

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN UNO PRIMER TRIMESTRE DE 2019

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Abril 2019



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda
Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

CONTENIDO

1.	Presentación	8
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	9
2.1	Metodología del Estudio	9
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 en una semana normal y una semana de feriado.....	12
3.1	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal.....	12
3.1.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero.....	12
3.1.2	Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	19
3.1.3	Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	22
3.1.4	La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	24
3.1.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	32
3.1.6	Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	37
3.1.7	Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en semana normal	38
3.2	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado.....	39
3.2.1	Características sociodemográficas:	39
3.2.2	Motivación del turista:	41
3.2.3	Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:.....	42
3.2.4	Costo de la estancia:	43
3.2.5	Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad.....	44
4.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal y en una semana de feriado.....	46
4.1.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal	46
4.1.5	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	46
4.1.6	Motivación del Turista.....	52
4.1.7	Organización del Viaje.....	55
4.1.8	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	56
4.1.9	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal .	64
4.1.10	Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca.....	68

4.1.11.	Perfil del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en semana normal.....	69
4.2.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana de feriado	71
4.2.1.	Características sociodemográficas:	71
4.2.2.	Motivación del turista:	72
4.2.3.	Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:.....	73
4.2.4.	Costo de la estancia:	74
4.2.5.	Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad	75
5.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	76
5.1.	Edad, Género y Procedencia	77
5.2.	Estado Civil y Ocupación de Turista	81
5.3.	Organización del Viaje y Motivación	83
5.4.	Medios de Información Utilizados	85
5.5.	Duración de la Estancia	86
5.6.	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	87
5.7.	Medio de transporte utilizado	88
6.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	90
6.1.	Principales indicadores de oferta turística.....	91
6.1.5.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	92
6.1.6.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	94
6.1.7.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas	95
6.1.8.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	97
6.1.9.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	99
6.1.10.	Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales	100
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	100
	<i>Hostales dos estrellas</i>	102
	<i>Hostales una estrella</i>	104
6.1.11.	Tarifa RevPar	105
7.	Anexos.....	107

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.....	14
Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	15
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	16
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.....	22
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca	22
Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo	23
Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero	25
Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro	29
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.....	33
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	34
Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero.....	35
Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	36
Ilustración 21: Turista Extranjero que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.....	37
Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero.....	37
Ilustración 23: Comparación características sociodemográficas del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado.....	40
Ilustración 24: Comparación motivación del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado.....	42
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	43
Ilustración 26: Comparación del costo de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	44
Ilustración 27: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	45
Ilustración 28: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	46
Ilustración 29: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	47
Ilustración 30: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	48
Ilustración 31: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	49
Ilustración 32: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	49
Ilustración 33: Sector Económico en que labora el Turista Nacional	50
Ilustración 34: Con quién vive el Turista Nacional	51
Ilustración 35: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	52
Ilustración 36: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	53
Ilustración 37: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	54

Ilustración 38: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	54
Ilustración 39: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	55
Ilustración 40: Número de Personas en el Grupo	55
Ilustración 41: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional	57
Ilustración 42: Composición del gasto total turístico por rubro	62
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.....	65
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.....	66
Ilustración 45: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	67
Ilustración 46: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	67
Ilustración 47: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable	68
Ilustración 48: Ingreso mensual del Turista Nacional	69
Ilustración 49: Comparación características sociodemográficas del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	71
Ilustración 50: Comparación de la motivación del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado.....	73
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.....	74
Ilustración 52: Comparación del costo de la estancia del Turista Nacional en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado	74
Ilustración 53: Comparación de la disponibilidad de retorno y recomendabilidad del destino de la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	75
Ilustración 54: Procedencia del Turista en el Hotel.....	77
Ilustración 55: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones.....	78
Ilustración 56: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	79
Ilustración 57: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	80
Ilustración 58: Edad del turista en el hotel	80
Ilustración 59: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	81
Ilustración 60: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	81
Ilustración 61: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	82
Ilustración 62: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	82
Ilustración 63: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	83
Ilustración 64: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	83
Ilustración 65: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	84
Ilustración 66: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	84
Ilustración 67: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista	85
Ilustración 68: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	86
Ilustración 69: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles	86
Ilustración 70: Gasto Personal Diario durante la estadía	87
Ilustración 71: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista.....	88
Ilustración 72: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	88
Ilustración 73: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista	89
Ilustración 74: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	93

Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – marzo 2019.....	93
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa ocupación, cinco estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	95
Ilustración 77: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –marzo 2019	95
Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	96
Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - marzo 2019	97
Ilustración 80: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	98
Ilustración 81: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - marzo 2019	98
Ilustración 82: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	99
Ilustración 83: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - marzo 2019	100
Ilustración 84: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019.....	101
Ilustración 85: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - marzo 2019	102
Ilustración 86: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019.....	103
Ilustración 87: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - marzo 2019	103
Ilustración 88: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	104
Ilustración 89: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - marzo 2019	104
Ilustración 90: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	108
Ilustración 91: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	108
Ilustración 92: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia.....	113
Ilustración 93: Turista Nacional por ciudad de procedencia.....	116
Ilustración 94: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros	116

Índice de Tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	18
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	24
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	25
Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero	27
Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	27
Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	28
Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros	31
Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo.....	32
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.....	44
Tabla 10: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	51
Tabla 11: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	56
Tabla 12: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional.....	58
Tabla 13: Duración de la estancia del Turista Nacional.....	59
Tabla 14: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	60
Tabla 15: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional.....	61
Tabla 16: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional	63
Tabla 17: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	64
Tabla 18: Comparación de la percepción sobre los servicios que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	75
Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2018	90
Tabla 20: Origen de los datos relevamiento: enero-marzo 2019.....	90
Tabla 21: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-marzo 2019.....	91
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Total	92
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría cinco estrellas	94
Tabla 24: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Cuatro Estrellas.....	96
Tabla 25: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría: tres estrellas.....	97
Tabla 26: Indicadores de oferta enero- marzo: Categoría: dos estrellas	99
Tabla 27: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Tres Estrellas	100
Tabla 28: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Dos Estrellas	102
Tabla 29: Indicadores de oferta enero-marzo: Categoría Hostales Una Estrella	104
Tabla 30: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	105
Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero	107
Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero.....	109
Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional	110
Tabla 34: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero	111
Tabla 35: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional.....	112
Tabla 36: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el primer trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca.....	113
Tabla 37: Perfil del Turista Extranjero	114
Tabla 38: Perfil del Turista Nacional.....	115

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 proporciona información relevante acerca de la tipología del turista que visita el Cantón Cuenca y se caracteriza por el reporte de hallazgos relevantes con respecto a los trimestres previos ya reportados en el boletín uno del año 2018 con los resultados obtenidos en el primer trimestre 2019 de indicadores de demanda y se comparan.

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 enero-marzo 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 primeros trimestres 2018 y 2019 poniendo especial énfasis en el trimestre enero-marzo 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 en una semana normal y una semana de feriado

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

3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

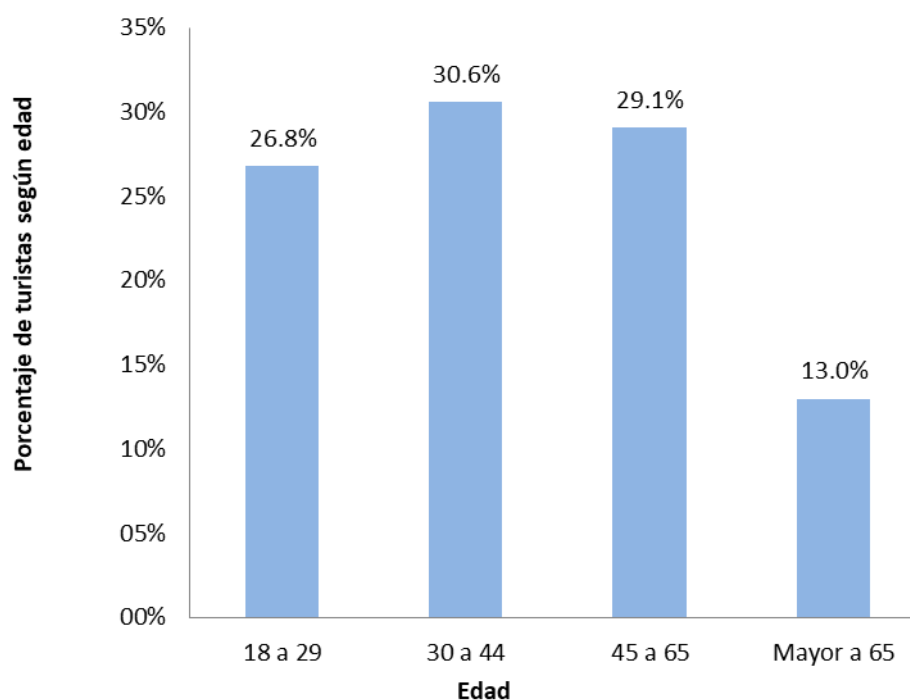
3.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en la Las medidas de ubicación en el trimestre enero-marzo revelan una media de 40.64 años y una mediana de 37 años. La moda es de 28 años al igual que en los trimestres anteriores.

, en este trimestre se registra una mayor concentración de visitantes con edades entre 30 a 44 años (30.6%), en comparación con el primer trimestre 2018 (26.3%). El segundo grupo mayoritario está conformado por quienes tienen una edad entre 45 y 65 años con un porcentaje que se mantiene en (29.1%). En este parcial, hubo menor presencia de turistas jóvenes con edades entre 18 y los 29 años (26.8%) frente al 33.5% que visitaron la ciudad en el trimestre enero-marzo 2018. Finalmente, la presencia de visitantes considerados adultos mayores es alrededor del 13%.

Las medidas de ubicación en el trimestre enero-marzo revelan una media de 40.64 años y una mediana de 37 años. La moda es de 28 años al igual que en los trimestres anteriores.

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



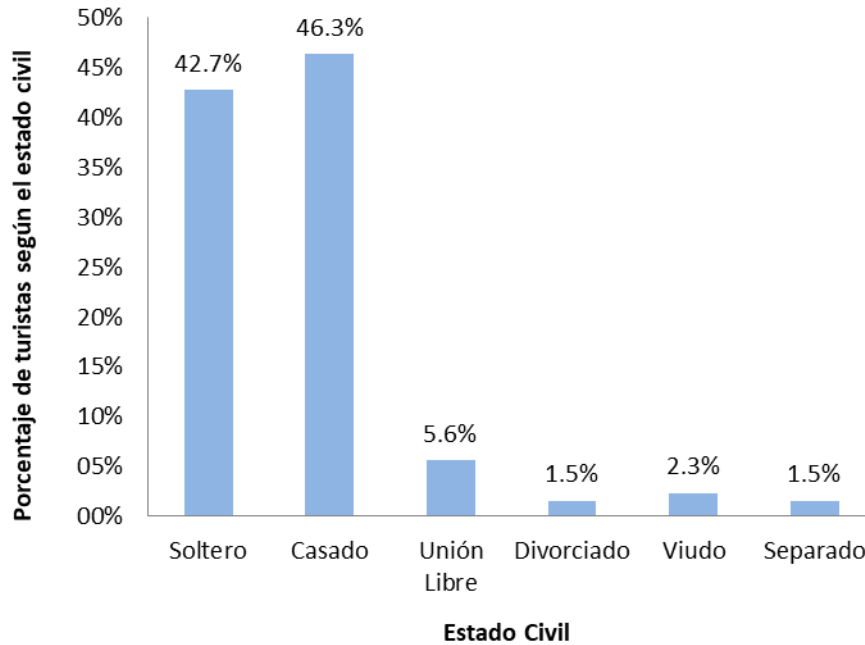
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 2, se observa que los visitantes extranjeros en su mayoría son casados (46.3%); mientras que en trimestres 2018 se registraba una mayor participación por parte de turistas

solteros, quienes en el actual trimestre registran el 42.7% del total de visitantes extranjeros. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil.

Si comparamos con los hallazgos obtenidos en el mismo trimestre 2018, los resultados indican que hubo una gran disminución (alrededor de 12 puntos porcentuales) de turistas que son solteros, a favor de un aumento de visitantes casados (11 puntos porcentuales).

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



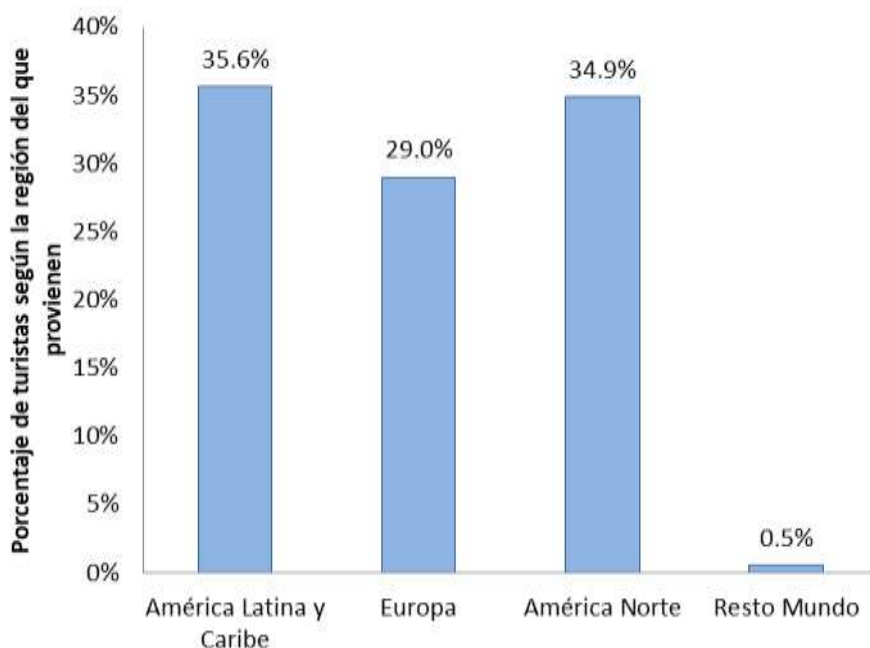
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, el relevamiento arrojó una mayor proporción de varones con el 56% menor al primer trimestre del año anterior que registró el 60.2%, versus un 44% de mujeres, lo que revela una mayor presencia de turistas mujeres, en relación al año 2018 en el mismo periodo (39.8%).

3.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de diversas partes del mundo. En esta época del año hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de América Latina y el Caribe (35.7% frente al 30.9% en el mismo periodo 2018), a diferencia del primer trimestre del año 2018 donde la mayor proporción lo conformó los turistas norteamericanos. A la par, la presencia de turistas norteamericanos fue del 34.9%, que es relativamente similar al 36.2% registrado en el trimestre similar 2018. La proporción de visitantes europeos continúa alrededor del 29%, dato similar al obtenido en el primer trimestre de 2018 (29.9%), y apenas un 0.5% provienen del resto del mundo (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene



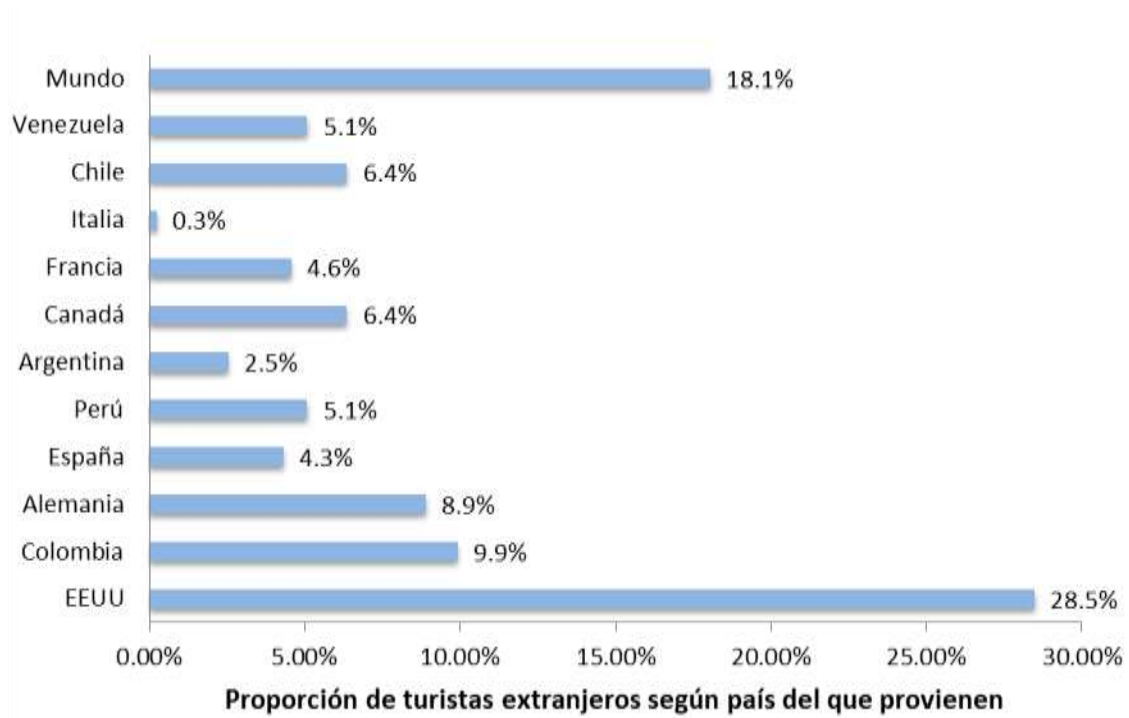
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Aunque la ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once nacionalidades extranjeras constituyen alrededor del 81.93% de turistas que visitaron la ciudad en el trimestre enero-marzo del año 2019. Entre los países de origen de la mayor parte de turistas se encuentran: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia e Italia en la región Europea; Estados Unidos y Canadá en Norte América.

En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (28.5%) al igual que en el primer trimestre del año 2018 (28.8%). Luego se encuentran, aunque en proporciones bastante menores, los turistas colombianos (9.9%), alemanes (8.9%), canadienses y chilenos (6,4% en cada caso), peruanos y venezolanos (5.1% en cada caso). La presencia de turistas argentinos, italianos, franceses, españoles es menos del 5% cada caso.

Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo no es nada desdeñable (18.1%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Dicha proporción se encuentra impulsada por un ingreso de turistas especialmente de Brasil y Suiza.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los visitantes estadounidenses provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional como Nueva York o Florida. Los turistas provenientes de Colombia, son residentes de ciudades como Bogotá y Cali, o son colombianos residentes en Quito. Los turistas venezolanos son originarios fundamentalmente de la ciudad de Caracas, pero muchos de ellos también residen en Quito; los visitantes franceses son en su mayoría de París, mientras que los visitantes españoles vienen de la ciudad de Madrid. Finalmente, los visitantes argentinos, chilenos y peruanos provienen fundamentalmente de sus capitales.

