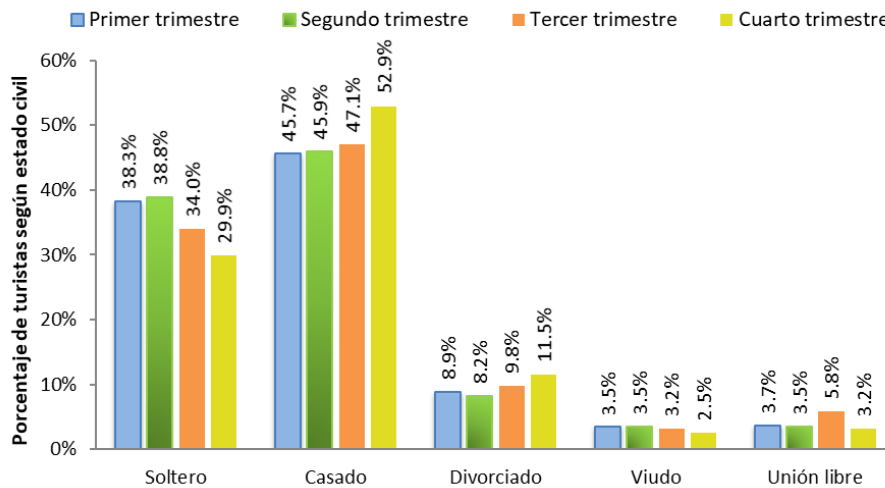


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (52.9%), al igual que en el cuarto trimestre del 2018 (52.4%). En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros 29.9%, valor relativamente similar al obtenido en el cuarto trimestre del 2018 (27.4%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

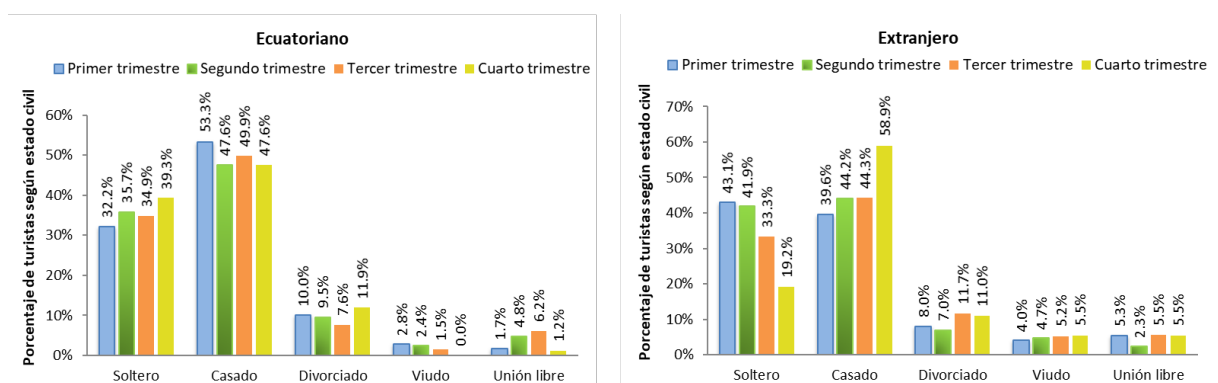
Ilustración 59: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si comparamos las formas de asociación civil observada entre turistas ecuatorianos y extranjeros, en el trimestre actual se aprecia que el visitante nacional y extranjero son mayoritariamente casados (47.6% y 58.9% respectivamente).

Ilustración 60: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero

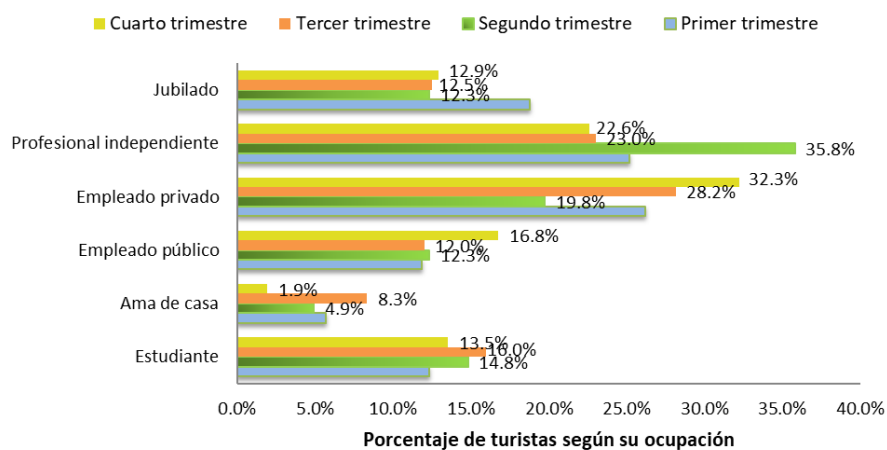


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 61, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados y profesionales independientes, 32.3% y 22.6% respectivamente. El cambio más notable frente a lo ocurrido en 2018 es la disminución de turistas que laboran como empleados públicos a favor de una mayor representatividad de aquellos jubilados.

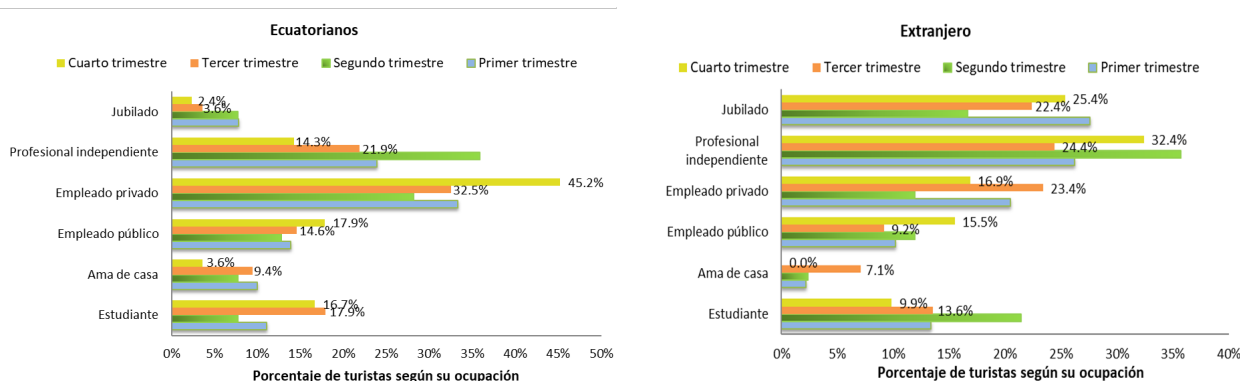
Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos laboran básicamente como empleados privados (45.2%), profesionales independientes (14.3%), o son estudiantes (16.7%). Mientras que el visitante extranjero trabaja como profesional independiente (32.4%), jubilado (25.4%) y empleado privado (16.9%).

Ilustración 61: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 62: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



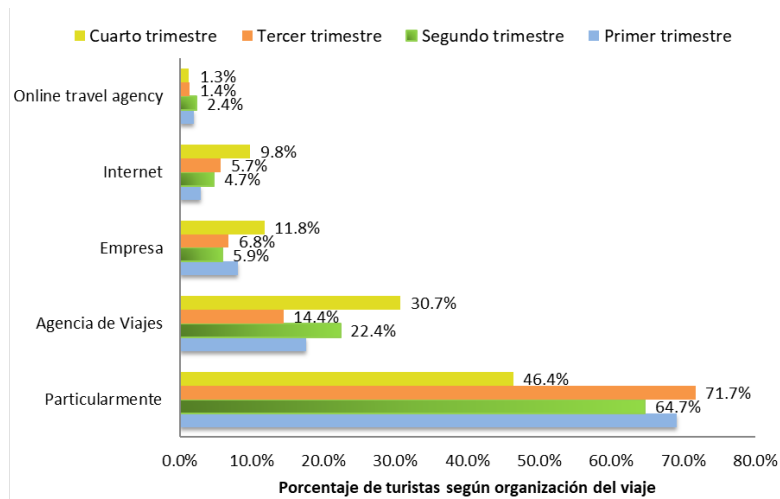
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3. Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que predomina entre los turistas que pernoctan en hoteles es el viaje organizado de manera independiente (46.4%). Turistas que organizan su viaje a través de su empresa o por agencia de viajes alcanzan únicamente el 11.8% y el 30.7%, respectivamente. El uso de internet y de agencias de viaje online es menos de 10% en cada caso (Ilustración 63).

Los turistas que se hospedan en hoteles continúan organizado su viaje de manera independiente y ahora también organizan por medio de agencia de viajes en relación con el cuarto parcial del año 2018.

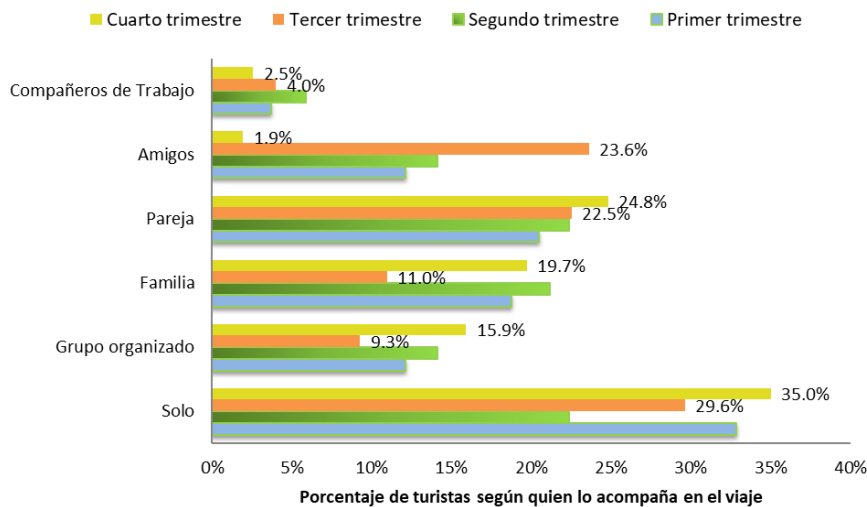
Ilustración 63: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos, con pareja o familia (35%, 24.8% y 19.7% respectivamente), mientras que en el cuarto trimestre del año 2018 los turistas prefirieron viajar solos en una proporción del 57.1% o compañeros de trabajo (11.4%) (Ilustración 64).