3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

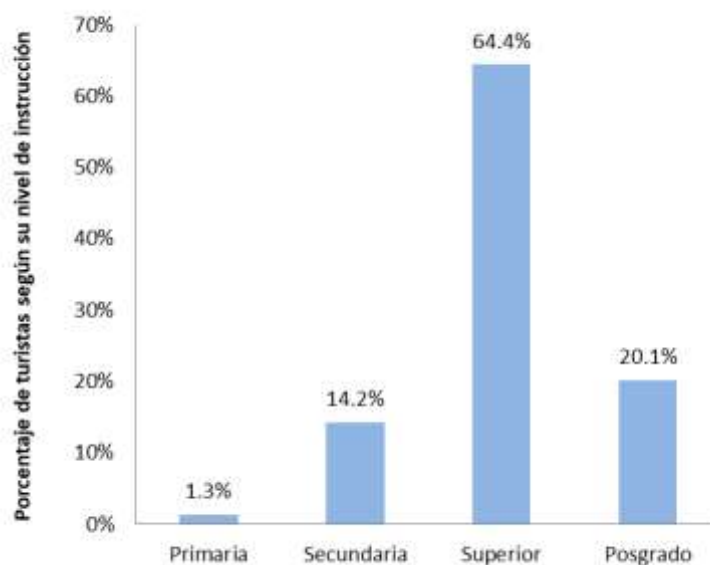
Dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo que buscan desarrollar en el cantón.

Con respecto a la educación, la Ilustración 5 revela que el turista extranjero que visita la ciudad tiene un nivel de instrucción superior (64.4%), la proporción de turistas con educación secundaria o postgrado fue de 14.2% y 20.1% respectivamente, resultados que son congruentes al primer parcial 2018. Por otro lado, la mayor parte de los turistas extranjeros labora mayoritariamente como profesional independiente (53.8%) como se aprecia en la Ilustración 6, los hallazgos indican que hay una mayor proporción de turistas en esta categoría ocupacional, en comparación con el primer trimestre del año 2018 (28.5%).

Los visitantes extranjeros que indican laborar en otro tipo de profesión representan el 8.5% en el actual período; dichos visitantes indican laborar como docentes, médicos, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan ser no significativos a nivel individual.

A la par, se evidencia que aquellos turistas que laboran en el sector público son el 9.4%, los que laboran como técnicos representa el 9%, 6.8% son administradores y 6.4% son comerciantes (ver Ilustración 6).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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



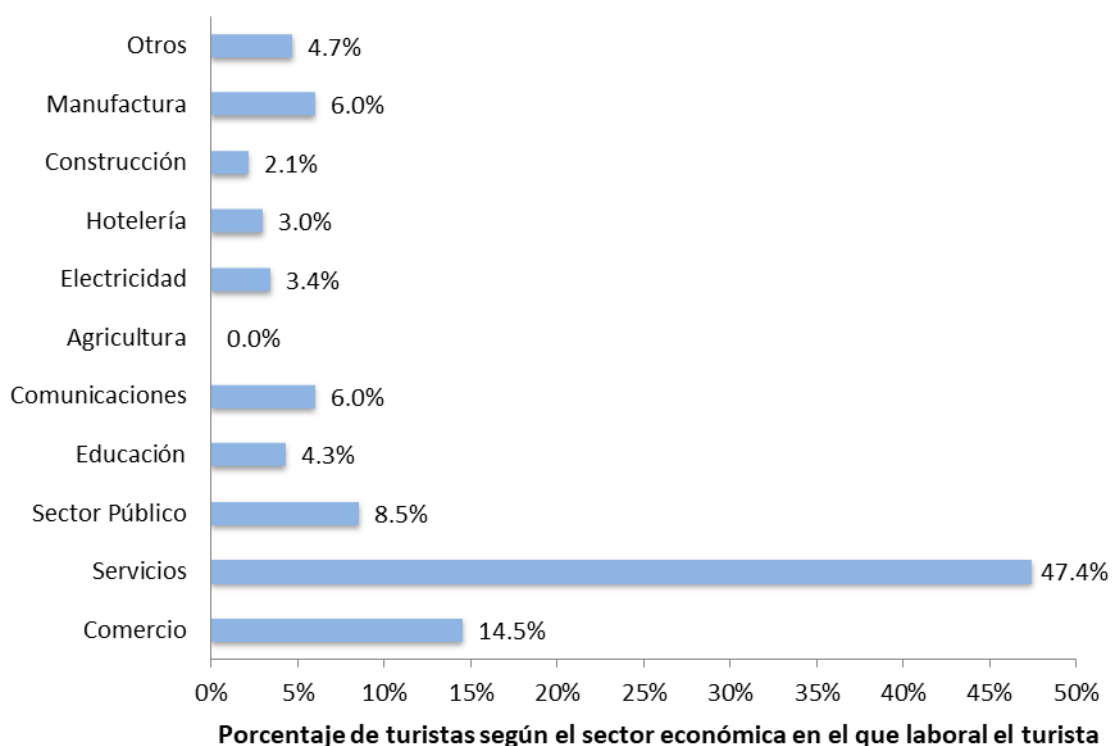
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Para concluir esta sección, de acuerdo a la ilustración 7, debemos indicar que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedica a actividades del sector de servicios (47.4%) en mayor proporción que el primer trimestre (34.8%); luego tenemos personas que laboran en el sector comercio y público (14.5% y 8.5% respectivamente). Además, se observa un incremento

de turistas de 12.6% que laboran en el sector servicios profesionales en relación con el primer trimestre del año 2018, y una disminución de turistas que laboran en el sector público (16.9% en enero-marzo 2018 respecto al 8.5% en el 2019).

De aquellos turistas que laboran en otros ámbitos económicos (4.7%), un 64% laboran en el sector salud y el restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

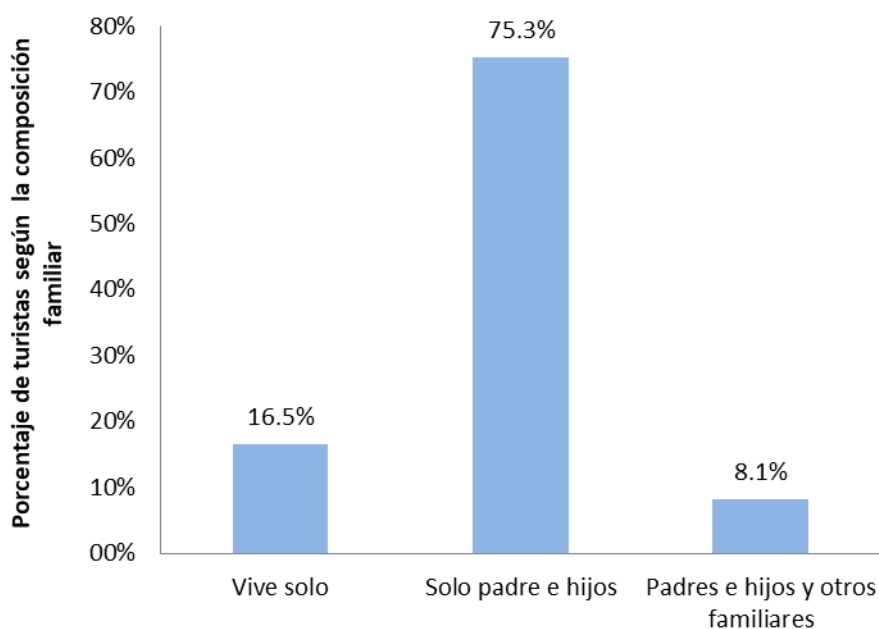
Según la Ilustración 8, en esta parte del año, el 75.3% de turistas extranjeros viven en un núcleo familiar compuesto de padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por los turistas que viven solos 16.5%. Aquellos turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares (familia extendida) representan el 8.1% de visitantes.

Se observa un incremento de 18 puntos porcentuales en la proporción de turistas que viven con padres e hijos frente al primer parcial del año 2018, incremento que podría estar ligada al

incremento de turistas casados que visitan a la ciudad en esta época del año, a la vez de una disminución de visitantes que viven solos (33.6% en 2018 a 16.5% en 2019).

Así, en el trimestre enero-marzo 2019 hubo un relativo incremento en la proporción de turistas extranjeros casados y una disminución de turistas solteros, lo que viene de la mano con el incremento de visitantes que viven con los padres.

Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNIÓN LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	12.7%	0.5%	0.5%	0.8%	0.8%	1.3%	16.5%
Solo padre e hijos	27.2%	3.8%	42.0%	0.8%	0.8%	0.8%	75.3%
Padres e hijos y otros familiares	2.8%	1.3%	3.8%	0.0%	0.0%	0.3%	8.1%
Total	42.7%	5.6%	46.3%	1.5%	1.5%	2.3%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, la mayoría de visitantes continúan formando parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (42%), proporción que es mayor al dato obtenido en el primer trimestre del 2018 (31.9%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 27.2%, que es mayor en comparación al primer trimestre del año anterior (18%). Hubo una disminución de turistas extranjeros solteros y que viven solos de 26.8% registrado en el primer trimestre del 2018 a 12.7% en el primer trimestre del 2019.

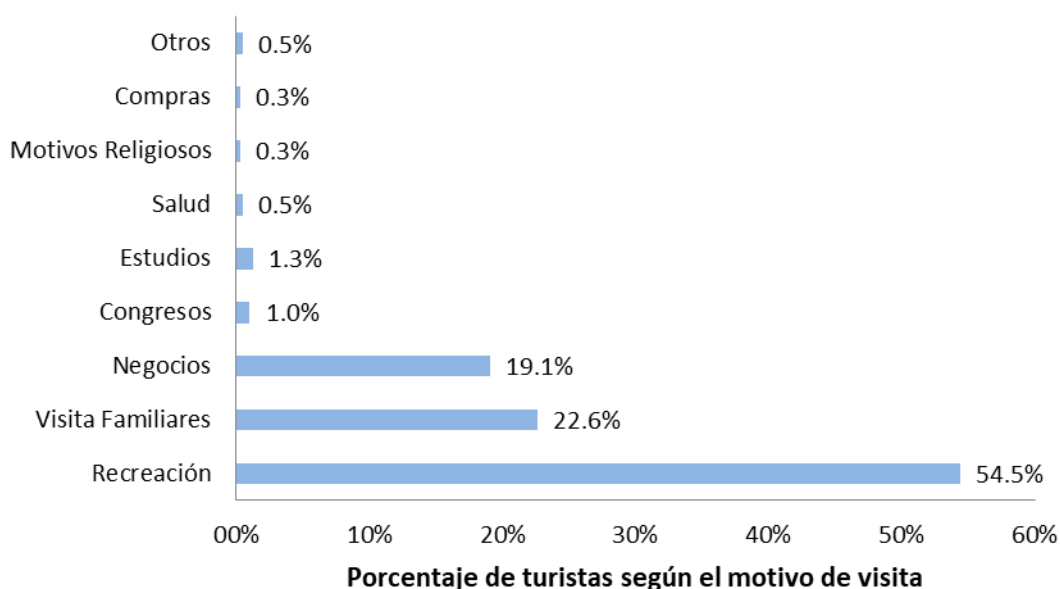
3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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, en el primer trimestre, la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (54.5%). La proporción de turistas que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares es de 22.6%. Los resultados son congruentes con lo registrado en el primer trimestre 2018 (Ver Ilustración 9). El porcentaje de turistas que visitan la ciudad por negocios o trabajo (19.1%), mayor que en el periodo de comparación primer trimestre 2018 (12.4%).

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 alemanes, españoles, argentinos, canadienses, franceses e italianos visitan la ciudad por motivos recreacionales (más del 50% para cada caso). Una importante proporción de turistas estadounidenses (34.84%) vino a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, y un 45.16% por motivos recreacionales. Un 60% de turistas peruanos visitaron la ciudad por motivos de negocios/ trabajo. Finalmente, el 40.74%, 45.45% y 40% de turistas colombianos, chilenos y venezolanos respectivamente, visitan la ciudad por motivos de negocios (Ver anexo 2).

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

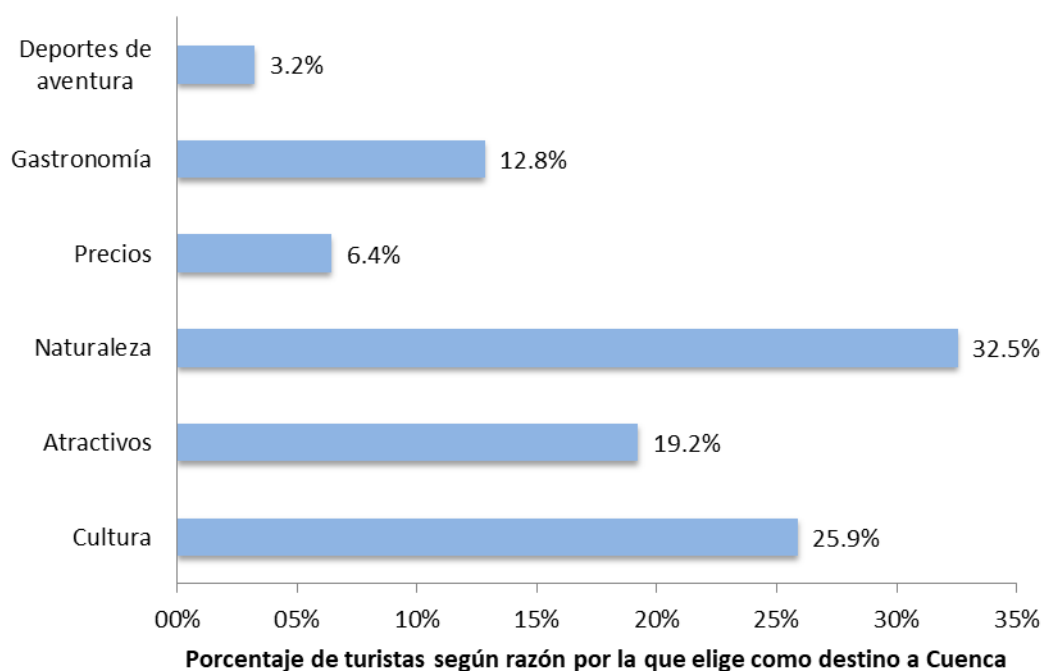


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el primer trimestre del año 2019, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales (32.5%). Cabe señalar que la mayor variación en relación al período de comparación es el destino de gastronomía, el cual incrementa de 4.7% en el primer trimestre del año anterior a 12.8% actualmente. El turismo que vino a la ciudad atraído de sus atractivos turísticos (19.2%) es menor en relación al dato obtenido en el primer trimestre 2018 (34.8%). La incidencia de turistas que son atraídos por la cultura de la ciudad es alrededor de 25.9%, proporción que es ligeramente mayor frente a los turistas atraídos por las mismas razones en el primer parcial del 2018 (22.2%). El porcentaje de turistas extranjeros que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por deportes de aventura es pequeño (3.2%). Se observa, además, que la incidencia de visitantes que arriban a la ciudad atraídos por el precio de bienes y servicios es de 6.4%.

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 (55.5%), mientras que existe una tasa de retorno del 44.5%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura, resultados robustos ya que los hallazgos del primer trimestre 2018 presentan una tasa de retorno del 38.3%, Lo que sugiere ya un comportamiento estructural.

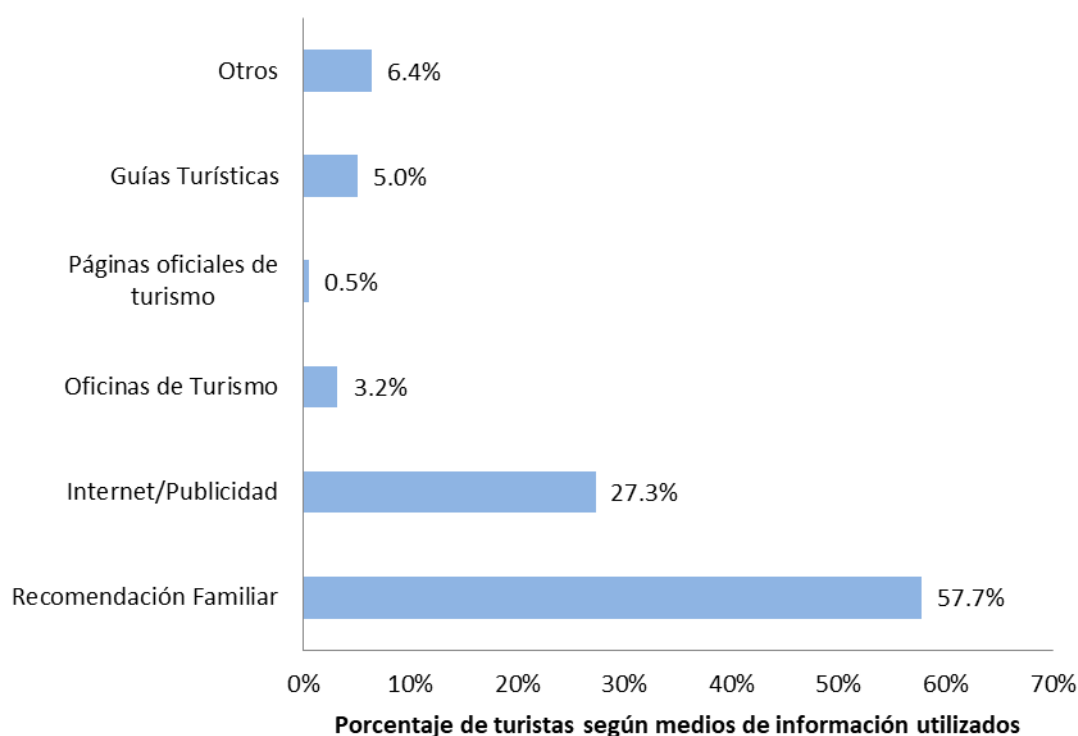
3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios utilizados para recibir información turística acerca de la ciudad, el turista extranjero continúa recibiendo mayor información a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente acá (57.7%).

Solamente el 27.3% utilizan medios como la Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad, mientras que la incidencia de uso de oficinas de turismo y guías turísticas sigue siendo muy baja. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información representan el 6.4%, de los cuales, la mayoría se informa sobre la ciudad en su lugar de trabajo. Hallazgos que son congruentes a los reportados en el primer trimestre 2018.

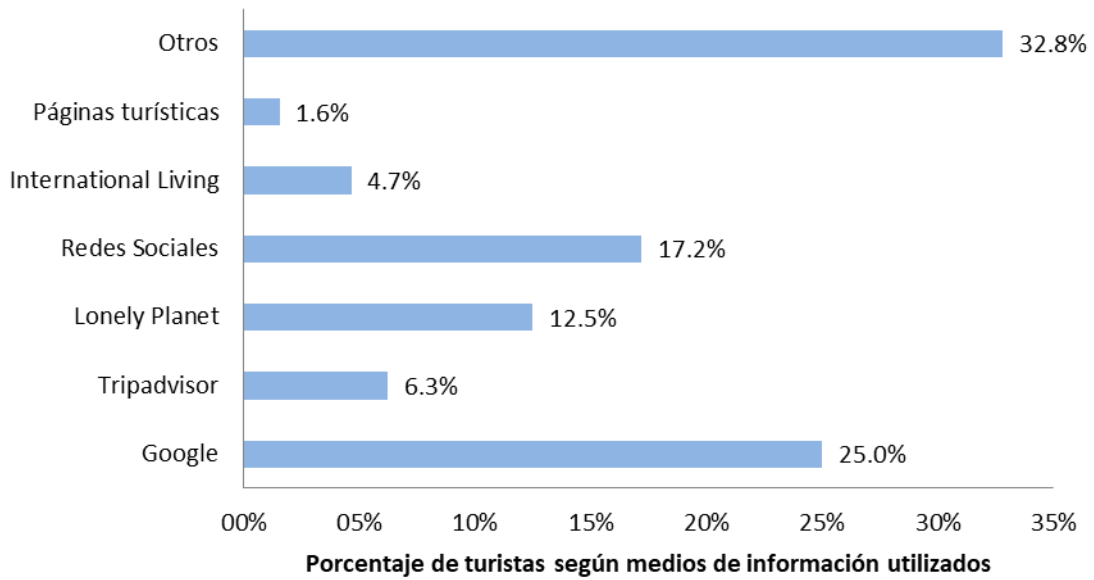
En la Ilustración 12 se muestra que aquellos turistas que utilizaron como medio la Internet para informarse sobre la ciudad, la mayor parte se apoyó en páginas como buscador Google, Redes Sociales, Lonely Planet y Tripadvisor (17.2%, 12.5%, 6.3% respectivamente). La Revista International Living fue citada como fuente de información relevante de la ciudad únicamente por el 4.7% de los entrevistados. Hay que tomar en cuenta, además, que un alto porcentaje de turistas utilizó “Otros medios de internet” para obtener información sobre la ciudad (32.8%); dichos turistas usan medios como Blogs, Gringo post, Youtube, entre otros medios de internet que a nivel individual resultan no ser significativos. En relación al primer trimestre 2018, ahora los medios de información Google y las Redes Sociales son más utilizadas respecto al 15.9% y 7.3% registrado en el primer parcial 2018 respectivamente.

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, 41%, continúan viniendo solos, 20.1% arriban con sus parejas y un 21.1% viene acompañado de su familia. Existe un importante porcentaje (11.7%) que vienen acompañados por sus amigos, y un 5.1% vienen con sus compañeros de trabajo. La incidencia de turistas que arriban en un grupo organizado es muy baja (1%). A diferencia del primer trimestre 2018, ahora los visitantes prefieren viajar también en familia frente al 14.1% que lo hacía en el periodo de comparación.

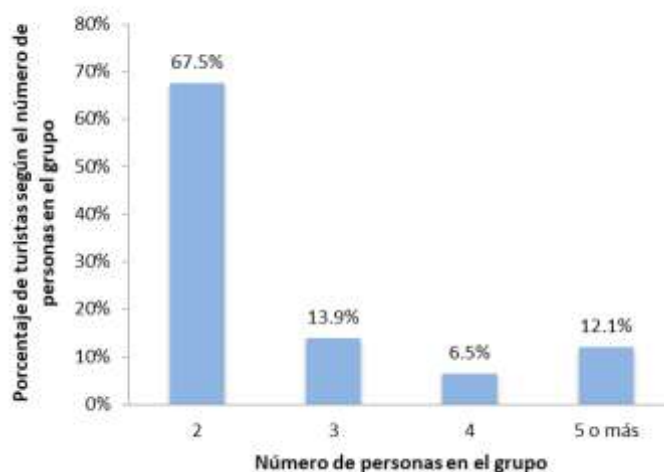
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 14 se puede apreciar que, del total de turistas que no viajan solos, la predilección continúa siendo visitar la ciudad en pareja (67.5%), alrededor de 5 puntos porcentuales menos al observado durante el mismo periodo 2018 (71.9%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos son 15.3% y 6.6% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Al cruzar las variables “razón principal de la visita” con “compañía de viaje” se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca por motivos recreativos lo hace en viaje personal (28.5%), en viaje con su pareja (28.5%) o con sus amigos (17.8%). Aquellos que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen solos (49.4%), en familia (28.1%) o en pareja (15.7%). La gran mayoría de turistas que visitan la ciudad por negocios viajan solos (63.5%) o con compañeros de trabajo (22.7%), tal como se ilustra en la Tabla 2.

Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca en el año 2018 como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solitario, en pareja, con sus amigos y con sus familiares².

A diferencia del trimestre enero-marzo 2018, los visitantes internacionales antes viajaban solos (41%), ahora prefieren viajar en familia (incremento de 13.4% en 2018 a 23.8% en 2019).

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

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	28.5%	0.5%	23.8%	28.5%	17.8%	0.9%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	49.4%	1.1%	28.1%	15.7%	4.5%	1.1%	100.0%
	Negocios, actividades	65.3%	2.7%	5.3%	1.3%	2.7%	22.7%	100.0%
Total		41.0%	1.0%	21.1%	20.1%	11.7%	5.1%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros organizan su viaje en forma independiente (88.7%) al igual que en el primer trimestre del año 2018 (88.4%).

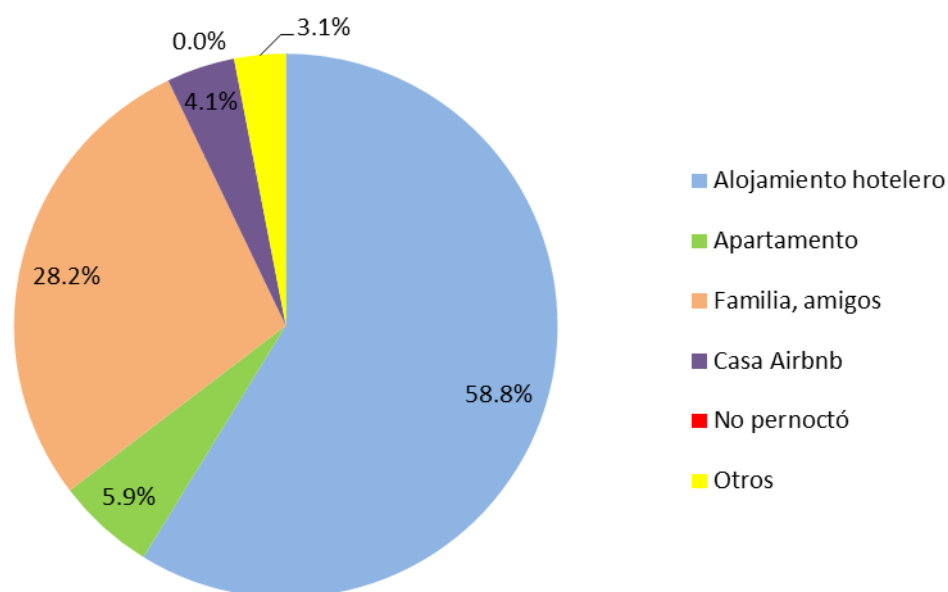
3.1.4. La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el año 2018 continúa siendo el establecimiento hotelero con un 58.8% de las preferencias, proporción que es similar a la registrada en el primer trimestre 2018 (60.2%), mientras que el porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos (28.2%) es similar al de 2018 (29.3%). Un Apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 5.9%, y el servicio Airbnb lo fue para el 4.1%; estos tipos de alojamiento no presentan fuertes variaciones respecto a lo encontrado en el mismo parcial 2018. Este trimestre no hubo turistas que no pernoctan en la ciudad³. El número de visitantes que dice elegir otro tipo de alojamiento no es significativo (3.1%).

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.

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 que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (73.8%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios (69.3%), asistencia a congresos o conferencias, y motivos religiosos (100%), y por motivos de salud (50%); se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, donde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa familiar o donde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (75.3%). Quienes arriban por estudios o investigación eligen hospedarse con familiares o amigos (40%). Finalmente, los turistas que visitan la ciudad por realizar compras/servicios personales, prefieren hospedarse en un apartamento (100%).

Si se compara los resultados del periodo enero-marzo 2019 frente a los hallazgos de su similar en el año 2018 se evidencia que los turistas que llegan a la ciudad por negocios/trabajo que se hospedan con familiares o amigos disminuye (16% en 2019 frente a 25.4% en 2018), a favor de quienes se hospedan en apartamentos (10,7% en 2019 frente a 5.1% en 2018). El tipo de establecimiento hotelero que prefiere el resto de visitantes es consistente con los resultados del primer parcial 2018.

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

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

Turista Extranjero		¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?			TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	73.8%	4.2%	14.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	15.7%	2.2%	75.3%	100.0%
	Negocios, actividades	69.3%	10.7%	16.0%	100.0%
	Congresos, conferencias	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	20.0%	20.0%	40.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	Otros	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
Total		58.8%	5.9%	28.2%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 4 se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta 30 días. En el primer trimestre 2019, la estancia promedio fue de 6.93 días, similar a los días de estancia promedio que el turista extranjero permaneció en la ciudad en el mismo periodo 2018 (6.75 días). No obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable; en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana. El 25% de turistas con menor tiempo de permanencia en la ciudad, tiene una estancia de 2 días o menos, mientras que la mediana indica que el 50% de turistas con menor tiempo de estancia, permanece en la ciudad 4 días o menos, un día más que en el primer trimestre 2018. Solamente un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 7 días. La respuesta más común entre los turistas extranjeros fue que permanecían 2 días en la ciudad.

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

	Primer trimestre
Media	6.93
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00
Mediana (Cuartil 2)	4.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	7.00
Moda	2.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La duración de la estancia depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En concordancia, se realizó una disgregación del tiempo de estancia, por motivo de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo y aquel que visita la ciudad por negocio/trabajo permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Aquel que visita a familiares o amigos presenta una estancia mediana de 8 días que es 2.5 días menos que en el primer parcial 2018. Los turistas que llegan a la ciudad por participar de congresos o conferencias lo hacen en estancias cortas de 2 días. Los demás visitantes presentan estancias más largas, pero son grupos no significativos. Los hallazgos de la estancia de los grupos más representativos son congruentes a lo registrado en el parcial enero-marzo 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
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0
	Visita a familiares o amigos	8.0
	Negocios, actividades	3.0
	Congresos, conferencias	2.0
	Estudios, investigación	14.0
	Tratamiento de salud	11.0
	Motivos religiosos	3.0
	Compras o servicios personales	N/D
	Otros	30.0

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 tienen estancias cortas de 3 días, resultado que se mantienen desde el año 2016. De hecho, 65.35% de turistas extranjeros que utilizaron este tipo de alojamiento, pasaron hasta 3 días en la ciudad (Ver Anexo 6).

La duración de estancia de quienes se alojaron en apartamento, fue de 10 días; este es un tiempo que se mantiene alto, pero es menor un día a lo encontrado en 2018 (11 días). Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia mediana de 7 días, igual que en 2018; finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (por airbnb) tienen estancias de hasta 7 días, 1.5 más que el observado en el mismo trimestre 2018.

Esto indica que existe 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
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3.0
	APARTAMENTO	10.0
	FAMILIA, AMIGOS	7.0
	CASA AIR BNB	7.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D
	OTROS	12.0

Nota: N/D significa no disponible

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

3.1.4.3 El costo de la Estancia

Los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca gastaron en promedio durante el primer trimestre 2019 \$454.15 por grupo⁵ durante toda su estancia; este valor es menor al gasto registrado en el mismo trimestre 2018 (\$507.31). Al dividir el gasto total del grupo durante su estancia por el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; el valor obtenido para el periodo analizado 2019 fue de \$272.3. Nuevamente, se observó un monto menor que en el mismo periodo del año anterior (\$310.38). Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en enero-marzo 2019 (\$59.12⁶), es similar al gasto diario personal observado en 2018 (\$57.65).

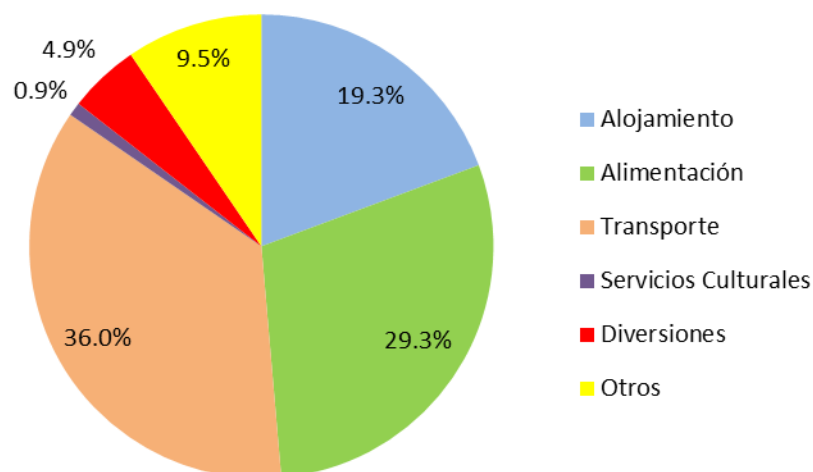
La Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico para el primer trimestre 2019. Del total de gastos realizados por turistas extranjeros, 36% se erogó en transporte, 10.6 puntos porcentuales menos que en 2018. El 29.3% del gasto se lo hizo en alimentación, valor algo mayor al 23.8% obtenido en el año 2018. Un 19.3% se utilizó en alojamiento, proporción que es similar al 19.6% del año anterior. Por último, los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 4.9% y 0.9% del total, respectivamente.

En resumen, ahora el turista extranjero distribuye una mayor proporción del gasto total al rubro de alimentación, y una menor proporción al rubro de transporte, respecto al mismo periodo 2018.

Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro

⁵ 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.

⁶ 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.



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, con respecto al que viene 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 turistas 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 motivos de salud. El alto gasto reportado se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$124,11); no obstante, es importante considerar que la incidencia de estos grupos con respecto al total no es representativa. Otro grupo con altos gastos durante la estancia está conformado por quienes vinieron a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos; este grupo, a pesar de contar muchas veces con alojamiento gratuito, incurre en altos costos de alimentación y transporte, derivados de los prolongados tiempos de estadía.

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

Turista Extranjero		Primer 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	\$29.11	\$20.37	\$26.00	\$1.59	\$0.70	\$8.23	\$86.00
		2019	\$29.56	\$30.91	\$31.46	\$1.84	\$5.04	\$11.20	\$110.00
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$16.87	\$93.82	\$230.94	\$1.71	\$7.71	\$20.61	\$371.67
		2019	\$14.95	\$88.32	\$114.25	\$1.03	\$17.75	\$28.69	\$265.00
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$32.22	\$60.36	\$111.00	\$0.44	\$3.44	\$10.05	\$217.50
		2019	\$36.73	\$29.52	\$47.21	\$0.00	\$2.70	\$3.84	\$120.00
	Congresos, conferencias	2018	\$31.05	\$69.87	\$46.58	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$147.50
		2019	\$22.50	\$15.00	\$7.00	\$0.00	\$0.00	\$32.50	\$77.00
	Estudios, investigación	2018	\$18.33	\$14.95	\$8.70	\$0.00	\$0.00	\$2.77	\$44.75
		2019	\$20.25	\$28.64	\$84.84	\$0.00	\$6.52	\$19.75	\$160.00
	Tratamiento de salud	2018	\$14.78	\$17.41	\$7.81	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$40.00
		2019	\$53.31	\$71.67	\$124.11	\$0.00	\$3.50	\$69.92	\$322.50
	Motivos religiosos	2018	\$105.59	\$25.86	\$282.72	\$0.00	\$0.00	\$30.17	\$444.33
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	2018	\$500.00	\$200.00	\$81.00	\$80.00	\$0.00	\$150.00	\$1,011.00
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	2018	\$39.25	\$33.01	\$201.83	\$8.42	\$6.56	\$10.93	\$300.00
		2019	\$250.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$250.00
Total	2018	\$29.13	\$44.06	\$90.00	\$1.95	\$2.79	\$12.00	\$179.93	
	2019	\$28.09	\$43.29	\$53.64	\$1.25	\$7.36	\$14.30	\$147.94	

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 (\$110,00 contra \$147,94); este rubro es, además, mayor en comparación al observado en enero-marzo 2018 (\$86,00). El incremento se debe especialmente a un aumento en los gastos en alimentación y transporte. Este grupo de turistas presenta también un gasto en diversión (\$5.04) inferior al global general (\$7.36); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo, por motivos de visita a familiares, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$17.75).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por motivos de salud. En general, el gasto en alojamiento realizado en el primer trimestre 2019 presenta una mediana por persona de \$28.09, similar a los \$29.13 registrados en 2018. Es importante notar que el rubro de transporte, aun siendo el más alto de todos, disminuye con respecto al valor observado en 2018.

El gasto mediano por persona durante la estancia ha disminuido de \$179.93 reportado en el primer trimestre 2018 a \$147.94 en el mismo trimestre del año 2019, lo que en general se debe a menores gastos en transporte. Esto es una disminución en el gasto en 17.78%.

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

Turista Extranjero		Primer trimestre 2018	Primer trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$28.67	\$36.67
	Visita a familiares o amigos	\$35.40	\$33.13
	Negocios, actividades profesionales	\$72.50	\$40.00
	Congresos, conferencias	\$59.00	\$38.50
	Estudios, investigación	\$5.26	\$11.43
	Tratamiento de salud	\$13.33	\$29.32
	Motivos religiosos	\$98.74	\$0.00
	Compras o servicios personales	\$252.75	\$0.00
	Otros	\$100.00	\$8.33
	GLOBAL	\$38.45	\$35.98

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 disminuyó un 6.42%, frente a lo registrado en enero-marzo 2018 (disminución de USD\$2.47), y en particular, la mayor disminución se observa en los turistas extranjeros que visitan la ciudad por negocios. Este comportamiento se puede explicar por un menor gasto realizado en el rubro de transporte. A diferencia de quienes visitan la ciudad por motivos puramente recreacionales que incrementa su gasto mediano diario por persona en el primer parcial 2019 respecto al mismo trimestre 2018, lo que se debe principalmente a mayores gastos en alimentación y transporte.