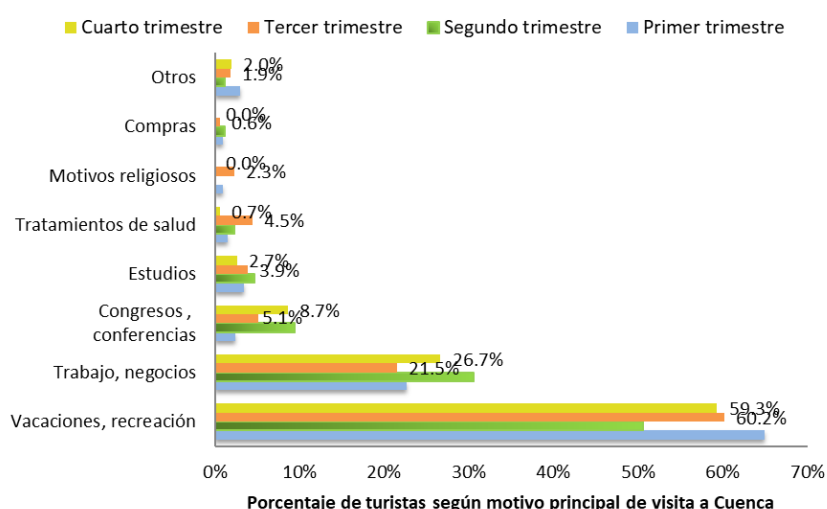
Ilustración 64: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En esta época del año, se corrobora que el turista en establecimiento hotelero viene por motivos fundamentalmente recreacionales (59.3%) proporción que es 33.3 puntos porcentuales más que el registrado en el cuarto trimestre del año 2018 (26%). Hay un 26.7% que viene por motivos de trabajo o negocios. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 9% cada una.

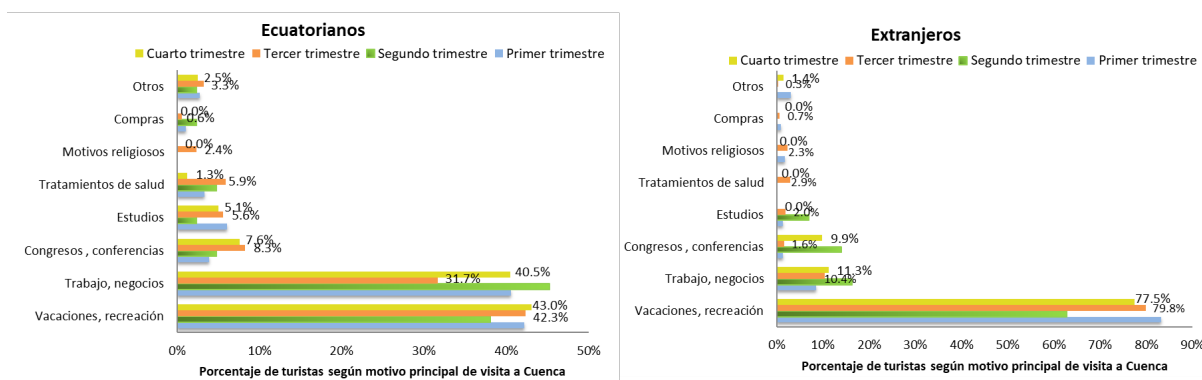
Ilustración 65: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 66 evidencia un comportamiento disímil en cuanto al motivo principal del viaje, entre los turistas nacionales y los extranjeros hospedados en hoteles. El motivo recreacional explica 4 de cada 5 visitas de los turistas internacionales, mientras que, para el turismo nacional, solo explica casi 2 de cada 5 visitas. La fuerte proporción de turistas nacionales hospedados en hoteles que visitan la ciudad por trabajo/negocios o estudios es otra de las diferencias fundamentales.

Ilustración 66: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

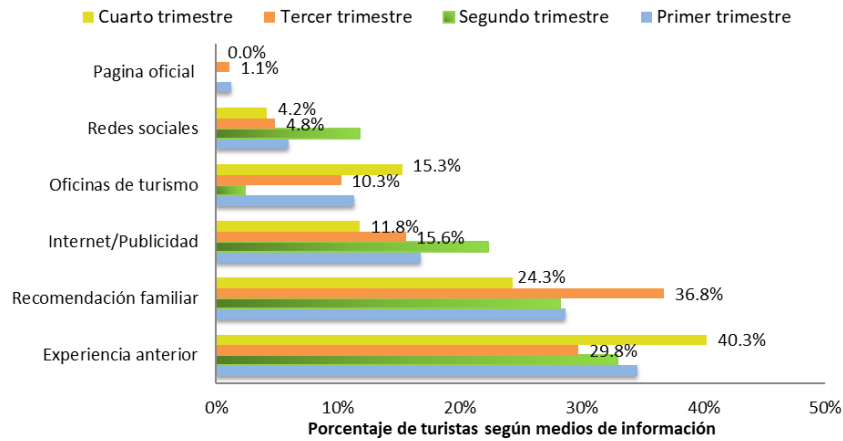
5.4. Medios de Información Utilizados

Las experiencias pasadas y las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 40.3% de las fuentes de información sobre la ciudad, utilizadas por el turismo alojado en hoteles. Ahora, también el uso de oficinas de turismo, e internet y publicidad es mayor en el trimestre actual (15.3% y 11.8% respectivamente) en relación con el cuarto trimestre del año del año 2018 (1.7% y 2.2% respectivamente). El uso de redes sociales y páginas oficiales es mínimo o nulo ya que representa menos del 5% del total en cada caso. (Ilustración 67).

En el caso particular de los turistas ecuatorianos, éstos continúan basando su información acerca de la ciudad en experiencias anteriores (51.3%), y un porcentaje menor en recomendaciones

familiares (20.5%). Para el turista extranjero, en cambio, la fuente principal, sigue siendo la recomendación de familiares/amigos (28.8%), y ahora también las experiencias anteriores (27.3%) y las oficinas de turismo internacional (28.8%) (Ver anexo 10).

Ilustración 67: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



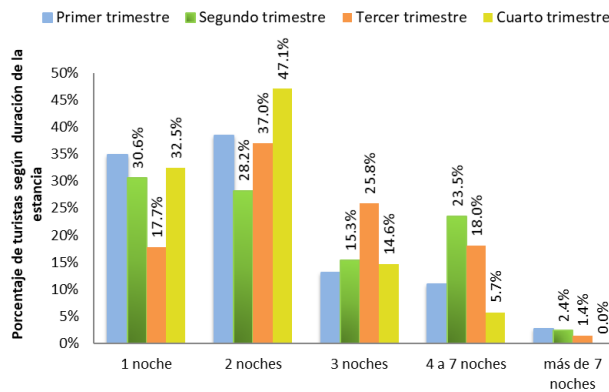
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5. Duración de la Estancia

En la Ilustración 68 se revela que en el trimestre actual, el 47.1% de los turistas hospedados en hoteles pernoctó dos noches, mientras que 14.6% lo hizo por tres noches. Quienes se hospedan solamente una noche representan el 32.5% del total de visitantes. Frente a los resultados del cuarto trimestre 2018, ahora existe una mayor proporción que se quedan dos noches (47.1%) frente al 33.8% que en el periodo similar 2018 permanecía ese tiempo.

Se encontró además que 82.6% de los visitantes que abandonan el hotel indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento; solamente 17.4% reveló que se quedará noches adicionales en otro establecimiento, siendo la más común la respuesta una noche extra.

Ilustración 68: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles

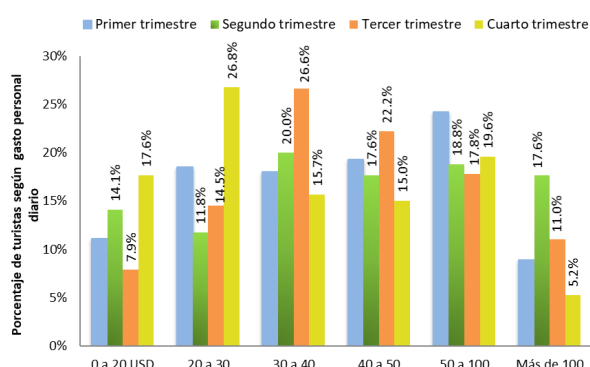


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 69 revela el patrón de gasto del turista hospedado en hoteles, para el cuarto trimestre 2019. Se observa que en 2019 la mayor proporción de turistas gastó diariamente entre 20 a 30 dólares durante la estadía (26.8%); otro tanto (15.7%) erogó entre 30 a 40 dólares. Se observa una disminución considerable del porcentaje de visitantes que gastan diariamente un valor entre 30 a 40 dólares (21.3% en el periodo similar del año 2018) y un incremento del porcentaje de trabajadores que gasta entre 50 a 100 dólares (19.6% en el trimestre actual) en comparación con el cuarto trimestre del año 2018 (8.3%).