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 2018 revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos, en una proporción de 93.12%, 90.85% y 93.29% respectivamente, resultados muy similares a los observados en enero-

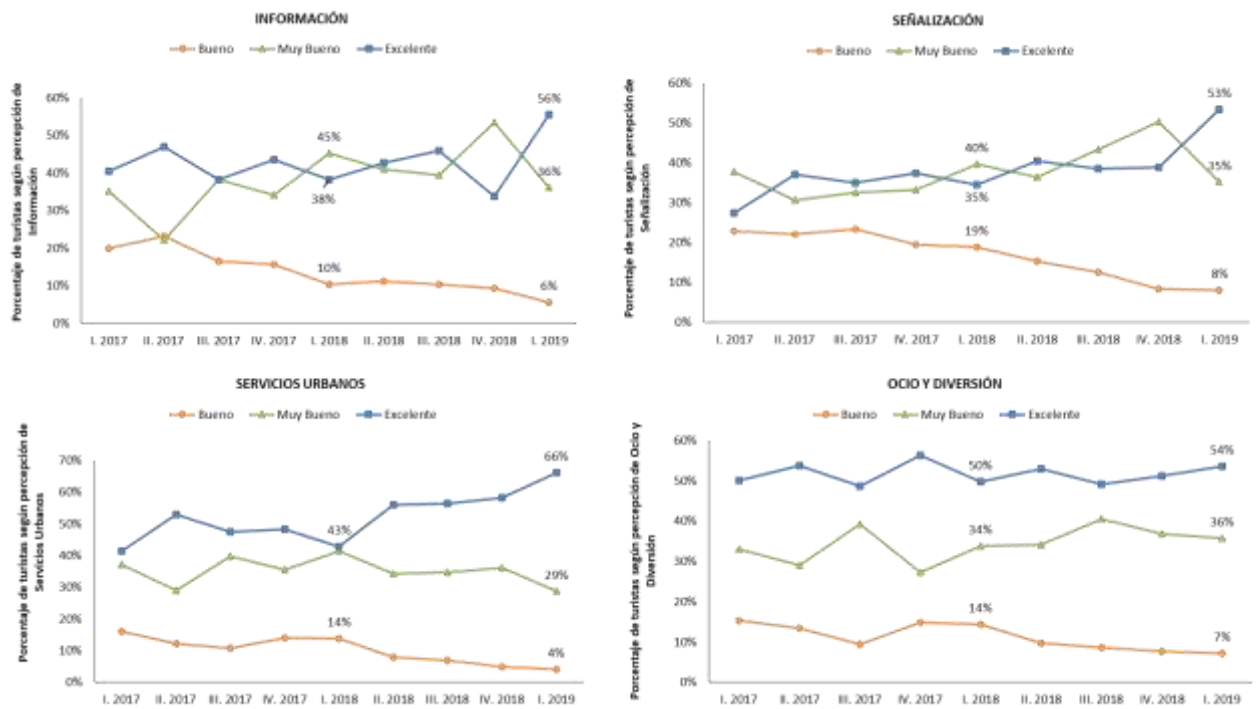
marzo 2018 (92.95%, 94.12% y 93.92% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

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

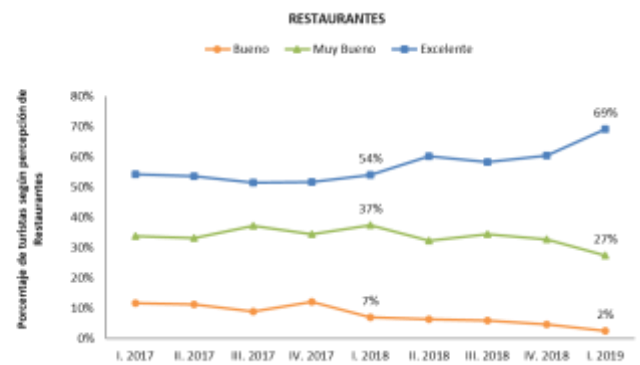
Los resultados del presente estudio demuestran que en general, el turista extranjero calificó los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes, al igual que en el parcial enero-marzo 2018.

Se aprecia una mejoría en la percepción de muy bueno a excelente en los servicios de información, señalización, servicios urbanos, alojamiento y restaurantes en relación a lo reportado en el primer trimestre 2018. Esto se puede apreciar en la Ilustración 17⁷.

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



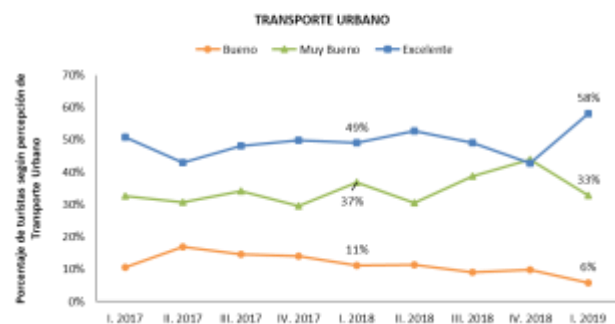
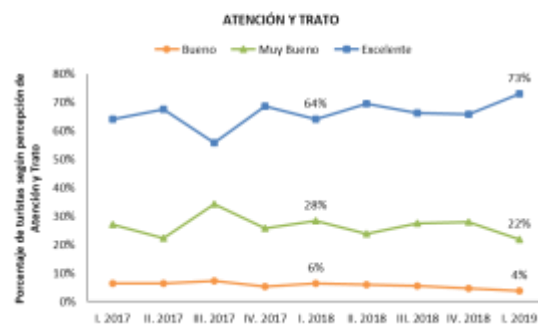
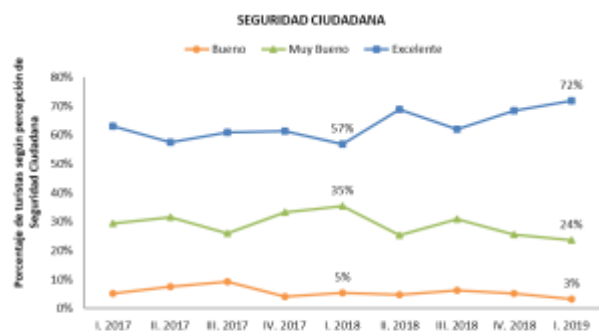
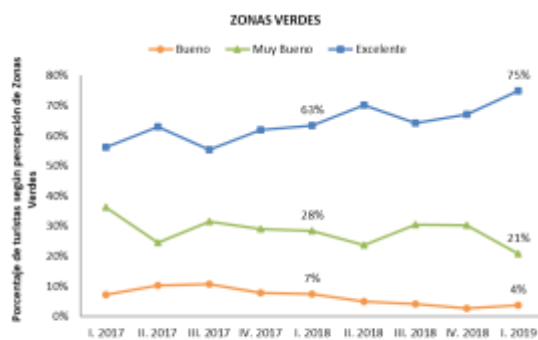
⁷ Se debe señalar que las ilustraciones de percepción de servicios se presentan las proporciones de turistas que califican a los servicios, sin tomar en cuenta la proporción de turistas que no aplican para contestar la pregunta, esto se realizó con el fin de hacer comparable los resultados de los distintos relevamientos 2017, 2018 y 2019.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos, una muy buena o excelente atención y trato por parte de los cuencanos y una alta calidad en el servicio de transporte urbano. En comparación con el primer trimestre 2018, se evidencia una mejora perceptiva de muy bueno a excelente en los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano. (Ver 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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

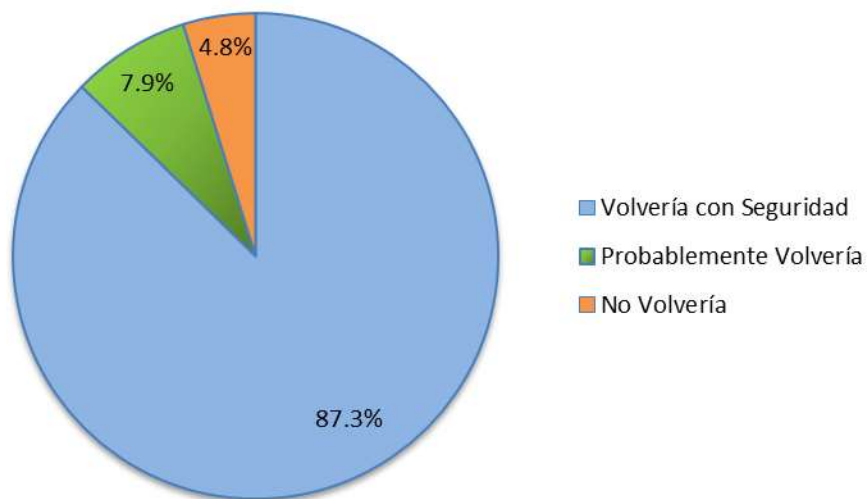
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el sector turístico, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro. Como consta en la Ilustración 19 e Ilustración 20, se revela que el 87.3% de los turistas

extranjeros volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 7.9% probablemente regresaría y un 4.8% anunció que probablemente o seguramente no volvería.

De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 90.6% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 8.7% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son de apenas el 0.8%.

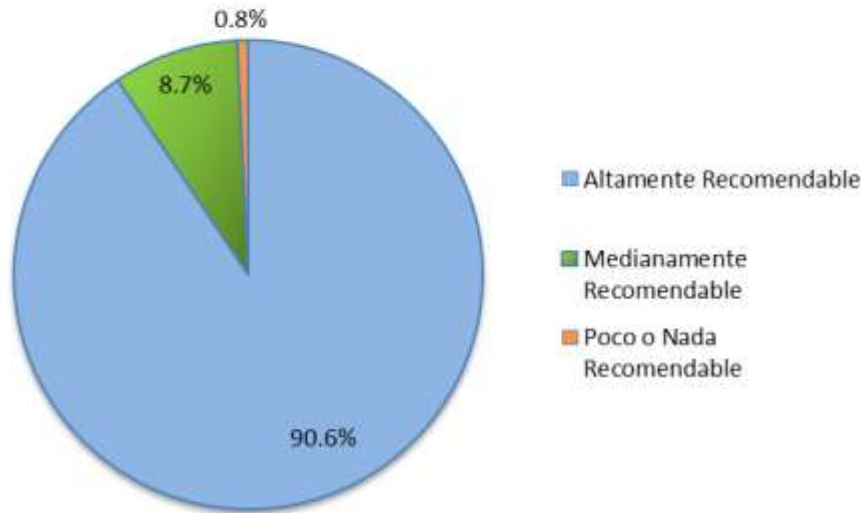
Los resultados muestran una ligera mejora en estos indicadores con respecto a los obtenidos en el primer trimestre del año 2018, ya que hubo un incremento de 4.1% en la disposición a retornar a la ciudad de Cuenca.

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca

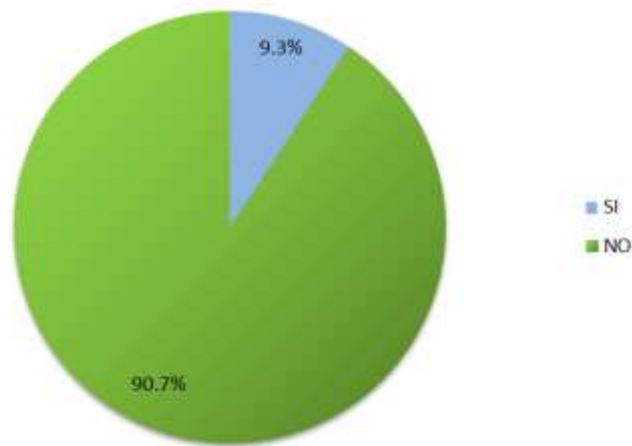


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 85.4% de los turistas internacionales ya poseían información acerca de la ciudad, antes de su visita; proporción que es menor al 94% que conocían la ciudad en el mismo trimestre 2018. Solo una minoría (14.8%), la escogió como destino turístico en su ruta después de arribar al país. 44.1% 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 9.3% de turistas extranjeros estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.

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

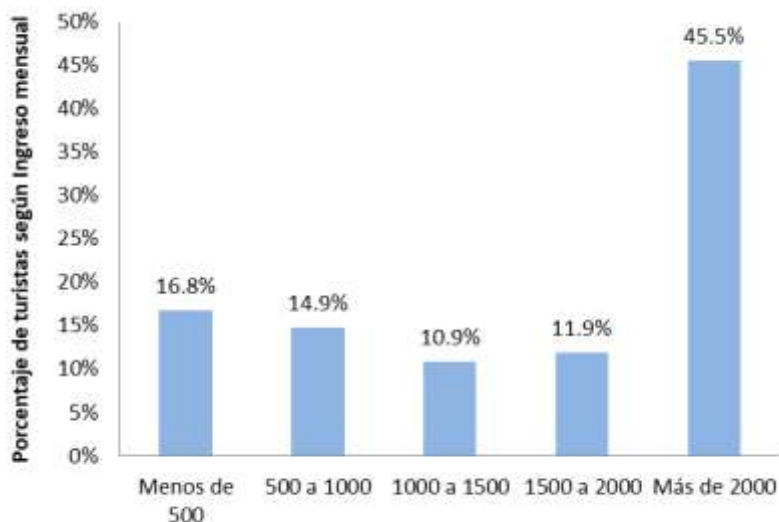


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

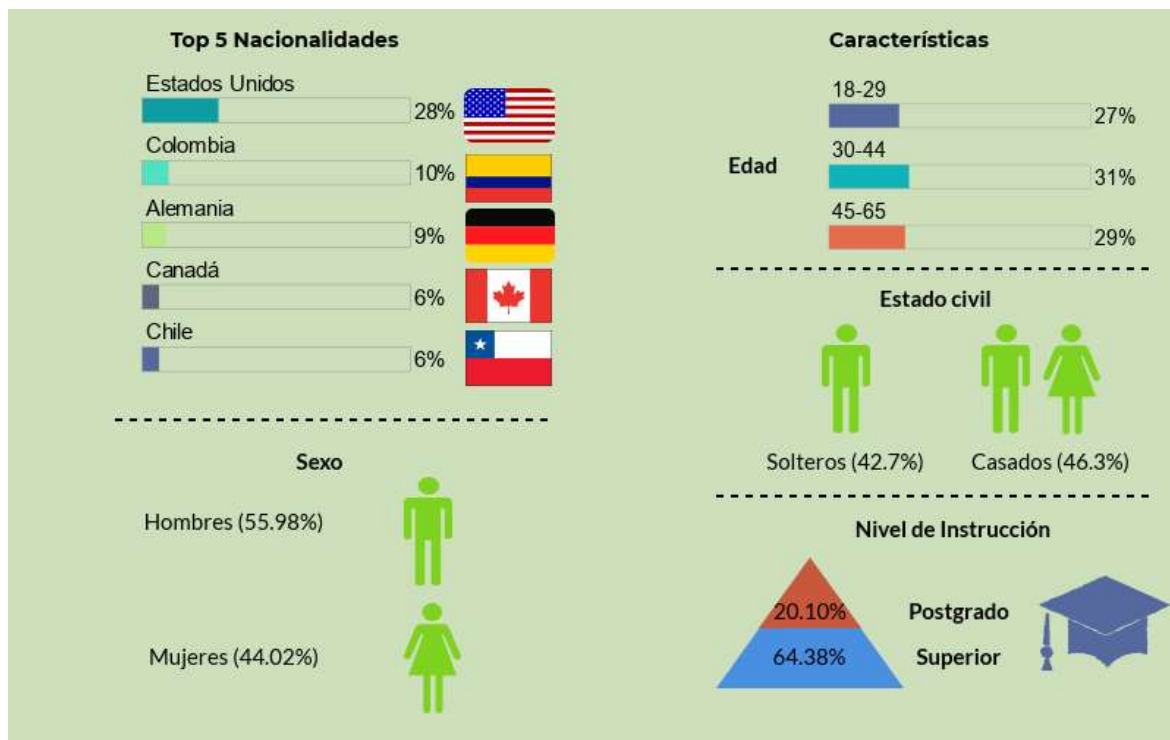
Según la Ilustración 22, la mayor proporción de turistas extranjeros presenta ingresos mensuales de más de 2,000 dólares (45.5%), que es 4.1 puntos porcentuales menos que en el primer trimestre 2019. Ahora, un 16.8% percibe ingresos de menos de 500 dólares mensual que es 12.5%. Esto da una media de ingresos de 1,522.28 dólares al mes, por lo que aquel turista que visitó a la ciudad de Cuenca en el trimestre enero-marzo del año 2019 tuvo 7% menos ingresos en promedio, que aquel que visitó la ciudad en el primer trimestre 2018. La mediana es de 1,812.50 y una moda de 2,212.50 dólares.

Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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



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

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre enero-marzo 2019, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

- Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el sector de servicios profesionales que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados. (Ver anexo 8)
- 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 primer 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, cultura y atractivos turísticos de la ciudad de Cuenca, viajan solos, en familia, en pareja o amigos y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$110, es decir, un gasto diario por persona de \$36.67.
- 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 8 días, con un costo de estancia por persona de \$265, es decir, un gasto diario por persona de \$33.13.
- 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 \$120.00, es decir, un gasto diario por persona de \$40.

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

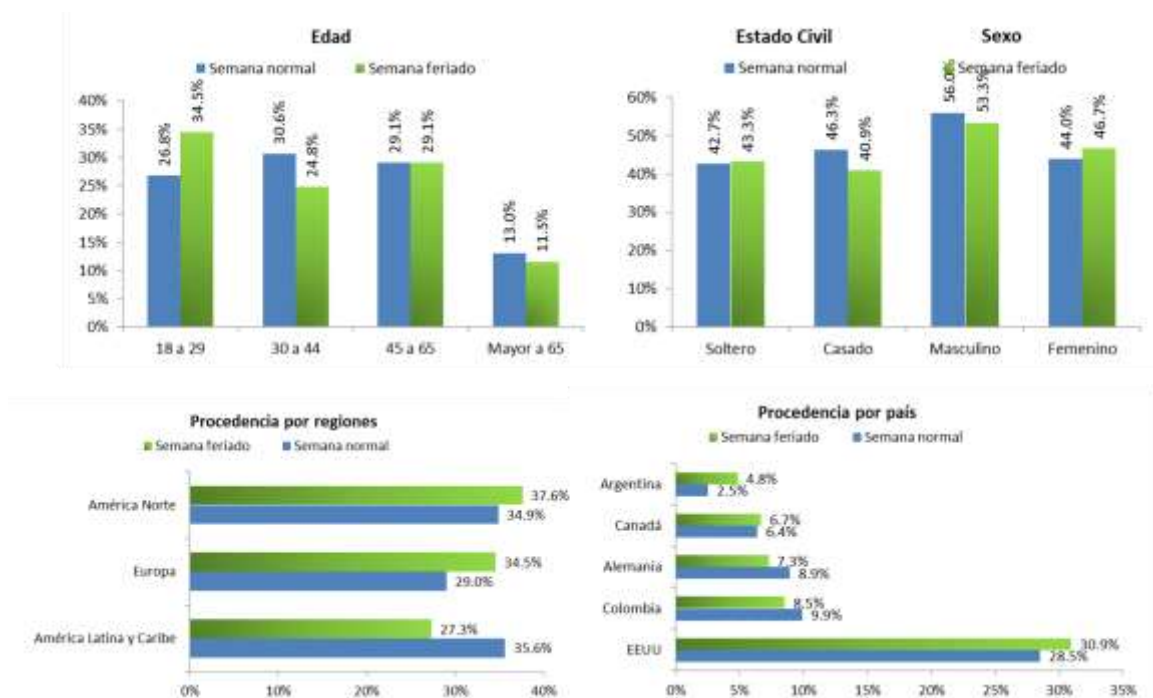
Con el fin de identificar si el perfil del turista es distinto en el periodo de feriado del mes de marzo en por celebraciones de Carnaval, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana del 28 de febrero al 6 de marzo del año 2019, dando los siguientes resultados:

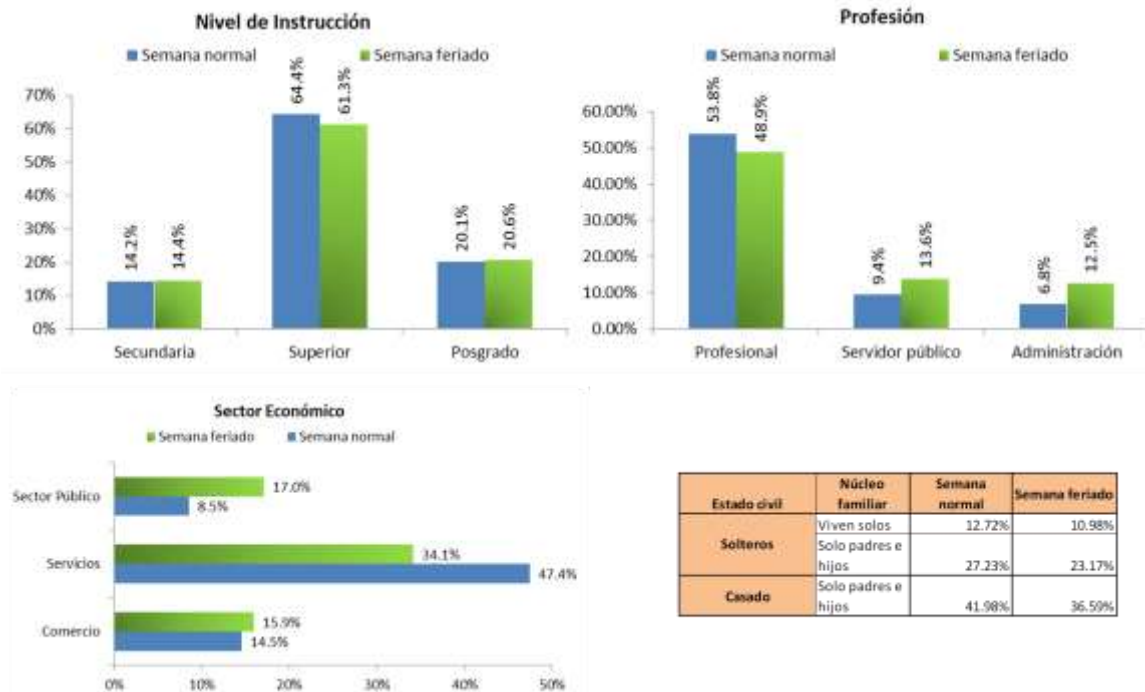
3.2.1 Características sociodemográficas:

A diferencia de 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 joven con edad comprendida entre 18 y 29 años (34.5% de los turistas entrevistados), continúan siendo solteros o casados. Donde los resultados señalan una muestra de 53.3%-46.7% de entrevistados hombres frente a mujeres. A diferencia del turista extranjero proveniente mayoritariamente de América Latina en una semana de relevamiento normal, la gran mayoría de los visitantes internacionales provienen de América del Norte (37.6%) en una semana de feriado, (ver Ilustración 23). Aún la mayor proporción de visitantes provienen de Estados Unidos (30.9%), similar al registrado en una semana normal (28.5%).

En la época de feriado, la educación del turista es similar al nivel educativo de visitantes extranjeros en una semana normal, pues un 61.3% tienen educación superior, o de postgrado (20.6%), que laboran como profesionales independientes (48.9%), como servidor público (13.6%), o como administradores (12.5%). Una diferencia importante es el porcentaje de visitantes internacionales que laboran en el sector servicios en una semana normal (47.4%) que es mucho mayor respecto a lo que se visualiza en una semana de feriado (34.1%), lo que a su vez estuvo acompañado de un incremento de turistas que laboran en el sector público (17% en la semana de feriado). La composición familiar del turista no presenta cambios importantes, ya que continúan formando parte de una familia tradicional arquetipo, o son turistas solteros que viven solos o con sus padres. No obstante, la presencia de estos grupos es relativamente menor respecto a lo observado 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





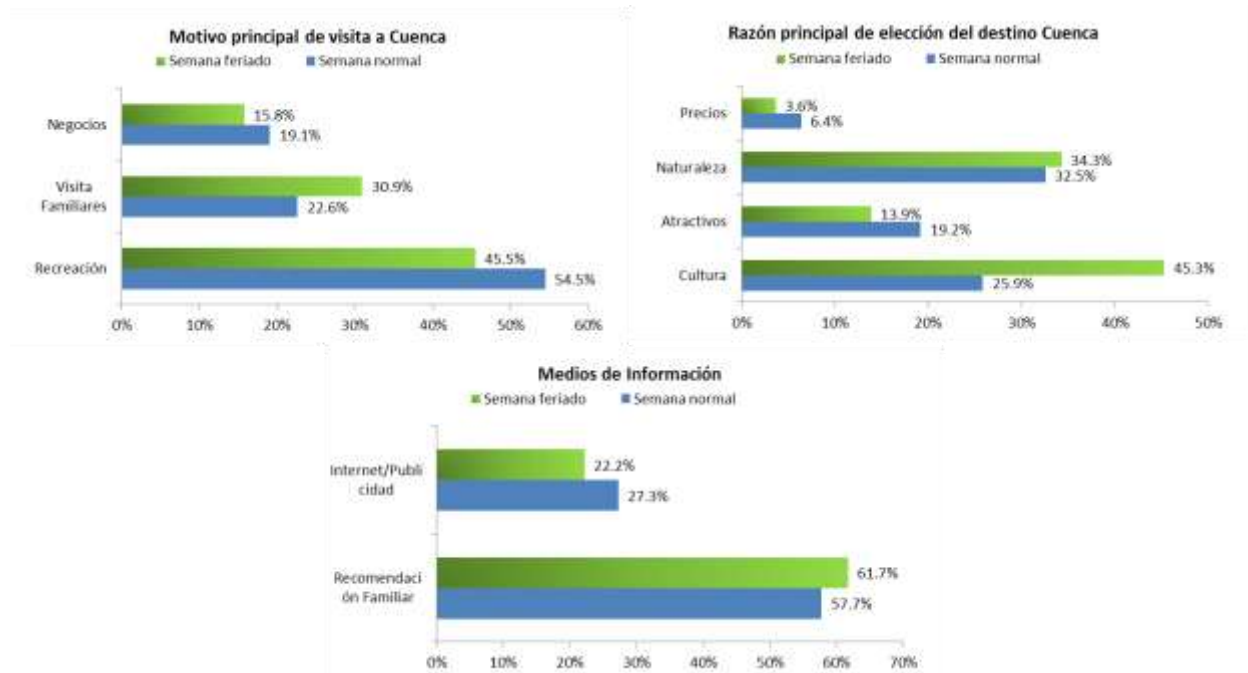
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.2 Motivación del turista:

Uno de los cambios más interesantes se da en la motivación del turista para visitar la ciudad, ya que, en periodo de feriado, el visitante extranjero revela que su principal razón para venir a Cuenca continúa siendo la recreación pero con menor incidencia (45.5% frente al 54.5% presentado en una semana normal), lo que estuvo acompañado de un incremento de visitantes internacionales que visitan a sus familiares (30.9%); que es 8.3 puntos porcentuales mayor a la proporción de turistas que arribaron a la ciudad por el mismo motivo en una semana normal (22.6%).

La razón principal de elección del destino Cuenca de aquellos visitantes por motivo puramente recreacional, eligen a la ciudad principalmente por su cultura (45.3%), 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 (61.7%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento en la ciudad; también existe un grupo importante que hace uso de internet y publicidad para informarse sobre Cuenca (22.2%).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

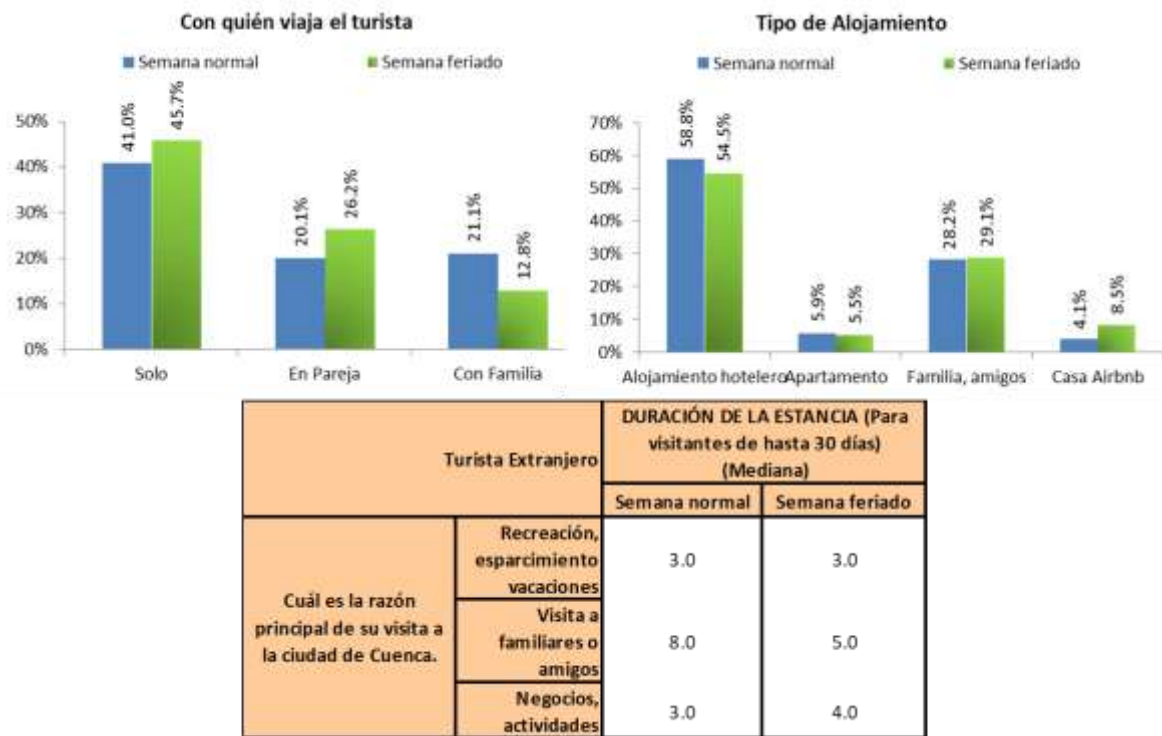
Elaborado por GIER

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 (45.7%). También hay una importante proporción que ahora viaja en pareja (26.2%), mayor al 20.1% que viaja en pareja en una semana normal; la preferencia por venir a la ciudad con su familia es del 12.8% de los turistas, proporción menor respecto a lo registrado en una semana normal (21.1%). Los visitantes internacionales continúan prefiriendo alojamiento hotelero (54.5%), o alojarse con familiares o amigos (29.1%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que visitan la ciudad por motivos recreativos continúan con estancias medianas de 3 días, quienes vienen por visitar a familiares o amigos presentan una permanencia de 5 días, que es menor en comparación con los resultados reportados en relevamiento de una semana normal (mediana de 8 días). Finalmente, quienes visitan la ciudad por motivos de negocios, se aprecia que tienen una permanencia de 4 días, que es un día más a la estancia de 3 días en una semana normal.

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

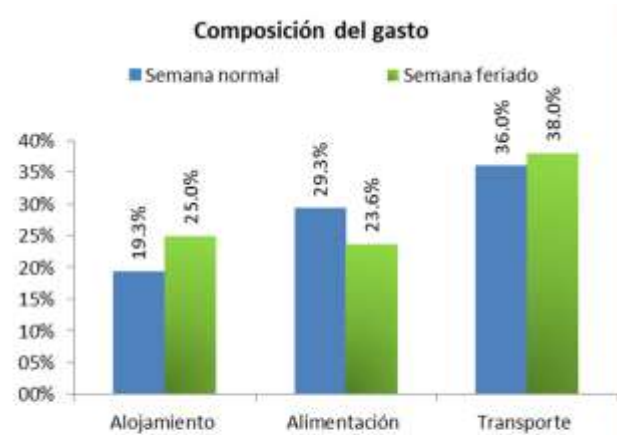


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.2.4 Costo de la estancia:

En la composición del gasto de los visitantes internacionales se encuentra principalmente los gastos de transporte (38%), y la alimentación representa el 23.6% del total. Se observa que hubo un mayor gasto en alojamiento y menor en alimentación, así, los gastos en alojamiento (25% en una semana de feriado) es mayor respecto al hallazgo en una semana normal (19.3%). Los resultados del relevamiento en el feriado, reportan que el turista recreativo gasta alrededor de 17.37 dólares más respecto a gasto mediano diario por turista en una semana normal; aquel que visita a sus familiares o amigos mantienen un gasto mediano de \$40; pero el turista que viene por negocios o trabajo presenta un gasto mediano diario de \$32.56 que menor al gasto mediano de un visitante extranjero que viene por el mismo motivo en una semana normal (\$38.50). Como resultado el gasto mediano diario por persona es relativamente similar con un valor de \$35.98 frente al gasto reportado en relevamiento de una semana normal con valor de \$34.38.

Ilustración 26: Comparación del costo de la estancia del Turista Extranjero en relevamiento de una semana normal vs semana de feriado



Mediana del Gasto diario personal	Semana normal	Semana feriado	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$36.67	\$24.50
	Visita a familiares o amigos	\$33.13	\$50.50
	Negocios, actividades profesionales	\$40.00	\$40.00
	Congresos, conferencias	\$38.50	\$32.56
	Estudios, investigación	\$11.43	\$2.25
	Tratamiento de salud	\$29.32	N/D
	Motivos religiosos	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	N/D
	Otros	\$8.33	\$18.11
	GLOBAL	\$35.98	\$34.38

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 en el periodo de feriado. Hay una mejor percepción de servicios ocio y diversión frente a lo observado en una semana normal, ya que hubo un incremento en la proporción de turistas que califican estos tipos de servicios como excelente en detrimento de aquellos que califican como muy bueno (ver Tabla 9). El retorno con seguridad de un turista extranjero fue de 84.2%, que es similar al resultado en una semana normal, y la alta recomendabilidad se mantiene en 86.1% (ver

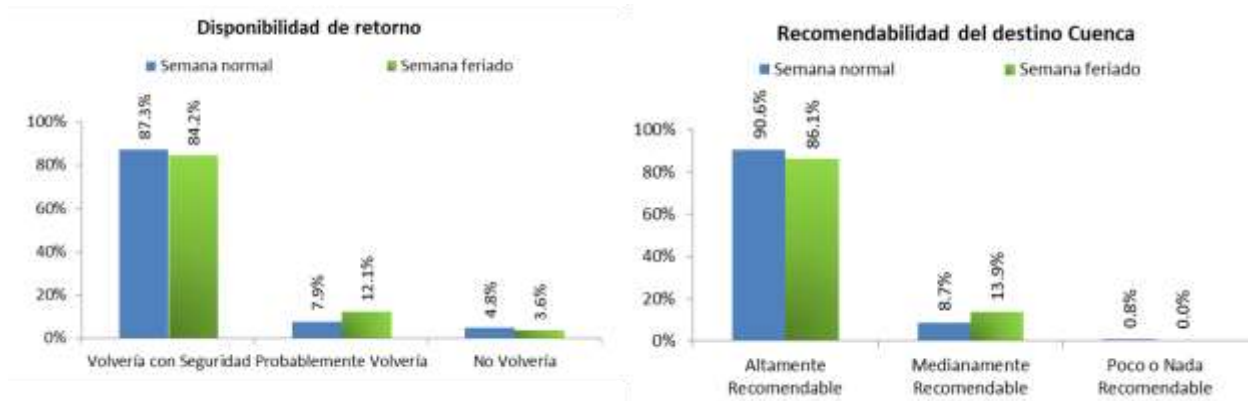
Ilustración 27).

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	6%	10%	RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA	Bueno	2%	5%
	Muy Bueno	36%	26%		Muy Bueno	27%	24%
	Excelente	56%	61%		Excelente	69%	70%
SEÑALIZACIÓN	Bueno	8%	7%	ZONAS VERDES	Bueno	4%	2%
	Muy Bueno	35%	26%		Muy Bueno	21%	22%
	Excelente	53%	63%		Excelente	75%	76%
SERVICIOS URBANOS	Bueno	4%	6%	SEGURIDAD CIUDADANA	Bueno	3%	4%
	Muy Bueno	29%	26%		Muy Bueno	24%	26%
	Excelente	66%	68%		Excelente	72%	68%
OCIO Y DIVERSIÓN	Bueno	7%	6%	ATENCIÓN Y TRATO	Bueno	4%	4%
	Muy Bueno	36%	17%		Muy Bueno	22%	20%
	Excelente	54%	74%		Excelente	73%	74%
ALOJAMIENTO	Bueno	4%	7%	TRANSPORTE URBANO	Bueno	6%	6%
	Muy Bueno	27%	19%		Muy Bueno	33%	28%
	Excelente	69%	71%		Excelente	58%	60%

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

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

4.1.5. Características Socio Demográficas del Turista Nacional

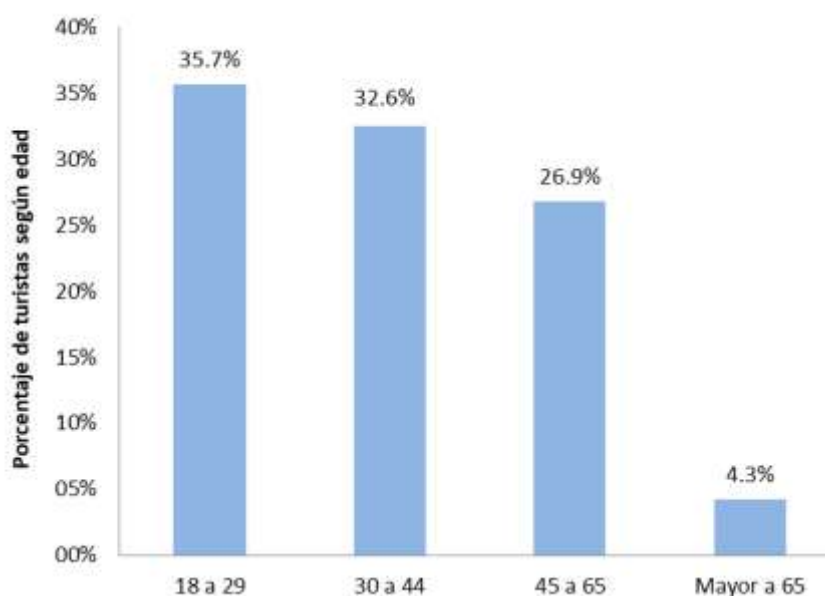
4.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que la edad media de los turistas nacionales está alrededor de los 37.7 años, con una mediana de 36 años.

Ilustración 28, los resultados revelan que la mayoría de turistas nacionales se encuentran entre 18 a 29 años (35.7%), resultado superior en 2.3 puntos porcentuales al registrado en el primer trimestre de 2018. Sin embargo, el grupo de turistas nacionales entre 30 a 44 años ha disminuido a 32.6% en relación con periodo anterior. Esto lo caracteriza, al igual que su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. También se presenta una importante incidencia de turistas nacionales entre 45 a 65 años de edad (26.9%) que es ligeramente menor al obtenido en el primer trimestre de 2018 (27.3%). Grupos de turistas mayores de 65 años de edad son el 4.3%.