Ilustración 69: Gasto Personal Diario durante la estadía



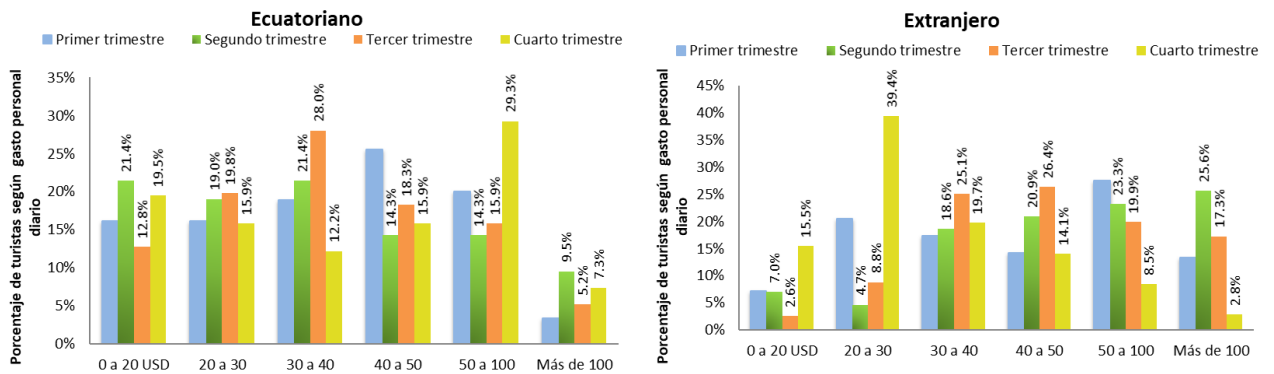
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Cuando se analiza el gasto en función de la nacionalidad del turista, se evidencia que el visitante nacional gasta menos que el turista extranjero. En la Ilustración 70 se puede apreciar un comportamiento en forma de montículo en la distribución del gasto del turista nacional, mientras que la distribución del gasto del turista extranjero presenta cierta aglomeración a la derecha de la distribución en los primeros trimestres del año 2019, pero su comportamiento cambia en el último trimestre donde la aglomeración se encuentra a la izquierda de la distribución.

Se obtuvo un promedio ponderado del gasto, resultando que los visitantes ecuatorianos gastaron en el cuarto trimestre 2019 aproximadamente \$USD 48.05, frente al extranjero que gastó \$USD34.36. El gasto promedio ponderado del turista nacional es mayor al presentado en el cuarto trimestre del año 2018 (\$USD 32.78), mientras que en el caso del turista extranjero el gasto fue menor respecto a su periodo similar 2018 (\$USD 50.51).

Ilustración 70: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista

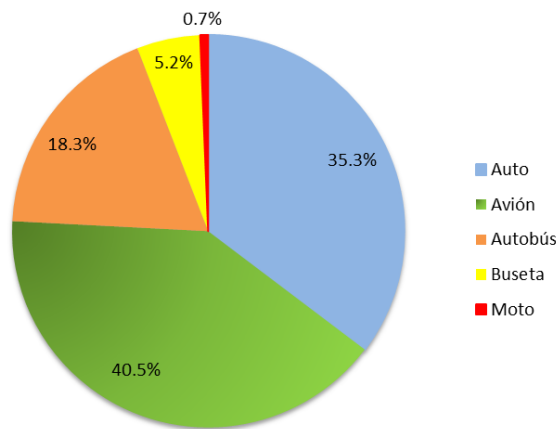


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.7. Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en establecimiento hotelero, 40.5% llegó a la ciudad utilizando avión, y un 35.3% vino en auto. Aquellos que utilizaron autobús o buseta corresponden al 18.3% y 5.2%, respectivamente. Es interesante notar la buseta como medio de transporte disminuye su importancia pasando de 32.5% en el 2018 a 5.2% en el 2019.

Ilustración 71: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad

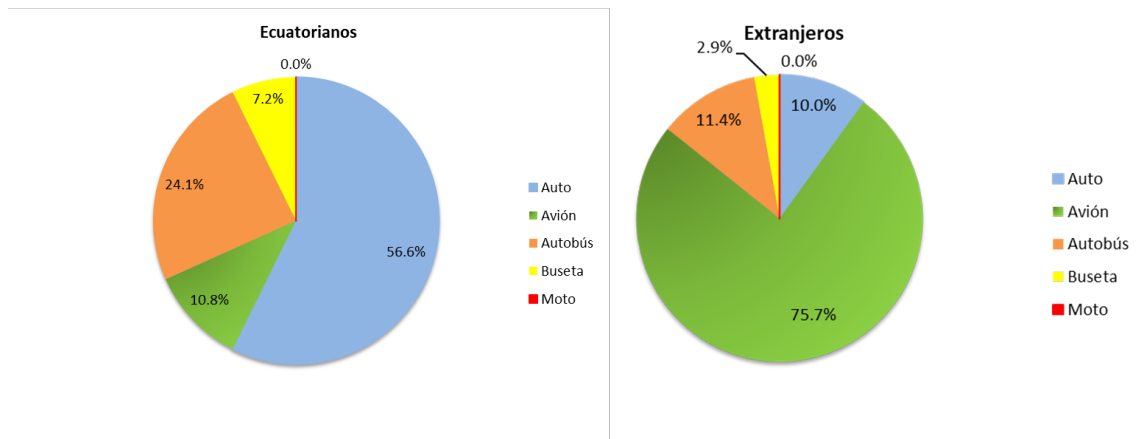


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Analizando el medio de transporte utilizado, de acuerdo a la procedencia del turista (Ver

Ilustración 72), la mayoría de turistas nacionales utilizó auto para visitar la ciudad (56.6%) y un 24.1% usó autobús; mientras que un 75.7% de los turistas extranjeros llegaron en avión y un 11.4% en autobús.

Ilustración 72: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

6. La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Otro componente del diagnóstico del turismo en el Cantón Cuenca, corresponde al estudio de oferta turística. Cabe indicar que en este estudio se presenta información sobre la tasa de ocupación, las tarifas promedio, la tarifa Rev Par (Revenue per Available Room) y la proporción de huéspedes nacionales y extranjeros por tipo de establecimiento.

En la Tabla 19 se presenta el número de hoteles catastrados según cada categoría de establecimiento hotelero, información que fue proporcionada por la Fundación Turismo para Cuenca en el año 2019, según el cual existe un total de establecimientos hoteleros en la ciudad de Cuenca.

Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2019

Categoría de hotel		Número de hoteles catastrados
Hoteles	5 estrellas	5
	4 estrellas	12
	3 estrellas	33
	2 estrellas	27
Hostales	3 estrellas	17
	2 estrellas	38
	1 estrella	62
Categoría única	categoría única	10
Hosterías	Hosterías	6
Total		210

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Es importante señalar que la recolección de información se realiza por medio aplicación de encuestas online. La Tabla 20 resume el número de encuestas realizadas durante cada mes en el periodo enero-diciembre 2019. En promedio, el número de establecimientos relevados al mes es de 40, lo que implica un 19% respecto al catastro.

Tabla 20: Origen de los datos relevamiento: enero-diciembre 2019

Mes	Encuestas online
Enero	47
Febrero	41
Marzo	41
Abril	44
Mayo	46
Junio	37
Julio	47
Agosto	32
Septiembre	42
Octubre*	41
Noviembre**	33
Diciembre***	30
TOTAL	481

Nota: *Semidefinitivo
 Provisional *Semiprovisional
 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 el tamaño y la distribución de la muestra, por tipo de alojamiento, en el periodo enero-diciembre 2019.

Tabla 21: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-diciembre 2019

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre*	Noviembre**	Diciembre***	Total
Hotel Cinco estrellas	3	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	23
Hotel Cuatro estrellas	3	3	2	4	2	2	6	4	3	4	3	3	39
Hotel Tres estrellas	12	9	9	9	11	6	8	6	9	7	7	5	98
Hotel Dos estrellas	8	5	7	7	5	6	5	4	4	7	5	4	67
Hostal Tres estrellas	3	5	5	5	8	7	7	5	7	7	5	7	71
Hostal Dos estrellas	7	6	6	7	7	4	8	3	7	5	4	4	68
Hostal Una estrellas	8	6	6	7	9	7	7	5	6	6	5	4	76
Hosterías	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	1	21
Categoría única	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	18
TOTAL	47	41	41	44	46	37	47	32	42	41	33	30	481

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

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.

6.1. Principales indicadores de oferta turística

En esta sección se presentan los principales indicadores de oferta hotelera, con frecuencia mensual. Se inicia analizando la categoría Total, siendo esta una categoría que incluye todos los establecimientos hoteleros por tipo, a saber: hoteles, hostales, hosterías y pensiones.

Posteriormente se detallan los indicadores de oferta a nivel de las dos principales categorías hoteleras: hoteles y hostales¹².

6.1.1. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 22 se presentan los indicadores de oferta para el total de los establecimientos hoteleros del cantón.

Se aprecia que la proporción de turistas nacionales hospedados en los establecimientos de alojamiento de la ciudad, osciló entre 73.2% y 65.3% en el tercer trimestre, siendo el promedio de 70.3%. Por su parte la proporción de turistas extranjeros osciló entre 26.8% a 34.7%, siendo el promedio de 29.7%.

Tabla 22: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Total

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 32.2	\$ 34.1	\$ 30.1	\$ 31.2	\$ 29.6	\$ 31.4	\$ 37.4	\$ 38.4	\$ 29.9	\$ 35.2	\$ 28.1	\$ 44.0	\$ 30.1	\$ 34.1
Porcentaje de huéspedes nacionales	70.3%	72.0%	73.4%	73.2%	76.1%	69.3%	75.1%	66.4%	75.7%	72.4%	73.2%	72.2%	65.3%	70.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	29.7%	28.0%	26.6%	26.8%	23.9%	30.7%	24.9%	33.6%	24.3%	27.6%	26.8%	27.8%	34.7%	29.7%
Tasa de ocupación	30.2%	38.3%	33.5%	31.2%	31.4%	31.2%	38.8%	41.0%	34.5%	38.1%	31.0%	40.7%	33.6%	35.1%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

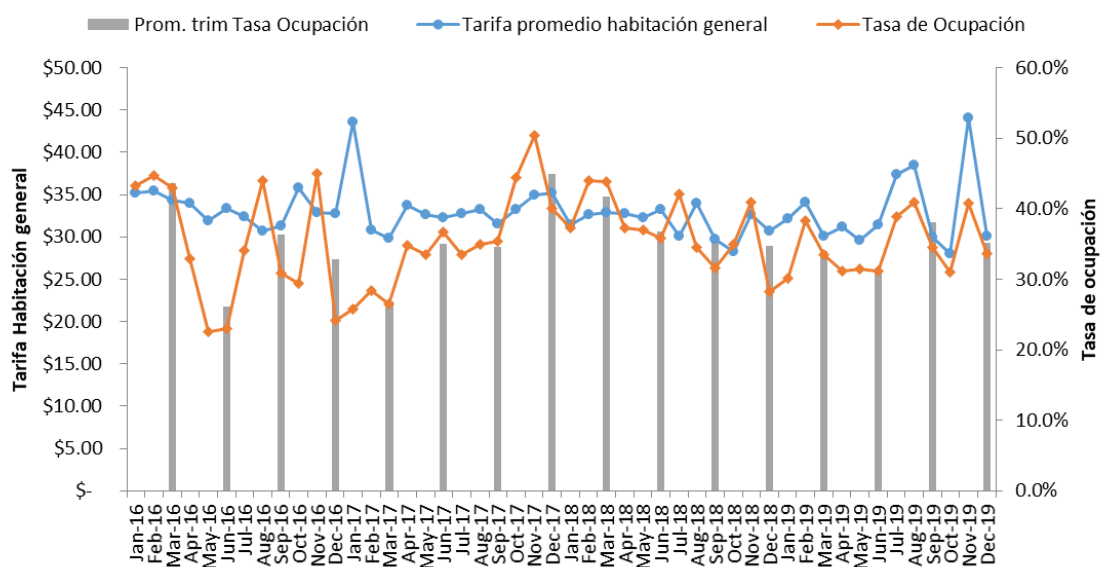
En cuanto a la tasa de ocupación, la ciudad registró una ocupación mensual promedio en el cuarto trimestre de 35.1%; esta tasa es similar a la registrada en el mismo periodo 2018 (34.7%), y al observado en el tercer trimestre 2019 (38.1%). En el mes de noviembre se registró la mayor tasa de ocupación hotelera (40.7%) del periodo octubre-diciembre del 2019.

Con respecto a la tarifa promedio de una habitación general, ha oscilado entre \$28.1 y \$30.1 en el trimestre actual, registrando un valor promedio de \$34.1, en el periodo de estudio, este indicador muestra un incremento respecto al cuarto trimestre 2018 (\$30.5) y se mantiene en niveles similares a los reportados en el tercer parcial 2019 (\$35.2).

De acuerdo a la Ilustración 73, los indicadores obtenidos para la categoría Total se ven muy estables a lo largo del tiempo, sin embargo, éstos tienden a fluctuar más cuando se los calcula por categoría de establecimiento hotelero, como se verá en los siguientes acápite.

¹² Se excluye de este análisis pensiones y hosterías, debido fundamentalmente a que la muestra obtenida para estas categorías es muy pequeña, y puede acarrear incluso problemas con la confidencialidad de la información individual. 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 73: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.2. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

En esta categoría se agrupan hoteles que en el catastro son de cinco estrellas. Estos son cuatro en la ciudad.

Tabla 23: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 106.5	\$ 98.9	\$ 101.8	\$ 111.0	\$ 144.0	\$ 115.0	\$ 117.5	\$ 131.0	\$ 112.9	\$ 120.5	\$ 74.2	\$ 88.7	\$ 80.0	\$ 80.9
Porcentaje de huéspedes nacionales	69.8%	72.4%	67.3%	57.8%	32.1%	54.7%	74.9%	57.2%	66.2%	66.1%	66.7%	76.1%	65.3%	69.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	30.2%	27.6%	32.7%	42.2%	67.9%	45.3%	25.1%	42.8%	33.8%	33.9%	33.3%	23.9%	34.7%	30.6%
Tasa de ocupación	44.8%	50.8%	44.7%	48.6%	30.5%	37.9%	53.4%	62.8%	57.2%	57.8%	38.4%	70.7%	52.4%	53.9%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

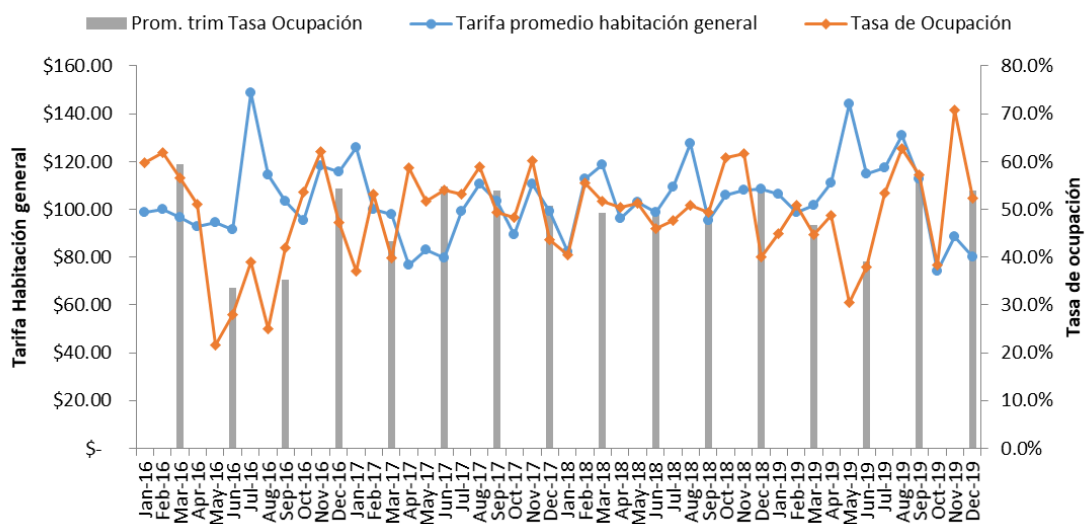
En los establecimientos hoteleros Cinco Estrellas el porcentaje de hospedados nacionales fue, en promedio de 69.4% al mes en el trimestre actual, siendo el mes de diciembre el que presenta el mayor porcentaje de huéspedes extranjeros del cuarto trimestre (34.7%). Por otro lado, la proporción de huéspedes extranjeros es más baja durante el mes de noviembre (Tabla 23).

La tarifa promedio de una habitación general varió entre \$74.2 y \$80, mientras que el promedio fue de \$80.9. Este rubro es menor respecto a la tarifa promedio registrada durante el tercer trimestre 2019 (\$120.5), y es menor al promedio mensual en el tercer trimestre 2018 (USD\$ 107.5). La Tabla 23 muestra que la mayor tarifa en este trimestre, se dio en el mes de noviembre.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje cinco estrellas es el más alto, dentro de todas las categorías, debido a que se alcanzó una tasa de ocupación promedio mensual de 53.9% durante el trimestre analizado, valor que es menor al nivel de ocupación promedio mensual en el cuarto parcial 2018, 2017 y 2016 (54.2%, 50.7% y 54.3% respectivamente). En promedio, los niveles de ocupación en el cuarto trimestre del 2019 son 3.9 puntos porcentuales menos que en el tercer parcial del año 2019 (Tabla 23).

De acuerdo a la Ilustración 74 se observa un incremento de la tarifa de una habitación general que alcanza su segundo mayor pico en el mes de mayo 2019 en el periodo enero 2016 a diciembre 2019, lo que está acompañado de una caída en la tasa de ocupación hotelera con respecto a trimestres anteriores. Mientras que la tasa de ocupación presentó el mayor valor registrado en el periodo analizado en el mes de noviembre 2019 (70.7%).

Ilustración 74: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.3. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

En general este grupo de establecimientos mantiene tasas de ocupación y tarifas que son menores a los de cinco estrellas. En cuanto al origen de los huéspedes, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 52%, que es mayor al registrado en hoteles cinco

estrellas. Esta proporción es 17.10 puntos porcentuales por arriba de lo observado en el trimestre anterior. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de noviembre en todo el periodo analizado.

Tabla 24: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$53.9	\$53.2	\$57.5	\$59.1	\$57.7	\$57.6	\$64.4	\$57.4	\$52.3	\$58.0	\$48.5	\$55.7	\$54.7	\$52.9
Porcentaje de huéspedes nacionales	40.3%	49.9%	30.8%	66.7%	63.3%	44.0%	67.9%	66.4%	60.9%	65.1%	62.6%	35.3%	46.2%	48.0%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	59.7%	50.1%	69.2%	33.3%	36.7%	56.0%	32.1%	33.6%	39.1%	34.9%	37.4%	64.7%	53.8%	52.0%
Tasa de ocupación	34.9%	49.1%	39.5%	43.5%	46.9%	32.2%	52.7%	61.0%	57.8%	57.2%	31.0%	51.8%	50.3%	44.4%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

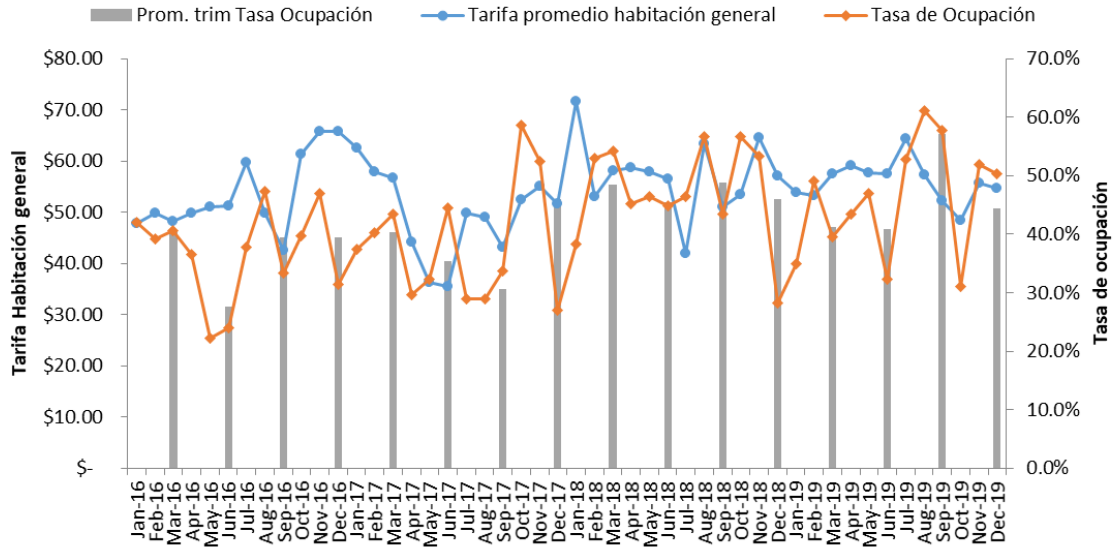
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$48.5 y USD \$55.7, lo que dio un promedio de USD \$52.9 al mes en el trimestre actual (Tabla 24). La comparación interanual de la tarifa promedio en esta categoría de establecimientos ha disminuido en aproximadamente 9% respecto al cuarto trimestre del 2018 (\$58.3).