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que la edad media de los turistas nacionales está alrededor de los 37.7 años, con una mediana de 36 años.

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

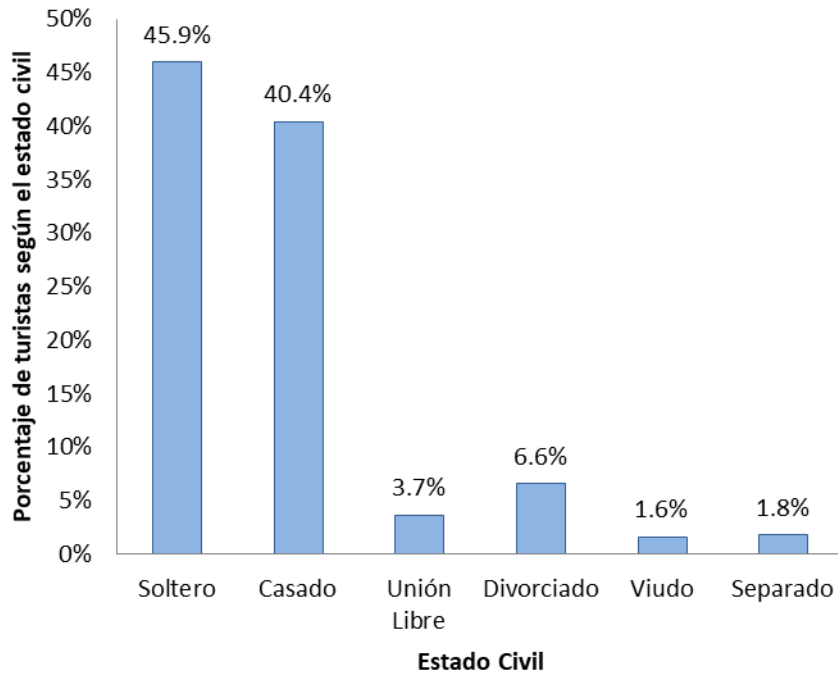


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 29 muestra que hubo mayor proporción de turistas solteros (45.9%), resultado superior en 2.2 puntos porcentuales en relación al primer trimestre 2018; además, existe un aumento de visitantes solteros con respecto al cuarto trimestre de 2018 (38.3%). En cuanto al grupo de turistas casados este ha disminuido con respecto del primer trimestre de 2018, pasando de 41.2% a 40.4%. El 13.7% restante corresponde a otras formas de asociación civil.

Los resultados del primer trimestre del año 2018 son relativamente similares a los hallazgos del año 2019.

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 proporción de 53.4%-46.6% de varones frente a mujeres, frente al 57% - 43% respectivamente en el periodo enero-marzo 2018. Finalmente, es importante señalar que el comportamiento de los turistas nacionales es mucho más estable que su contraparte extranjera.

4.1.1.2 Procedencia del Turista

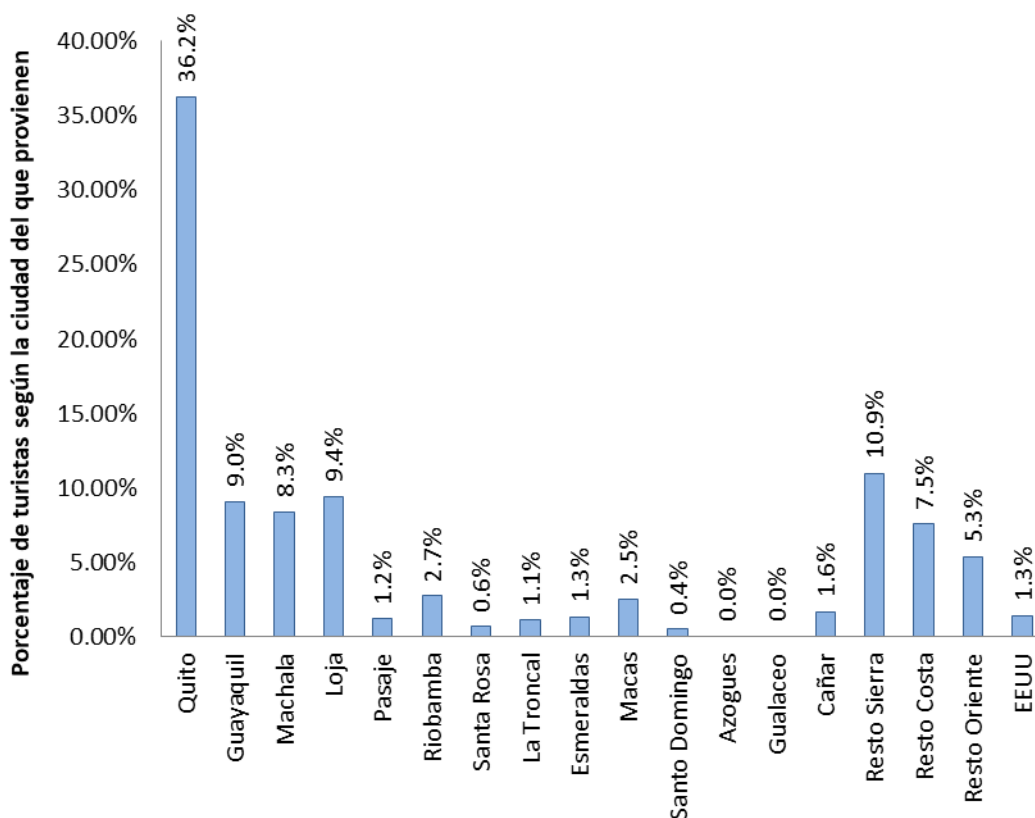
La ciudad de Cuenca recibe turistas de todas las regiones del Ecuador; sin embargo, existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 30, la mayor porción de turistas con origen común está compuesta por turistas quiteños (36.2%), que es relativamente similar al primer trimestre 2018 (35.4%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (9% frente al 9.1% en el primer parcial 2018)⁸, visitantes machaleños (8.3% frente al 7.2% en el primer parcial 2018) y turistas lojanos (9.4% frente al 5.9% en el primer parcial 2018).

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resultan significativas a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 10.9% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de ciudades de Chimborazo y Ambato. Un 7.5% son turistas del resto de

⁸ 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.

ciudades de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 5.3% provienen de la región amazónica principalmente de ciudades 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

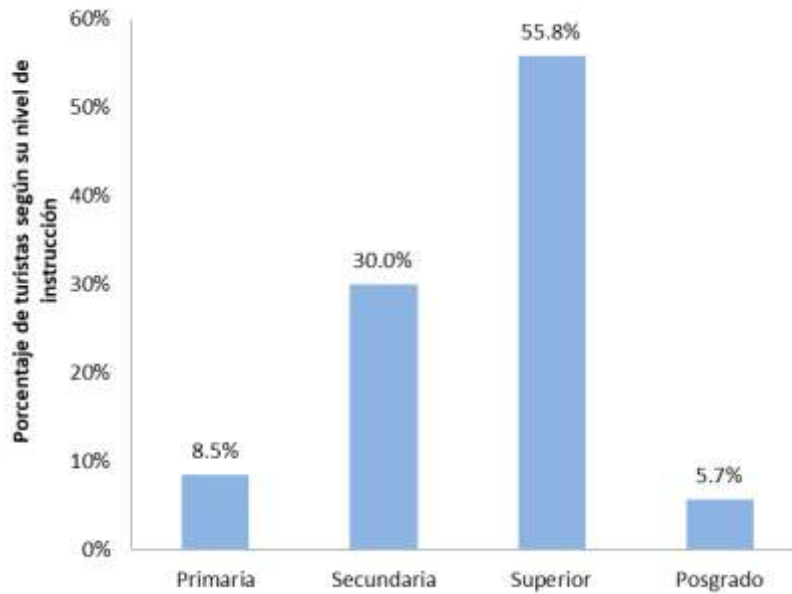
4.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados revelan una incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel) (55.8%), y con título de bachiller (30%). Los resultados muestran que el turista nacional presenta los mismos niveles de educación con respecto al primer trimestre de 2018 (29.3% y 52.6% con educación secundaria y superior respectivamente). Los datos indican que el 43.4% de los turistas nacionales laboran como profesionales independientes (ver Ilustración 32), pero la incidencia de este tipo de turistas es mayor a la de visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en el periodo enero – marzo 2018, que representaron un 26.8%.

Se evidencia una proporción de turistas del sector comercial del 8.8%, servidores públicos (13.8%), administradores (8.8%) en el primer trimestre 2019, resultados que son relativamente similares con los hallazgos del cuarto trimestre del 2018. Los hallazgos son congruentes frente al 7.9%, 13.7% y 7.6% de visitantes que trabajan como comerciantes, servidores públicos y administradores en el primer trimestre 2018. De aquellos que indican otro tipo de profesión se encuentra turistas que

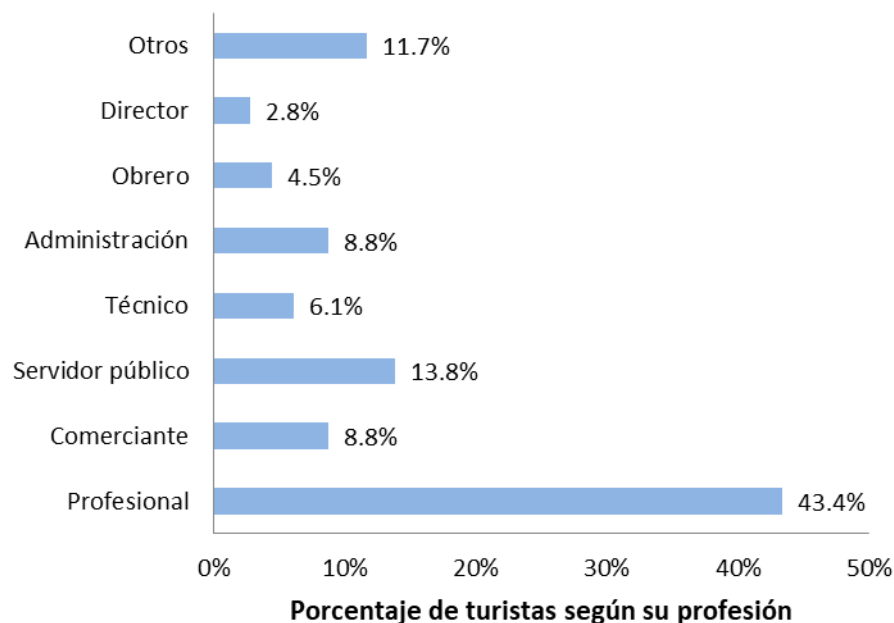
laboran como abogados, médicos, docentes, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

Ilustración 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

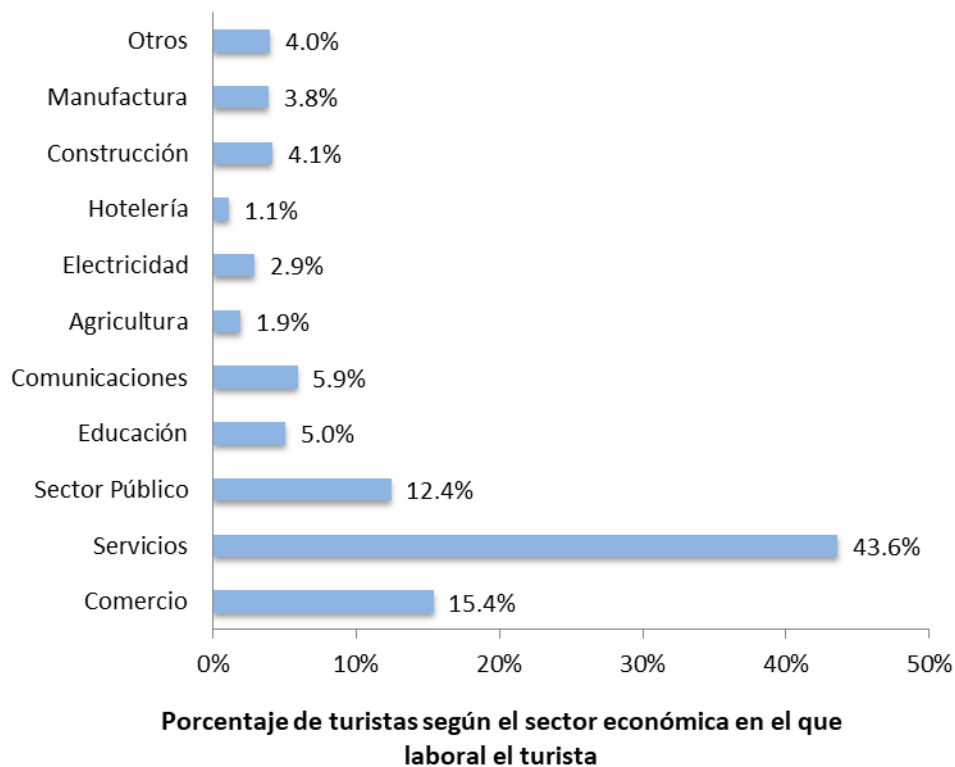
Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios profesionales (43.6%), superior a la proporción del primer trimestre (28.9%). Otro grupo predominante está conformado por quienes se dedican al sector comercial (15.4%), y quienes laboran en el sector público (12.4%), proporciones que son ligeramente menores al primer trimestre 2018 (18.7% y 13.7% respectivamente).

Cabe señalar, que si bien existe un 8.8% que labora como comerciante (Ilustración 32), el porcentaje de turistas que laboran en el sector comercio, asciende a 15.4% (Hay una incidencia de 5%, 2.9%, y 1.1% de turistas que laboran en el sector educación, electricidad, y hotelería respectivamente. La fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción es de 4.1%, y de 3.8% quienes se dedican a laborar en el sector manufactura. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otro sector económico (4%), la mayor porción trabaja en el sector salud (24.1%) y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 33). La diferencia existente se debe fundamentalmente que en este sector no solo laboran comerciantes, sino también otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

Hay una incidencia de 5%, 2.9%, y 1.1% de turistas que laboran en el sector educación, electricidad, y hotelería respectivamente. La fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción es de 4.1%, y de 3.8% quienes se dedican a laborar en el sector manufactura. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otro sector económico (4%), la mayor porción trabaja en el sector salud (24.1%) 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

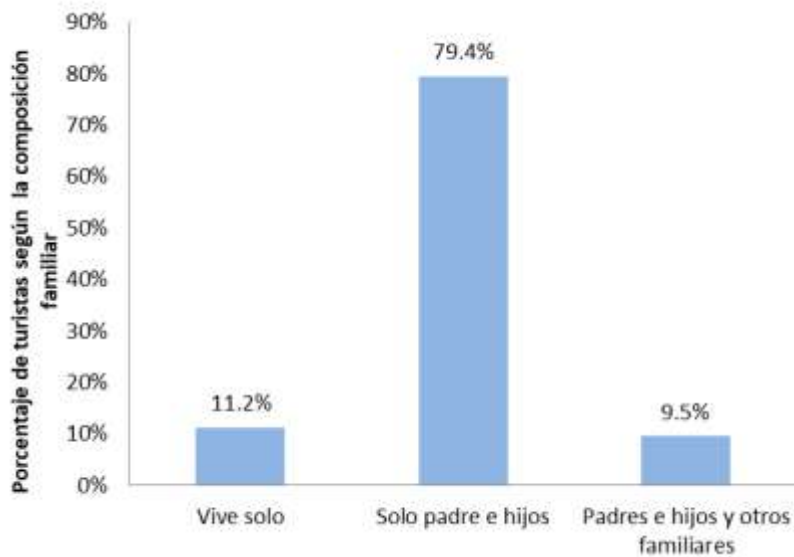


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 34, en el trimestre enero-marzo del 2019, el 79.4% de turistas nacionales viven solo entre padres e hijos; resultado mayor con relación al primer trimestre de 2018 (72.6%). Los turistas que viven solos son el 11.2% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está conformado por padres, hijos y otros familiares es de 9.5%. En este trimestre se redujo la proporción de turistas que viven padres, hijos y otros familiares, pasando de 11.4% a 9.9% del primer parcial del 2018 al primer parcial de 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

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	8.1%	0.1%	1.0%	0.1%	1.7%	0.2%	11.2%
Solo padre e hijos	33.0%	3.0%	35.8%	1.6%	4.6%	1.3%	79.4%
Padres e hijos y otros familiares	4.7%	0.5%	3.7%	0.1%	0.3%	0.2%	9.5%
Total	45.9%	3.7%	40.4%	1.8%	6.6%	1.6%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

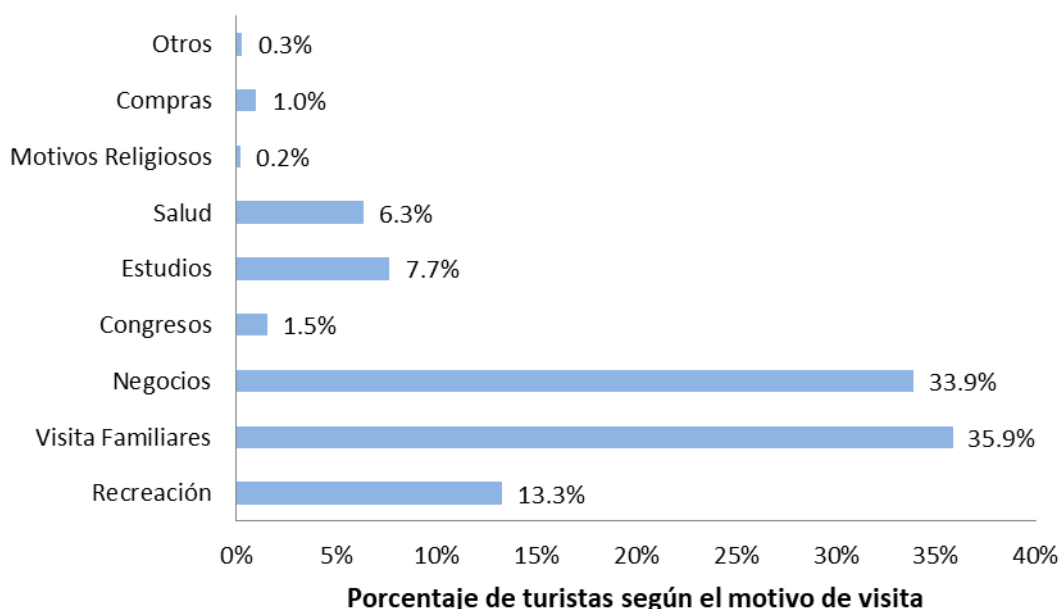
En el primer trimestre del año, alrededor de 33% de los visitantes viven con sus familias y son solteros. Asimismo, un 35.8% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. Además hubo una disminución (aumento) de turistas que son solteros (4.7%) o casados (3.7%) que viven con sus padres, hijos y otros familiares en comparación con el primer trimestre del 2018 (5.7% y 3.8% respectivamente). Por lo que la estructura del núcleo familiar de los visitantes nacionales no sufre cambios sustantivos frente al primer parcial del año 2018.