Al diferencia que en el caso de hoteles cinco estrellas, el mes de agosto presentó mayor tasa de ocupación en todo el periodo analizado (61%). Además de la tarifa, la tasa de ocupación promedio mensual en el trimestre actual (44.4%) es ligeramente menor respecto a los niveles presentados en años anteriores, 46% en el mismo trimestre de los años 2017 y 2018 en cada caso.

De acuerdo a la Ilustración 75, los niveles de ocupación promedio mensual entre el segundo y tercer trimestre 2019, incrementa significativamente en 16.4 puntos porcentuales, en este periodo se observa los mayores niveles de ocupación en todo el periodo enero 2016- diciembre 2019, pero la ocupación sufre una caída fuerte en el mes de octubre 2019.

Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.4. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

A diferencia de las dos categorías analizadas previamente, en los hoteles de tres estrellas el porcentaje de huéspedes extranjeros es bastante bajo en relación al total de huéspedes. En la Tabla 25 vemos que este porcentaje fue en promedio de 16.4% al mes. Este comportamiento se vuelve la norma a partir de esta categoría.

Tabla 25: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 36.6	\$ 37.2	\$ 29.1	\$ 34.4	\$ 28.7	\$ 28.9	\$ 37.5	\$ 30.8	\$ 28.9	\$ 32.4	\$ 35.3	\$ 32.6	\$ 28.0	\$ 32.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	76.5%	80.5%	91.8%	87.4%	86.2%	93.8%	85.1%	65.1%	89.6%	79.9%	88.8%	84.9%	77.1%	83.6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	23.5%	19.5%	8.2%	12.6%	13.8%	6.2%	14.9%	34.9%	10.4%	20.1%	11.2%	15.1%	22.9%	16.4%
Tasa de ocupación	19.0%	25.6%	23.9%	25.3%	24.1%	18.9%	30.2%	42.3%	31.7%	34.7%	15.8%	39.7%	16.5%	24.0%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

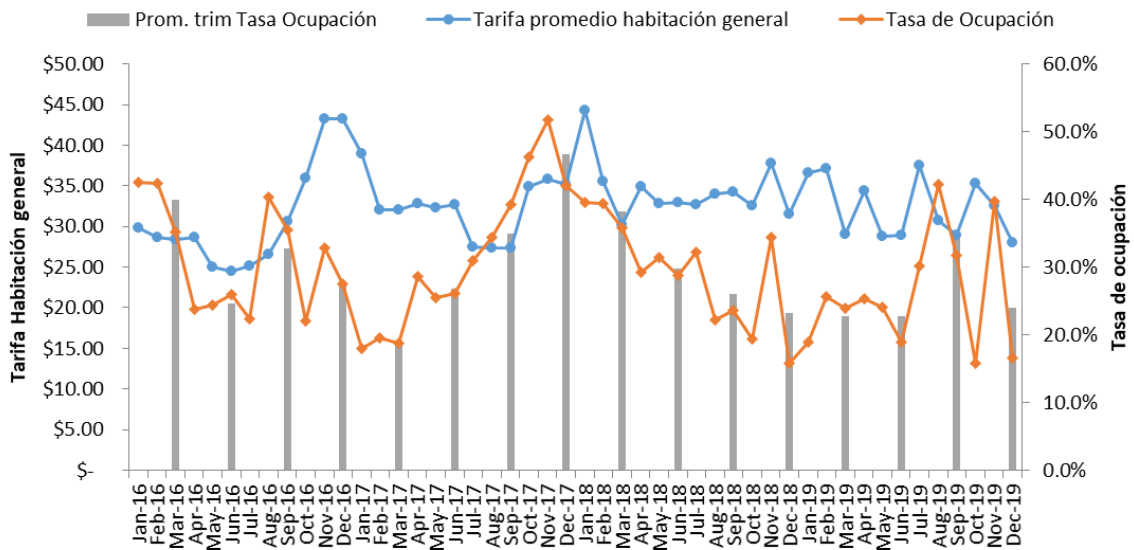
En cuanto a la tarifa mensual de la habitación general, podemos ver que en promedio ésta fue de USD \$32, valor similar que la tarifa promedio mensual presentado en el tercer trimestre \$32.4. Al igual que en las categorías anteriores, en la categoría hoteles tres estrellas el nivel de ocupación ha disminuido significativamente en 10.7 puntos porcentuales en el trimestre actual (24%) en comparación con el tercer parcial (34.7%).

De acuerdo a la Ilustración 76, a pesar de la estabilidad de la tarifa de una habitación general, la tasa de ocupación de este tipo de establecimiento hotelero sufre un desplome desde el mes de

noviembre del año 2017, pero a partir de enero 2019 parece recuperarse o se mantiene en niveles similares.

La tarifa de una habitación general en el cuarto trimestre 2019 es menor al registrado en el mismo parcial 2018 (\$58.3 en promedio), pero los niveles de ocupación presentan una caída en el mes de octubre 2019.

Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.5. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

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

Tabla 26: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.1	\$ 21.8	\$ 21.7	\$ 22.8	\$ 22.1	\$ 15.3	\$ 22.3	\$ 29.1	\$ 17.2	\$ 22.9	\$ 22.7	\$ 28.6	\$ 28.9	\$ 26.7
Porcentaje de huéspedes nacionales	74.2%	47.0%	70.7%	72.4%	69.8%	64.9%	66.0%	57.4%	64.8%	62.8%	70.0%	72.8%	66.4%	69.7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	25.8%	53.0%	29.3%	27.6%	30.2%	35.1%	34.0%	42.6%	35.2%	37.2%	30.0%	27.2%	33.6%	30.3%
Tasa de ocupación	32.5%	35.5%	32.2%	27.5%	24.0%	34.8%	25.4%	27.4%	35.7%	29.5%	26.6%	30.7%	31.4%	29.5%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

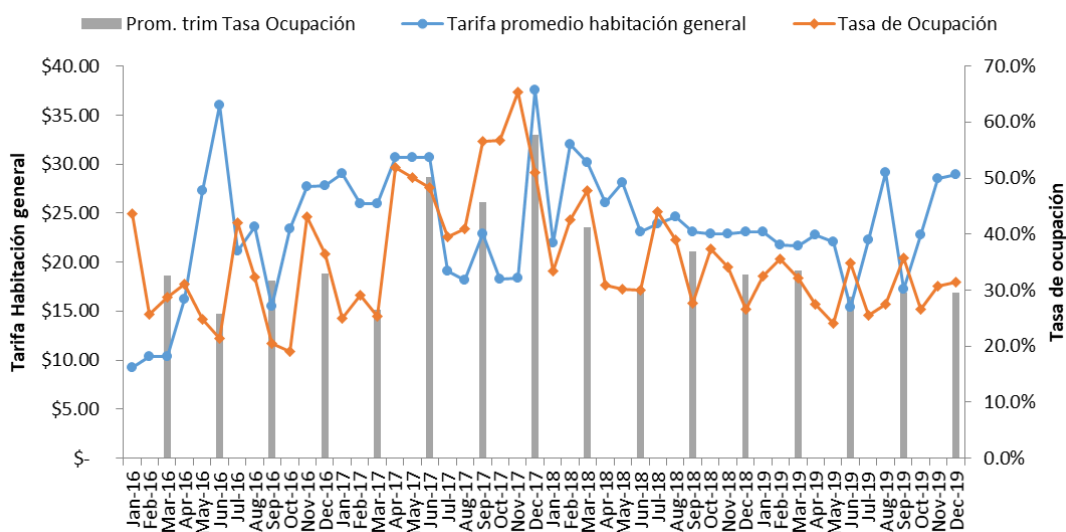
El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la de tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 30.3%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de agosto con valor de 42.6% en todo el periodo analizado.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$26.7 dólares. Este rubro es relativamente mayor al observado en el cuarto trimestre 2017 y 2018 (USD \$24.8 y \$22.9 respectivamente) y en el tercer trimestre 2019 (USD \$22.9).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio de 29.5% al mes, por lo que presenta niveles similares de ocupación con respecto al tercer parcial 2019 (29.5%) pero menor a su similar 2017 y 2018 (57.7% y 32.7% respectivamente).

De acuerdo a la Ilustración 77, la tarifa de una habitación general muestra estabilidad a partir de junio 2018 cuyos valores fluctúan entre 22 y 24 dólares. Pero a partir de junio 2019 los valores empiezan a fluctuar. Por otra parte, la tasa de ocupación muestra el mismo patrón de variación a partir de enero 2018, con ligero sesgo hacia la baja.

Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

6.1.6. Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales

Hostales Tres Estrellas

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

Tabla 27: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.6	\$ 26.6	\$ 23.5	\$ 25.2	\$ 22.7	\$ 24.2	\$ 26.6	\$ 29.1	\$ 23.7	\$ 26.5	\$ 21.1	\$ 33.5	\$ 29.3	\$ 27.9
Porcentaje de huéspedes nacionales	60.8%	60.7%	83.0%	68.4%	76.7%	72.7%	64.5%	65.4%	70.6%	66.8%	72.1%	70.8%	77.9%	73.6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	39.2%	39.3%	17.0%	31.6%	23.3%	27.3%	35.5%	34.6%	29.4%	33.2%	27.9%	29.2%	22.1%	26.4%
Tasa de ocupación	30.5%	38.3%	44.2%	44.5%	36.3%	39.3%	35.9%	42.6%	32.1%	36.9%	31.1%	33.9%	33.6%	32.9%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

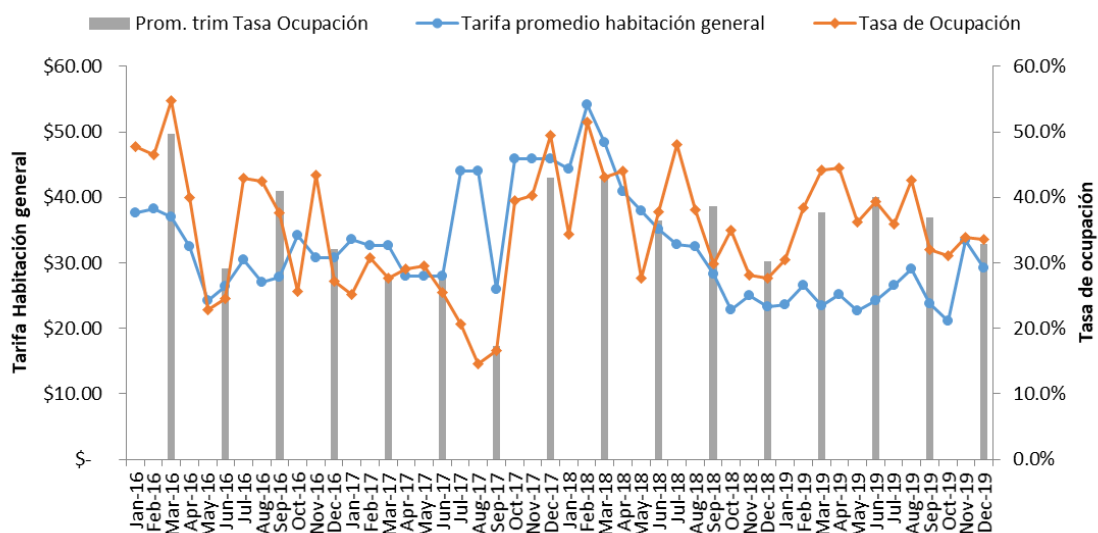
En los establecimientos de hostales Tres Estrellas, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 26.4%. Resulta interesante notar que esta proporción está alrededor de 10 puntos porcentuales por encima de la observada en los establecimientos de hoteles tres estrellas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en los meses de enero y febrero.

La tarifa de una habitación general, podemos ver que en promedio ésta fue de USD \$27.9 en promedio mensual. Este rubro es similar respecto al registrado en el periodo comprendido entre julio y septiembre 2019 (\$26.5).

Con respecto a la tasa de ocupación, en promedio mensual es de 32.9% en el parcial analizado, valor que es similar que el 30.3% obtenido en el cuarto trimestre 2018, pero menor respecto al tercer trimestre 2019 (36.9%).

De acuerdo a la Ilustración 78, a partir de marzo 2018 sufre un desplome consecutivo en la tarifa de una habitación general, hasta octubre 2018, desde entonces, el indicador se mantiene estable con pequeñas variaciones en un rango de 22.9 a 23.5 dólares.

Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

En esta sección se analizan los hostales Dos estrellas. En la Tabla 28 se puede revisar la ocupación, los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 28: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 20.1	\$ 18.0	\$ 15.4	\$ 16.9	\$ 19.4	\$ 19.6	\$ 19.2	\$ 21.4	\$ 15.7	\$ 18.8	\$ 14.7	\$ 17.5	\$ 17.3	\$ 16.5
Porcentaje de huéspedes nacionales	54.3%	83.9%	64.2%	73.2%	86.1%	51.5%	82.2%	40.7%	83.1%	68.7%	86.2%	54.4%	76.6%	72.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	45.7%	16.1%	35.8%	26.8%	13.9%	48.5%	17.8%	59.3%	16.9%	31.3%	13.8%	45.6%	23.4%	27.6%
Tasa de ocupación	40.9%	54.0%	37.1%	26.7%	39.1%	27.0%	38.0%	42.7%	33.4%	38.1%	30.2%	24.4%	41.6%	32.1%

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

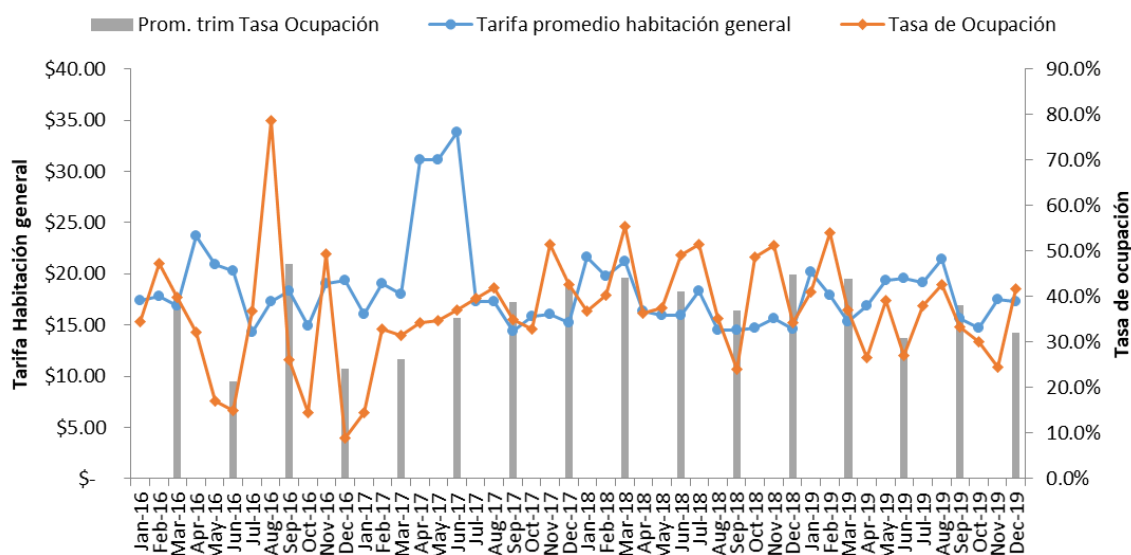
El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la categoría hotel tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 27.6%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de agosto.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$16.5, 2.3 dólares menos que en el tercer trimestre 2019 (\$18.8).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio al mes de 32.1%, ocupación que es menor respecto al tercer trimestre (38.1%) y a lo registrado en el mismo periodo 2017 y 2018 (42.3% y 44.7% respectivamente).

Los establecimientos hostales dos estrellas, mantiene la tarifa de una habitación general que varía entre \$14.4 y \$21.6 desde julio 2017 hasta diciembre 2019.

Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales una estrella

En los hostales una estrella el porcentaje de huéspedes extranjeros es de 20.7% mensual, proporción que es menor que en las categorías previas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de noviembre.

Tabla 29: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17.1	\$ 20.2	\$ 16.8	\$ 19.9	\$ 26.5	\$ 26.4	\$ 21.2	\$ 19.8	\$ 23.1	\$ 21.4	\$ 21.0	\$ 22.7	\$ 21.9	\$ 21.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	86.5%	83.3%	89.6%	86.3%	82.0%	83.7%	83.2%	87.0%	86.8%	85.7%	87.7%	70.1%	80.1%	79.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	13.5%	16.7%	10.4%	13.7%	18.0%	16.3%	16.8%	13.0%	13.2%	14.3%	12.3%	29.9%	19.9%	20.7%
Tasa de ocupación	30.0%	33.0%	32.1%	30.7%	31.9%	24.4%	37.1%	29.5%	30.3%	32.3%	51.4%	44.5%	35.4%	43.8%

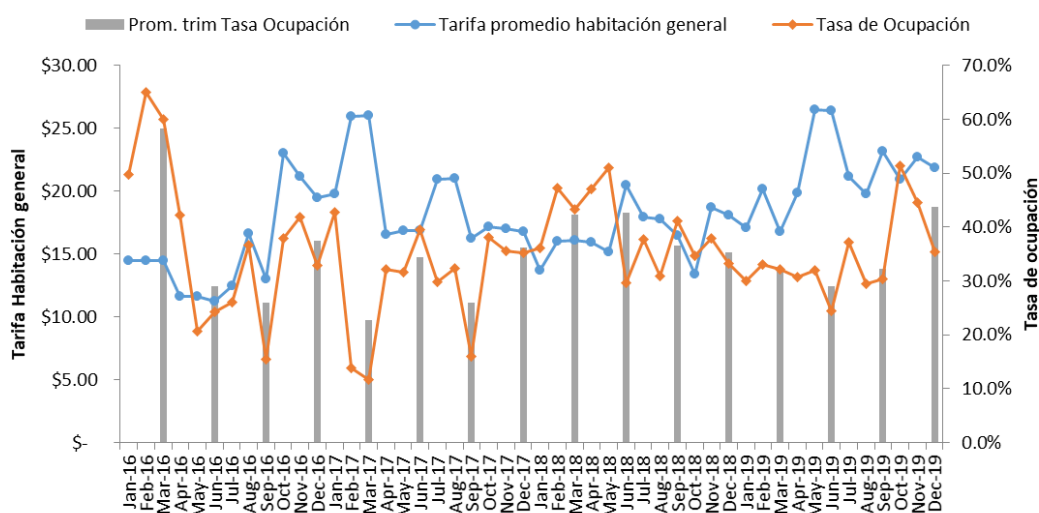
Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$21 y USD \$21.9, registrando un promedio de USD \$21.8 al mes, tarifa que es similar al presentado en el tercer trimestre 2019 (USD \$21.4). Con respecto a la tasa de ocupación, fue de 43.8% en promedio mensual en el trimestre analizado, valor que es 11.5 puntos porcentuales más respecto al trimestre anterior.