4.1.6. Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan, como se aprecia en la Ilustración 35, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año es la visita a familiares o amigos (35.9%), y los negocios (33.9%), comportamiento similar al registrado durante el primer trimestre del año 2018 en donde la principal razón para visitar la ciudad de Cuenca fueron la visita a familiares o amigos (38.7%) y negocios (36%). La fracción de turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos recreacionales es de 13.3%, superior en 3.6 puntos porcentuales con respecto al primer trimestre de 2018 (9.7%).

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, el 27.6% de los turistas nacionales eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por su cultura, como las fiestas tradicionales y folclore característicos de la ciudad, seguido por un 26.6% de visitantes nacionales que eligen a la ciudad por sus paisajes naturales, resultado similar al reportado en el primer trimestre de 2018 (27.2%). El 17.3% de turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos, eligen a la ciudad como destino turístico por sus atractivos turísticos. Turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura es 18.7% y 1.9% respectivamente, resultados similares al cuarto trimestre 2018. Y un 7.9% elige a la ciudad como destino por los

precios de bienes y servicios que ofrece, proporción mayor al 4% registrado en el primer parcial de 2018.

Ilustración 36: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 91.8% de los entrevistados han visitado la ciudad en más de una ocasión, mientras que el 8.2% restante son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, al igual que en el primer trimestre 2018 (91.9% y 8.1% respectivamente).

4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, los resultados revelan que el turista nacional recibe mayor información principalmente a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (77.5%), y el uso de la Internet y la publicidad (11.2%). Resultados que son inferiores a los hallazgos del primer parcial del 2018 (70.3% y 8.9% respectivamente). Las oficinas de turismo fueron utilizadas por el 1.1% de turistas nacionales, y no hubo uso de guías turísticas (ver Ilustración 37). Por otro lado, del 10.1% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor porción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 3).

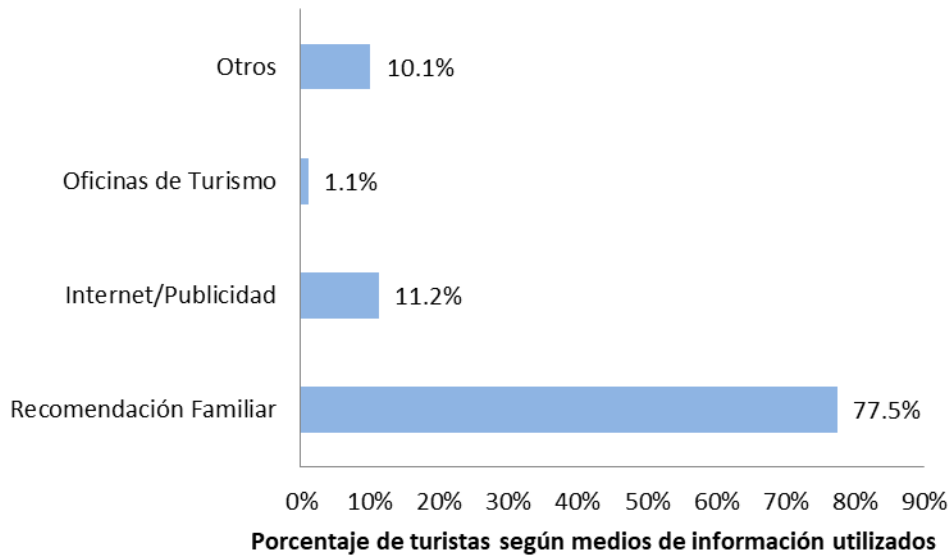
Con respecto a los medios de internet utilizados (ver Ilustración 38), los hallazgos revelan en el primer trimestre de 2019 los turistas continúan utilizando las redes sociales (30%), seguido del buscador Google con una proporción de 27.5%, porcentaje superior en 16.4 puntos porcentuales con respecto al primer parcial de 2018. Además, en este trimestre los visitantes nacionales utilizaron Lonely Plante y Sitios de Viaje con una proporción de 2.5% en ambos casos. En la

proporción de “Otros” medios utilizados se encuentra principalmente aquellos que indicaron que utilizaron Tripadvisor para informarse sobre la ciudad de Cuenca.

En este trimestre se destaca el aumento en el uso del buscador Google para información turística; además, el uso de plataformas como Lonely Plan y de sitios web de viaje empezó a utilizarse en comparación al mismo periodo del año anterior en donde estos no registraron uso alguno.

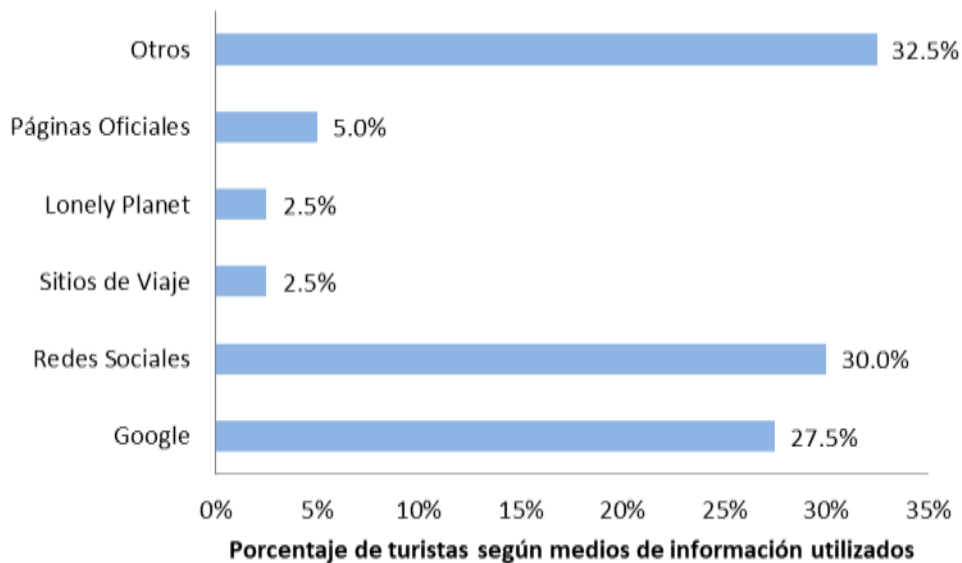
Estos resultados se presentan en las Ilustración 37 e Ilustración 38.

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



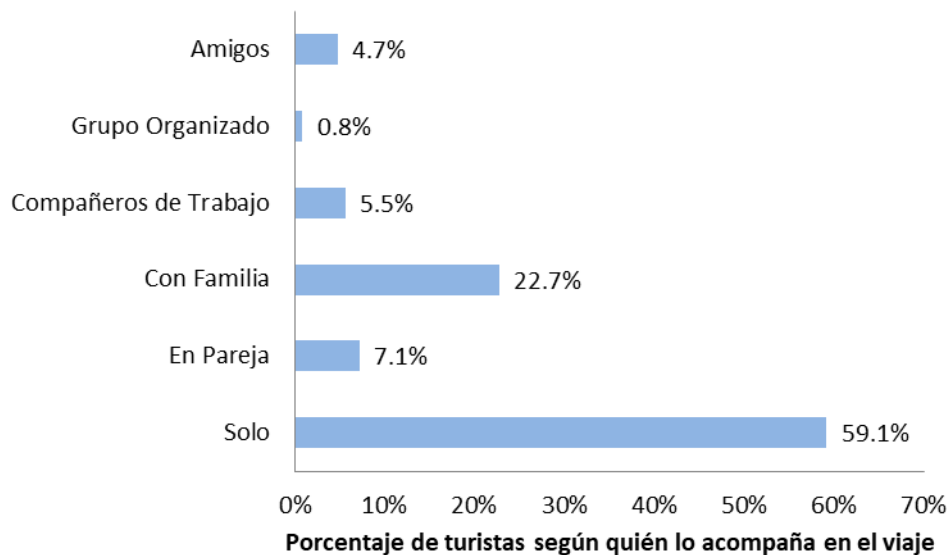
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.7. Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (59.1%), en menor incidencia que en el parcial enero-marzo del año 2018 (62.7%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias representan el 22.7%, muy similar al 22.6% de turistas que viajaron con sus familiares en el primer trimestre. Solamente el 7.1% y 5.5% de turistas vienen en pareja o con compañeros de trabajo respectivamente.

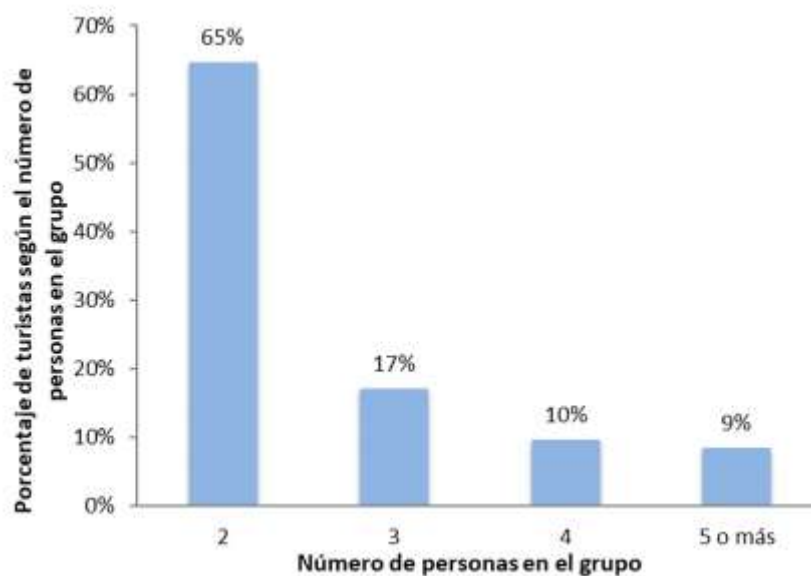
Ilustración 39: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



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 no viajan solos, la predilección de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de mayor tamaño fueron escasos, hallazgos que son similares a lo encontrado en el primer trimestre del año 2018.

Al cruzar las variables *razón principal de la visita* con la *compañía de viaje* se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, arriban a la ciudad en familia (36.2%), solos (30.2%) y en pareja (22.8%). Lo que revela que el turista recreativo prefiere visitar la ciudad acompañado de su familia, solo o en pareja en esta parte del año, resultados similares al registrado en el primer parcial de 2018 donde el turista que visitó la ciudad por el mismo motivo prefirió hacer su viaje en familia (34.9%), solo (22.2%), o en pareja (22.6%). En comparación con los resultados del primer trimestre 2018, hay una menor proporción de visitantes por motivos de visita familiar que prefieren hacerlo solos, pasando de 60.7% en el primer parcial de 2018 a 59.2% en el primer parcial de 2019.

La mayoría de turistas nacionales que visitan la ciudad por negocios lo hacen solos, al igual que los que vienen a la ciudad por estudios o investigación, los que vienen por compras o servicios personales, por participar en congresos o conferencias o por motivos de salud (ver anexo 4).

Tabla 11: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Nacional		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	30.2%	1.3%	36.2%	22.8%	8.7%	0.7%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	59.2%	0.5%	31.3%	6.2%	2.2%	0.5%	100.0%
	Negocios, actividades	68.2%	0.8%	8.2%	2.4%	6.1%	14.5%	100.0%
Total		59.1%	0.8%	22.7%	7.1%	4.7%	5.5%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (92.2% en enero-marzo 2019 vs. 88.4%, en el mismo periodo 2018). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística es alrededor del 7.8%.

4.1.8. La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

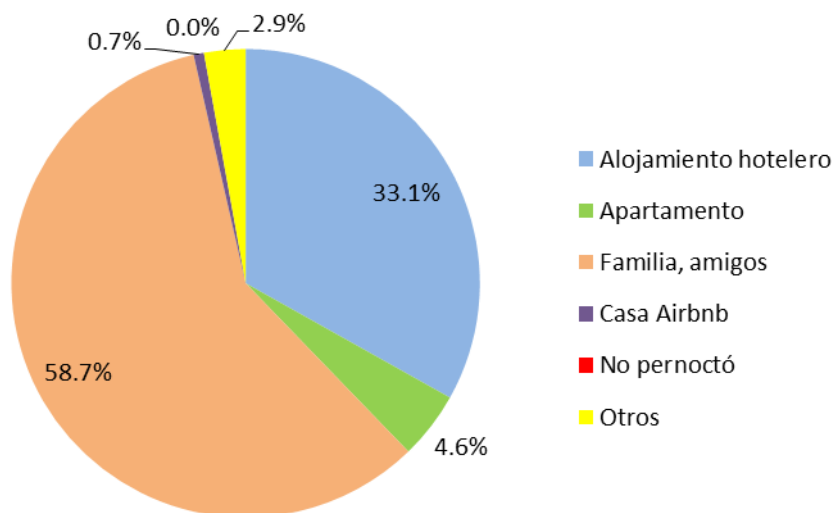
4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista nacional es el alojamiento con sus familiares o amigos 58.7%. Aquellos que eligen establecimiento hotelero corresponden al 33.1%; proporción que es menor al 35.5% de turistas que eligió el mismo tipo de alojamiento, en el mismo trimestre del año

anterior. El uso de apartamento, aplica solamente para el 4.6% de los encuestados. Los hallazgos son congruentes con los reportados en el primer trimestre 2018.

La proporción de turistas nacionales que alquilan una casa por medio de la web (casa Airbnb) es alrededor del 0.7%. Los visitantes que dicen elegir otro tipo de alojamiento son únicamente el 2.9%.

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 51% prefieren alojamiento en un establecimiento hotelero tradicional, seguido de un 45.6% de turistas que se aloja con familiares o amigos. Los hallazgos son similares respecto a la fracción de turistas que visitan la ciudad por motivos recreativos que prefieren alojarse en establecimiento hotelero o con familiares o amigos en el mismo periodo del año 2018 (49.1% en ambos casos respectivamente).

A su vez, el tipo de alojamiento establecimiento hotelero fue el preferido para otros turistas con motivos diferentes, como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que se aloje en la casa familiar o que los amigos ofrezcan hospedaje gratuito. En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación continúan prefiriendo alojarse con sus familiares o amigos o en establecimiento hotelero, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud o compras o servicios personales. En el caso de los visitantes que arriban por motivos religiosos, se aprecia una probabilidad de un 50% de que escoja quedarse con un familiar. El uso de la web para reservar una casa (Casa AIRBNB) fue escaso (ver anexo 5).

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

Turista Nacional		¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?			TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	51.0%	2.7%	45.6%	100.0%
	Visita a familiares o	9.7%	2.5%	85.3%	100.0%
	Negocios, actividades	53.7%	4.7%	35.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	35.3%	0.0%	52.9%	100.0%
	Estudios, investigación	31.4%	22.1%	45.3%	100.0%
	Tratamiento de salud	21.4%	1.4%	74.3%	100.0%
	Motivos religiosos	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	27.3%	0.0%	72.7%	100.0%
	Otros	33.3%	0.0%	66.7%	100.0%
Total	33.1%	4.6%	58.7%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 13 se presenta la duración de estancia del turista nacional que visita la ciudad hasta 30 días. En el primer trimestre del año 2019, la estancia promedio es de 5.24 días, no obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana. El 25% de turistas nacionales tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 3 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 5 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 5 días. La respuesta más común de los turistas nacionales, fue permanecer 2 días en la ciudad. Resultados que son consistentes con respecto al primer trimestre 2018.

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

	Primer trimestre
Media	5.24
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00
Mediana (Cuartil 2)	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	5.00
Moda	2.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Bajo estas condiciones, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje, para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La Tabla 14 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que aquellos que vienen por visita a familiares o amigos. El turista que viene por negocios, tratamiento de salud, para quienes vienen por realizar compras o servicios personales o congresos, conferencias realizan visitas cortas de 2 días, y de 4 días de estancia para turistas que visitan la ciudad por motivos religiosos, finalmente de 6 días de estancias aquellos que realizan actividades de estudios o investigación.

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, existiendo un aumento en la estadía de aquellos turistas que vienen por estudios o investigación.

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
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0
	Visita a familiares o amigos	3.0
	Negocios, actividades	2.0
	Congresos, conferencias	2.0
	Estudios, investigación	6.0
	Tratamiento de salud	2.0
	Motivos religiosos	4.0
	Compras o servicios personales	2.0
	Otros	3.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento, según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 15), se puede apreciar que los días de estadía son de 2 cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero, que es similar a la estancia mediana del trimestre anterior. La estancia es de 3 días cuando se aloja con familia y sus amigos y una de 11 cuando éste se aloja en un apartamento.

Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es de 4.5 días. No hubo turistas que no pernoctaron⁹ en la ciudad.

Es importante indicar que los hallazgos muestran que, ahora el turista que se aloja en apartamento presenta una mayor estancia que aquel turista que prefirió el mismo alojamiento en el primer trimestre 2018 (de 8 días en el primer parcial de 2018 a 11 días en el primer parcial de 2019). Los resultados muestran ser congruentes con la evidencia reportada por el mismo trimestre del año anterior, con la diferencia que ahora el grupo de turistas que visitan la ciudad y prefieren alojarse en apartamentos, lo hacen con una estadía mediana de 11 días, 3 días más que el reportado en el primer parcial del año 2018. Con estos hallazgos se puede, confirmar que, en el caso de turista

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

nacional, el tipo de alojamiento podría ser un determinante de la duración de la estancia, pues los resultados son robustos 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
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2.0
	APARTAMENTO	11.0
	FAMILIA, AMIGOS	3.0
	CASA AIR BNB	4.5
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D
	OTROS	5.5

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 \$181.71 por grupo¹⁰ durante toda su estancia en el primer trimestre del año 2019 que es menor al gasto promedio obtenido en el mismo periodo del año 2018 (\$311.36). Al dividir dicho gasto por el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$121.41 en promedio, por persona en el año 2019, menor a \$215.34 por persona en el primer trimestre del año 2018. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona fue calculado en \$40.39, para en el periodo enero-marzo de 2019, menor al gasto diario por turista (\$53.78) en el mismo periodo del año 2018¹¹.