Desde junio 2018, la tasa de ocupación muestra el mismo patrón de variación con ligero sesgo hacia la baja. En los meses de mayo y junio 2019 se observa un pico en la tarifa de una habitación general, que es el mayor valor registrado desde abril 2017. Mientras que en este trimestre los niveles de ocupación incrementaron alcanzando niveles de ocupación registrados en el primer trimestre 2018.

Ilustración 80: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.7. 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 30: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos
Enero - diciembre 2019

Categoría establecimiento	Meses			Meses			Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre		octubre*	noviembre**	diciembre***	
Total	\$ 10.5	\$ 14.0	\$ 11.3	\$ 11.2	\$ 9.4	\$ 10.0	\$ 14.7	\$ 19.3	\$ 12.6	\$ 15.5	\$ 8.1	\$ 15.5	\$ 11.1	\$ 11.6
Hotel Cinco estrellas	\$ 44.8	\$ 49.2	\$ 44.1	\$ 50.7	\$ 44.1	\$ 51.8	\$ 57.3	\$ 80.2	\$ 55.5	\$ 64.3	\$ 27.0	\$ 61.4	\$ 42.5	\$ 43.6
Hotel Cuatro estrellas	\$ 19.2	\$ 24.6	\$ 24.4	\$ 27.0	\$ 25.3	\$ 18.3	\$ 31.7	\$ 33.7	\$ 28.8	\$ 31.4	\$ 15.5	\$ 42.1	\$ 26.8	\$ 28.1
Hotel Tres estrellas	\$ 6.3	\$ 11.6	\$ 7.2	\$ 11.1	\$ 8.2	\$ 7.9	\$ 12.6	\$ 15.8	\$ 10.7	\$ 13.0	\$ 7.9	\$ 14.0	\$ 5.6	\$ 9.2
Hotel Dos estrellas	\$ 8.4	\$ 8.1	\$ 7.1	\$ 6.8	\$ 4.2	\$ 7.0	\$ 7.6	\$ 9.5	\$ 8.2	\$ 8.4	\$ 6.0	\$ 8.0	\$ 9.9	\$ 8.0
Hostal Tres estrellas	\$ 10.1	\$ 11.1	\$ 15.9	\$ 9.6	\$ 10.3	\$ 7.5	\$ 10.4	\$ 15.5	\$ 10.8	\$ 12.2	\$ 7.3	\$ 14.1	\$ 11.2	\$ 10.9
Hostal Dos estrellas	\$ 6.9	\$ 9.0	\$ 5.8	\$ 5.1	\$ 6.9	\$ 4.9	\$ 8.0	\$ 8.8	\$ 6.7	\$ 7.9	\$ 5.4	\$ 4.9	\$ 6.6	\$ 5.6
Hostal Una estrella	\$ 5.9	\$ 7.4	\$ 5.7	\$ 5.3	\$ 5.7	\$ 4.7	\$ 8.0	\$ 6.2	\$ 5.0	\$ 6.4	\$ 6.4	\$ 8.6	\$ 6.4	\$ 7.1

Nota: *Semidefinitivo **Provisional ***Semiprovisional

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se puede ver que son, de acuerdo a lo esperado, los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen, con \$43.6 y \$28.1, respectivamente, durante el periodo analizado. Para las demás categorías los valores disminuyen sensiblemente, llegando a \$9.2 para hoteles tres estrellas y \$8 para hotel dos estrellas. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$10.9. En promedio los hostales dos estrellas presentan una tarifa RevPar con un valor de 5.6 dólares y los hostales una estrella tiene la tarifa 7.1 dólares. La mayoría de categorías registran disminuciones en la tarifa RevPar respecto al tercer trimestre 2019, lo que se debe fundamentalmente a la disminución en la tasa de ocupación.

Se observa que las categorías de hoteles: cinco estrellas disminuyen su rentabilidad por habitación en relación al mismo trimestre del año 2018, mostrando una disminución de 14.41 dólares. Mientras que las categorías de hotel cuatro, tres, dos estrellas y hostales tres estrellas presentaron niveles similares en su rentabilidad según lo reportado en el cuarto trimestre 2018.

7. Anexos

ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO ENERO – DICIEMBRE 2019

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)				
	Primer trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Cuarto Trimestre Feriado
Terminales	908	742	662	501	288
Aeropuerto	606	602	626	535	338
Hoteles	405	85	654	157	No aplica
Total	1919	1429	1942	1193	626

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS POR MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA A LA CIUDAD DE CUENCA Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero

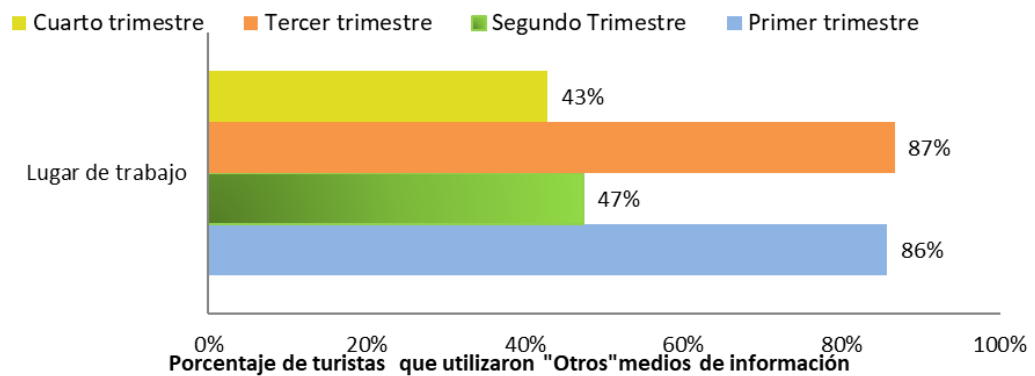
Turista Extranjero	Motivo de visita				
	Recreación	Visita Familiares	Negocios	Otros motivos	Total
EEUU	62.90%	22.58%	9.68%	4.84%	100.00%
Colombia	20.00%	13.33%	53.33%	13.33%	100.00%

Alemania	75.00%	10.00%	10.00%	5.00%	100.00%
España	45.83%	20.83%	29.17%	4.17%	100.00%
Perú	26.67%	13.33%	40.00%	20.00%	100.00%
Argentina	44.44%	11.11%	11.11%	33.33%	100.00%
Canadá	63.64%	27.27%	9.09%	0.00%	100.00%
Francia	85.00%	5.00%	10.00%	0.00%	100.00%
Italia	80.00%	0.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Chile	0.00%	0.00%	50.00%	50.00%	100.00%
Venezuela	5.26%	31.58%	63.16%	0.00%	100.00%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

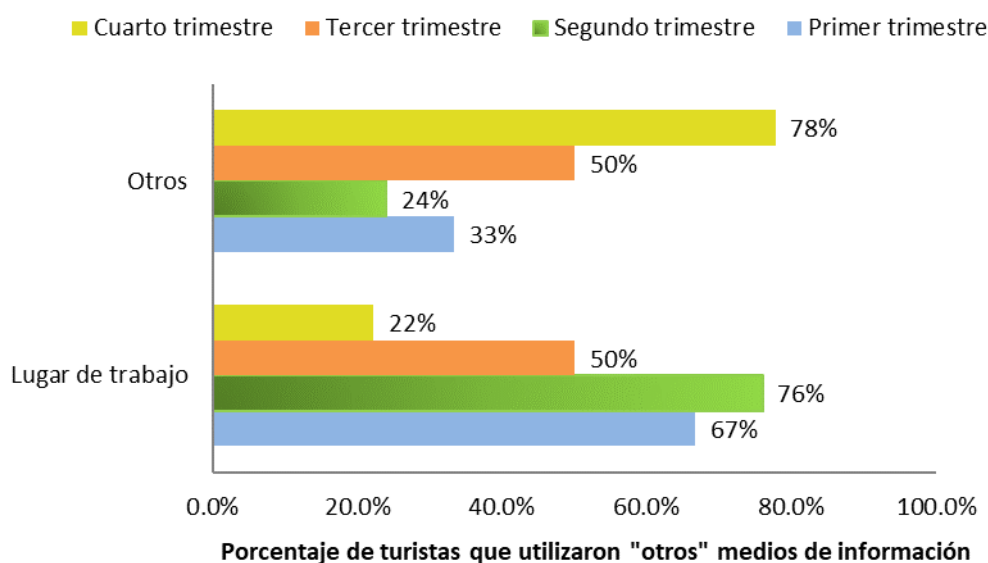
ANEXO 3: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 81: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 82: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 4. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. COMPAÑÍA DE VIAJE

Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero

Turista extranjero	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	4	37.9%	2.1%	9.0%	40.0%	10.3%	0.7%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	4	56.8%	0.0%	15.9%	27.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	4	71.6%	2.7%	5.4%	8.1%	1.4%	10.8%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	66.7%	0.0%	0.0%	13.3%	13.3%	6.7%	100.0%
	Estudios, investigación	4	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	100.0%

	Tratamiento de salud	4	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	4	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total		4	50.7%	2.1%	9.0%	26.9%	6.9%	4.5%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional