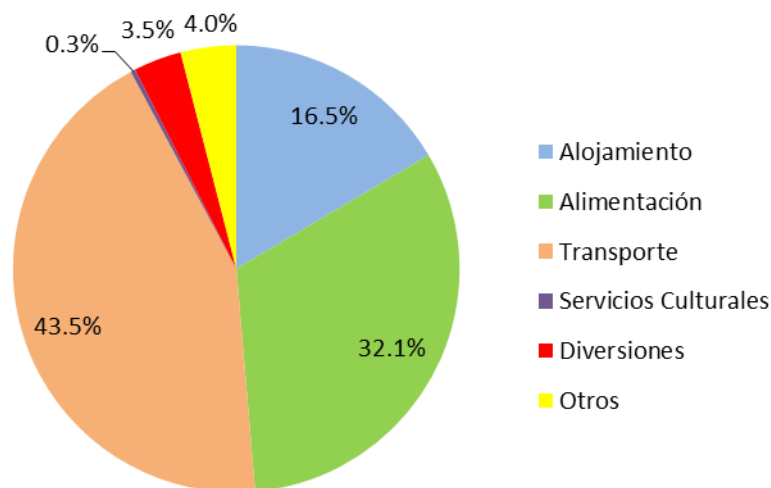
La Ilustración 42, revela la composición del gasto turístico en el primer trimestre del año 2019. Del total de gastos realizados por turistas nacionales, el 43.5% se realiza en transporte, el 32.1% del gasto lo realizan en alimentación, y un 16.5% gastan en alojamiento. El 3.5% del gasto se realiza en entretenimiento. En relación al trimestre enero-marzo 2018, la composición del gasto respecto al transporte es similar (43.5% en el primer parcial de 2019 y 43.9% en el primer parcial de 2019); mientras que el gasto de alojamiento ha aumentado en 4.7 puntos porcentuales y el gasto en

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.

alimentación ha aumentado en 3.6 puntos porcentuales (11.8% y 28.5% respectivamente en el primer trimestre de 2018).

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 determinado por diversos factores, entre lo que se encuentran: el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje, y la duración de la estancia. Con respecto a los turistas que tienen una estancia de hasta 30 días, el gasto está en relación directa con el motivo de visita, y por ende con la duración de la estadía.

La Tabla 16 revela un aumento en el gasto turístico del turista recreativo al hacer una comparación interanual de los primeros trimestres. Así se puede apreciar un aumento de \$14.5 dólares con respecto al año anterior. La explicación de este aumento se debe en los siguientes rubros fundamentalmente que son alojamiento, alimentación, transportes y diversiones. Aquellos turistas que viene a la ciudad de Cuenca por Visita a Familiares o Amigos, negocios o actividades profesionales sufren una disminución en sus gastos comparación con el mismo trimestre del 2018, mismos que presentaron reducciones principalmente en los rubros de alimentación, transporte y diversión.

Aquellos visitantes que vinieron por motivos de congresos y conferencias presentaron una reducción en su gasto mediano durante la estancia. Aquellos que visitaron la ciudad por estudios o investigaciones cortas y compras o servicios personales experimentaron aumentos en su gasto mediano. Toda esta dinámica de desmejoras en ciertos grupos y mejora en otros hace que el promedio de gasto mediano durante la estancia en el primer periodo de 2019 (\$63.34) sea inferior al obtenido en el mismo periodo 2018 (\$84.10).

Adicionalmente, cabe indicar las personas que vienen por motivos de negocios, a pesar de presentar estancias relativamente cortas prefieren aún establecimientos hoteleros de mayor categoría, sin embargo en el primer trimestre de 2019, el gasto en hospedaje se redujo con respecto al 2018 en

\$15.94 dólares, lo mismo ocurrió con el gasto en alimentación y transporte¹². En general se evidencia una caída principalmente de los gastos medianos de alojamiento, alimentación y transporte en el primer trimestre 2019 frente a su similar 2018.

Tabla 16: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional

Turista Nacional		Primer 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	\$10.81	\$19.16	\$33.96	\$1.41	\$2.40	\$10.25	\$78.00	
		2019	\$20.25	\$24.43	\$35.06	\$0.74	\$4.63	\$7.38	\$92.50	
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$1.83	\$18.72	\$28.12	\$0.54	\$6.15	\$4.64	\$60.00	
		2019	\$1.78	\$15.16	\$19.82	\$0.09	\$1.92	\$1.21	\$40.00	
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$35.84	\$32.23	\$49.70	\$0.50	\$4.68	\$7.06	\$130.00	
		2019	\$19.90	\$25.70	\$35.36	\$0.22	\$0.90	\$2.09	\$84.17	
	Congresos, conferencias	2018	\$20.25	\$13.25	\$17.47	\$0.30	\$1.03	\$3.45	\$55.75	
		2019	\$3.25	\$18.56	\$25.53	\$0.30	\$0.89	\$1.48	\$50.00	
	Estudios, investigación	2018	\$9.04	\$20.33	\$13.59	\$0.22	\$1.27	\$0.55	\$45.00	
		2019	\$20.41	\$26.91	\$14.97	\$0.00	\$2.90	\$0.81	\$66.00	
	Tratamiento de salud	2018	\$3.47	\$12.83	\$11.61	\$0.00	\$0.15	\$1.94	\$30.00	
		2019	\$3.15	\$7.85	\$13.04	\$0.00	\$0.00	\$0.96	\$25.00	
	Motivos religiosos	2018	\$20.94	\$20.94	\$22.81	\$0.60	\$3.74	\$5.98	\$75.00	
		2019	\$0.00	\$20.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$20.00	
	Compras o servicios personales	2018	\$5.72	\$8.36	\$26.47	\$0.00	\$2.35	\$4.11	\$47.00	
		2019	\$3.89	\$14.49	\$20.85	\$0.00	\$6.64	\$14.13	\$60.00	
	Otros	2018	\$0.00	\$15.00	\$22.50	\$0.00	\$7.50	\$0.00	\$45.00	
		2019	\$4.52	\$21.45	\$4.52	\$0.00	\$4.52	\$0.00	\$35.00	
	Total		2018	\$16.39	\$22.92	\$34.14	\$0.54	\$4.49	\$5.62	\$84.10
			2019	\$11.85	\$20.43	\$26.48	\$0.22	\$1.92	\$2.44	\$63.34

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

¹² Es importante recordar que el grupo mayoritario de turistas pertenece a visitantes recreacionales, que visitan a familiares o que viene por actividades de negocios.

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

Turista Nacional		Primer trimestre 2018	Primer trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$26.00	\$30.83
	Visita a familiares o amigos	\$20.00	\$13.33
	Negocios, actividades profesionales	\$65.00	\$42.08
	Congresos, conferencias	\$18.58	\$25.00
	Estudios, investigación	\$13.50	\$11.00
	Tratamiento de salud	\$15.00	\$12.50
	Motivos religiosos	\$18.75	\$5.00
	Compras o servicios personales	\$23.50	\$30.00
	Otros	\$22.50	\$11.67
GLOBAL		\$36.06	\$25.66

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El gasto diario promedio por persona, de turistas nacionales en el primer trimestre del año 2019 es de \$25.66, inferior a los resultados reportados en el primer trimestre de 2018 (\$36.06). Aquel turista nacional que viene por negocios o actividades profesionales presenta el mayor gasto diario por persona (\$42.08), que es \$22.92 menos que aquellos que visitaron Cuenca por los mismos motivos en el mismo periodo del año 2018. Siguen en la lista quienes visitan la ciudad por recreación, esparcimiento o vacaciones, reporta gastos diarios promedio de \$30.83 frente a los \$26 registrados en el primer trimestre de 2018 (Ver Tabla 17).

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

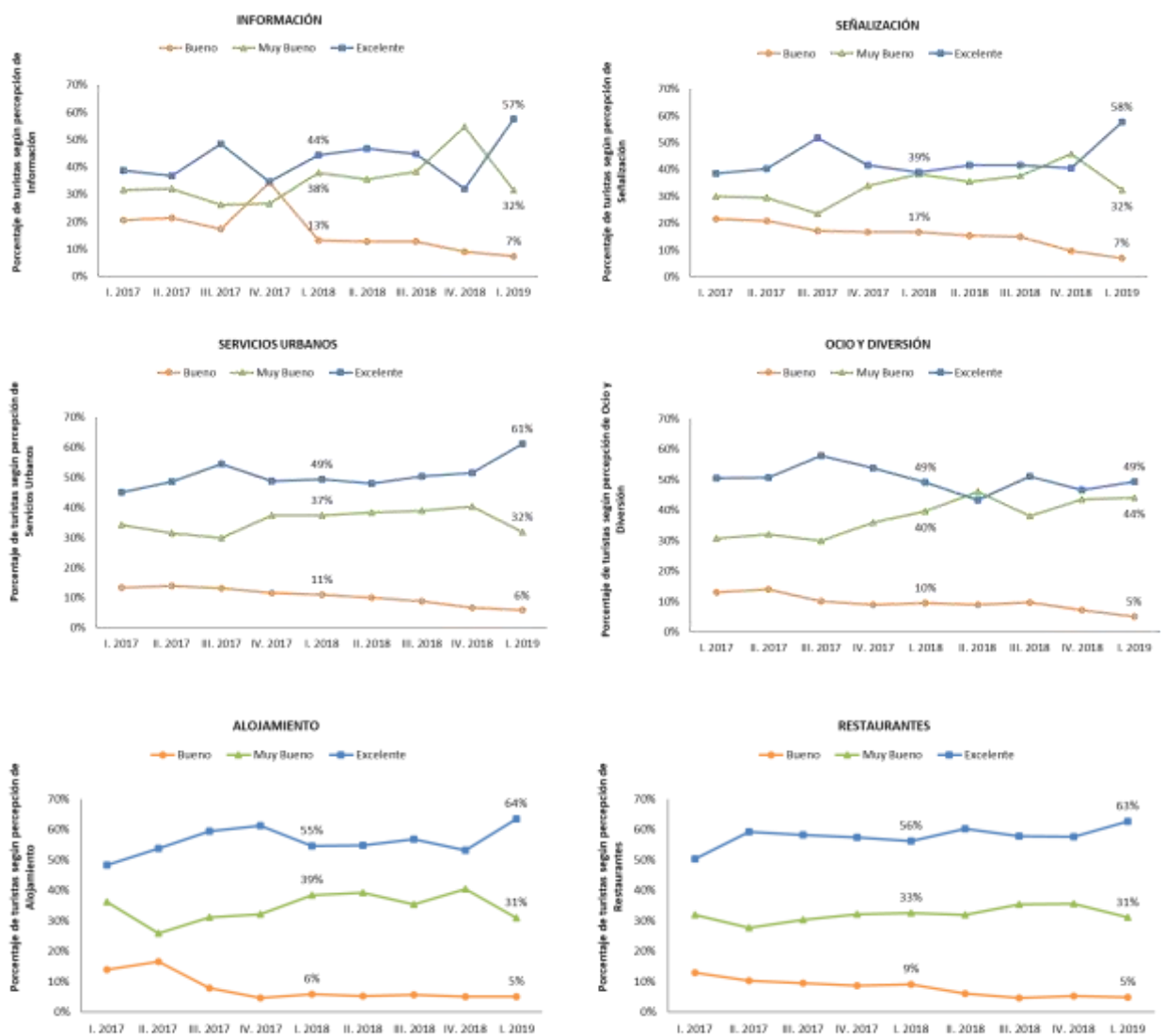
Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 89.2%, 80.4% y 83.2% respectivamente. Por lo que existe una mayor proporción de visitantes nacionales que consideran que los precios son justos en alojamiento frente al primer trimestre del año 2018 (85.7%). La percepción de precios sobre alimentación y transporte es similar al primer parcial del año 2018 (80.4% y 81.3%

respectivamente). Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar pagado.

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

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes. Estos resultados se pueden apreciar en la Ilustración 43. Se aprecia un incremento de turistas nacionales que califican a los servicios urbanos como excelentes, en este parcial frente al mismo periodo 2018 (49% a 61% en el año 2019).

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

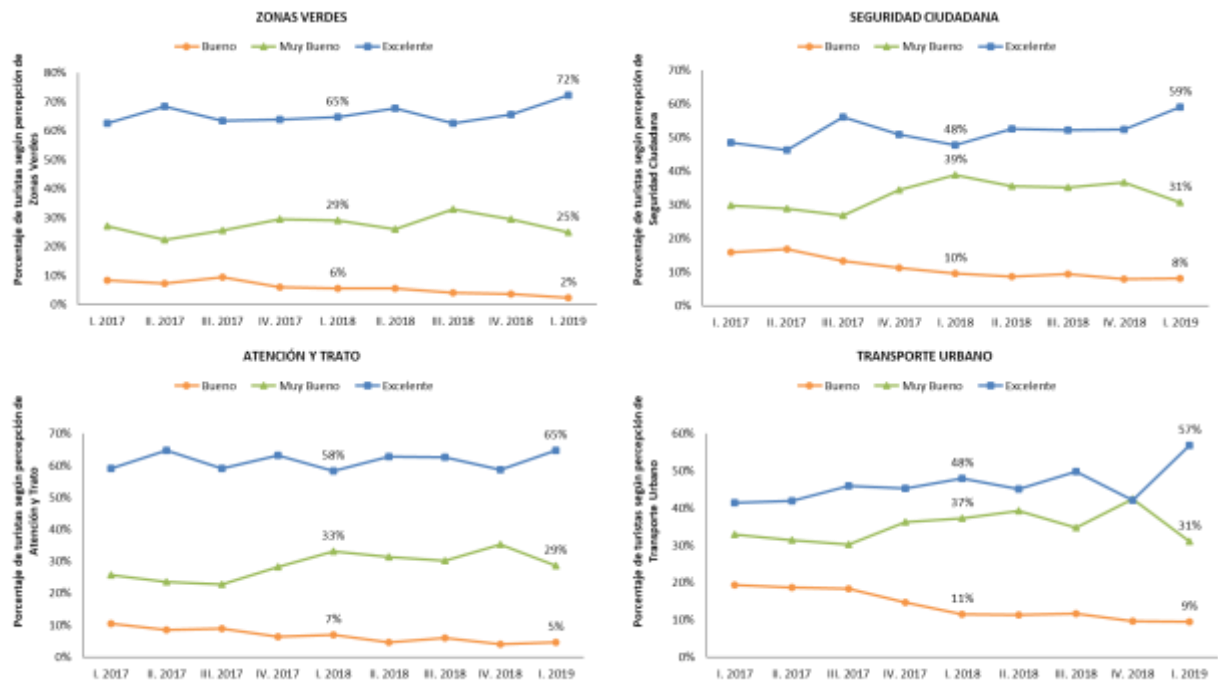


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Se aprecia una mejoría en la percepción de los visitantes nacionales de muy bueno a excelente en los servicios de transporte urbano que ofrece la ciudad en el primer parcial 2019 frente al primer trimestre del año 2018. Asimismo, hubo una mejoría en la percepción de muy bueno a excelente en los servicios de seguridad ciudadana en el primer trimestre 2019 frente al primer trimestre del año 2018 (59% y 57% respectivamente).

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



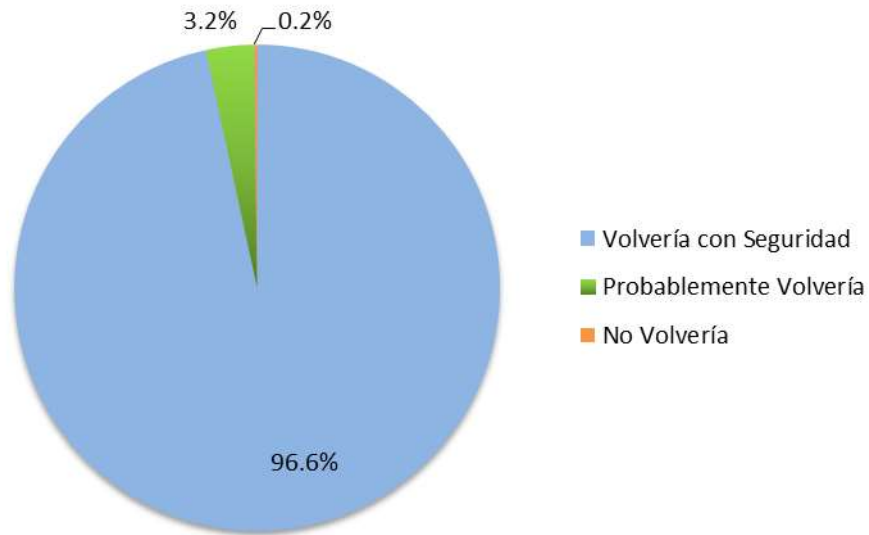
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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.

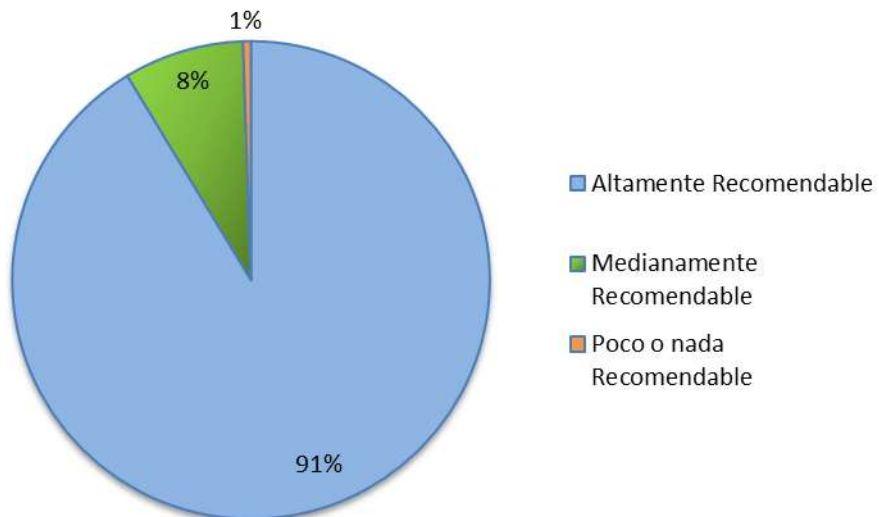
Como se aprecia en las Ilustración 45 e Ilustración 46, alrededor del 96.6% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 3.2% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volvería son solamente 0.2%, resultados consistentes en relación a los hallazgos del cuarto trimestre del 2018. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 91% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 8% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 1% lo considera como poco o nada recomendable. Esto implica que la referencialidad de la ciudad de Cuenca como destino turístico ha disminuido ligeramente frente al 93% de turistas nacionales que visitaron la ciudad en el primer trimestre 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



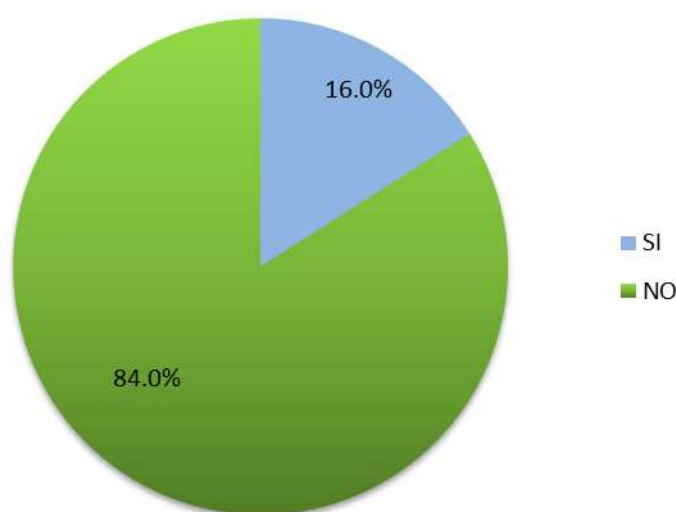
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 58.4% de los turistas nacionales ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que el resto de visitantes, 41.6%, 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 ha incrementado de 16% en el primer trimestre de 2019 a 9.8% en el primer trimestre 2018.

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