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	4	32.4%	1.9%	34.3%	21.9%	8.6%	1.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	4	64.1%	0.0%	21.1%	12.7%	1.7%	0.4%	100.0%
	Negocios, actividades	4	77.6%	1.9%	3.4%	3.4%	0.7%	13.1%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	65.9%	4.9%	12.2%	9.8%	2.4%	4.9%	100.0%
	Estudios, investigación	4	71.2%	9.6%	5.8%	0.0%	5.8%	7.7%	100.0%
	Tratamiento de salud	4	45.9%	0.0%	43.2%	10.8%	0.0%	0.0%	100.0%

	Motivos religiosos	4	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	4	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Total	4	64.0%	1.9%	16.2%	9.4%	2.7%	5.8%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 5. MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA VS. TIPO DE ALOJAMIENTO

Tabla 34: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero

Turista Extranjero		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIO EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	76.6%	3.4%	13.8%	6.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	4	15.9%	6.8%	75.0%	2.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	4	73.0%	4.1%	21.6%	1.4%	0.0%	0.0%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

	Estudios, investigación	4	44.4%	0.0%	33.3%	22.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	4	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	4	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Total	4	65.9%	4.1%	25.2%	4.8%	0.0%	0.0%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 35: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

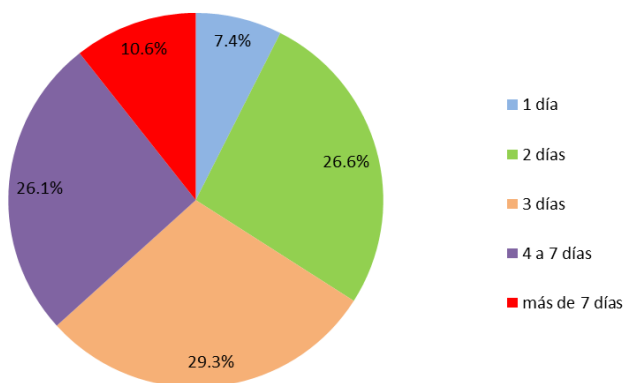
Turista Nacional		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIO EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	61.5%	3.8%	30.8%	3.8%	0.0%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	4	13.0%	1.3%	85.3%	0.4%	0.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	4	53.4%	3.7%	41.4%	1.1%	0.0%	0.4%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	68.3%	0.0%	29.3%	2.4%	0.0%	0.0%	100.0%

	Estudios, investigación	4	17.3%	9.6%	71.2%	0.0%	0.0%	1.9%	100.0%
	Tratamiento de salud	4	8.1%	0.0%	89.2%	0.0%	0.0%	2.7%	100.0%
	Motivos religiosos	4	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	4	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Total		4	37.3%	3.0%	58.1%	1.2%	0.0%	0.4%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 6. TURISTAS EXTRANJEROS QUE SE ALOJAN EN HOTEL POR DURACIÓN DE LA ESTANCIA

Ilustración 83: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 7. NIVEL DE SUSTITUCIÓN HOTELERA DE TURISTAS EXTRANJEROS

Tabla 36: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el cuarto trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca

Categoría establecimiento	Número de huéspedes Extranjeros hospedados		Porcentaje de huéspedes extranjeros			Tarifa de una habitación general		
	Cuarto trimestre 2018	Cuarto trimestre 2019	Cuarto trimestre 2018	Cuarto trimestre 2019***	Diferencia 2019-2018	Promedio Cuarto trimestre 2018	Promedio Cuarto trimestre 2019	Diferencia* 2019-2018
Hotel Cinco estrellas	3806	5556	30.5%	20.3%	-10.2%	\$ 107.5	\$ 80.0	(\$ 27.5)
Hotel Cuatro estrellas	2874	4693	23.1%	17.2%	-5.9%	\$ 58.3	\$ 52.9	(\$ 5.4)
Hotel Tres estrellas	1031	4268	8.3%	15.6%	7.4%	\$ 34.0	\$ 32.0	(\$ 2.0)
Hotel Dos estrellas	1043	3585	8.4%	13.1%	4.8%	\$ 22.9	\$ 26.7	\$ 3.8
Hostal Tres estrellas	376	2953	3.0%	10.8%	7.8%	\$ 23.7	\$ 27.9	\$ 4.3
Hostal Dos estrellas	1105	2034	8.9%	7.4%	-1.4%	\$ 15.0	\$ 16.5	\$ 1.5

Hostal Una estrella	995	2427	8.0%	8.9%	0.9%	\$ 16.7	\$ 21.8	\$ 5.1
Total**	12468	27311	100.0%	100.0%		\$ 30.5	\$ 34.1	\$ 3.5

Nota: * Valores negativos entre paréntesis. **Total incluye todos los establecimientos hoteleros como categoría única y hosterías.
***Los valores son provisionales.

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 8: PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO Y NACIONAL

Tabla 37: Perfil del Turista Extranjero

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	44.8%	6.1%
	30 a 44 años	32.4%	38.6%
	45 a 65 años	19.3%	47.4%
Nivel de Instrucción	Primaria	0.0%	0.0%
	Secundaria	11.0%	7.9%
	Superior	73.8%	70.2%
	Postgrado	15.2%	21.9%
Profesión del Turista Extranjero	Director	1.9%	0.0%
	Técnico Superior	0.0%	1.0%
	Profesional Independiente	76.4%	68.3%
	Servidor público	6.6%	6.7%
	Administración	1.9%	6.7%
	Comerciante	7.5%	10.6%
	Obrero	0.0%	2.9%
	Otros	5.7%	3.8%
Composición núcleo familiar	Vive solo	40.3%	4.4%
	Solo padres e hijos	54.2%	91.2%
	Padres e hijos y otros familiares	5.6%	4.4%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

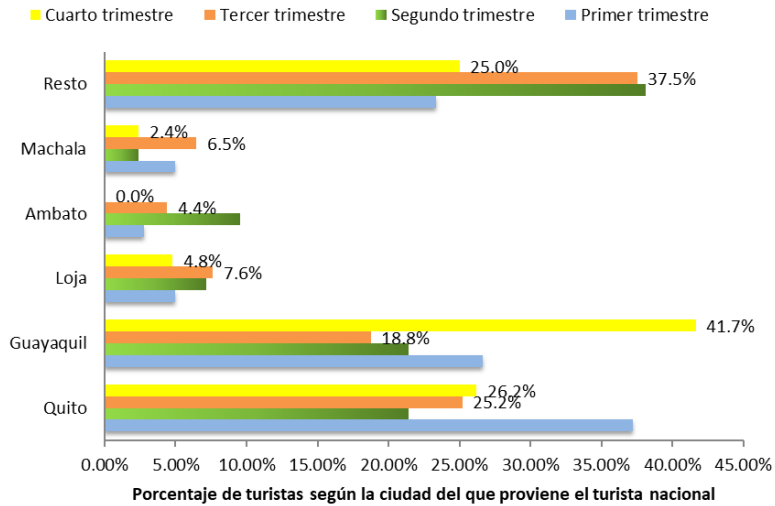
Tabla 38: Perfil del Turista Nacional

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	57.8%	8.4%
	30 a 44 años	32.5%	45.1%
	45 a 65 años	7.1%	41.5%
Nivel de Instrucción	Primaria	1.6%	3.1%
	Secundaria	23.3%	18.5%
	Superior	69.6%	69.2%
	Postgrado	5.5%	9.2%
	Director	2.4%	1.4%

Profesión del Turista Extranjero	Técnico Superior	3.8%	4.5%
	Profesional Independiente	59.9%	58.7%
	Servidor público Administración	12.3%	9.8%
	Comerciante	4.7%	9.4%
	Obrero	6.1%	6.3%
	Otros	4.2%	4.5%
	Otros	6.6%	5.2%
Composición núcleo familiar	Vive solo	30.1%	1.7%
	Solo padres e hijos	61.8%	86.6%
	Padres e hijos y otros familiares	8.1%	11.8%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

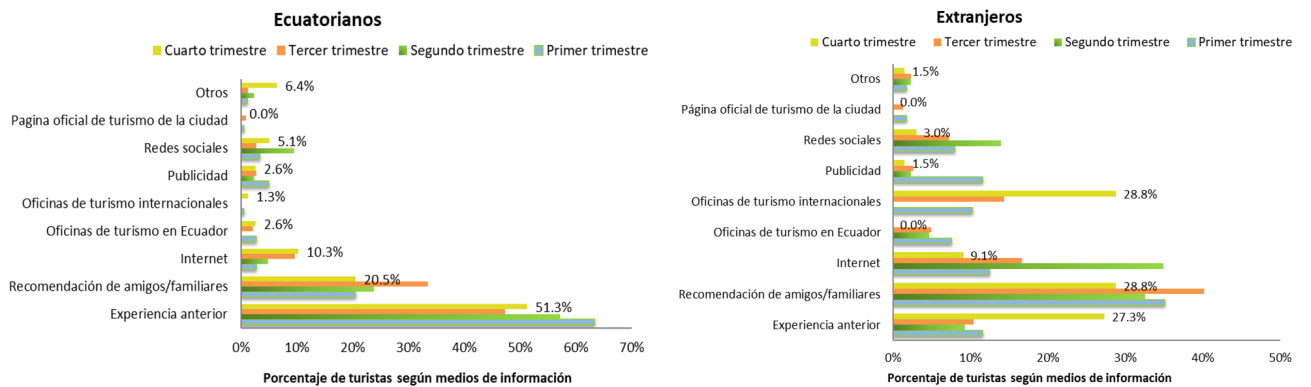
ANEXO 9: PROCEDENCIA DEL TURISTA NACIONAL POR CIUDAD EN ESTABLECIMIENTO HOTELERO
Ilustración 84: Turista Nacional por ciudad de procedencia



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 10: PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL TURISTA EN HOTELES

Ilustración 85: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER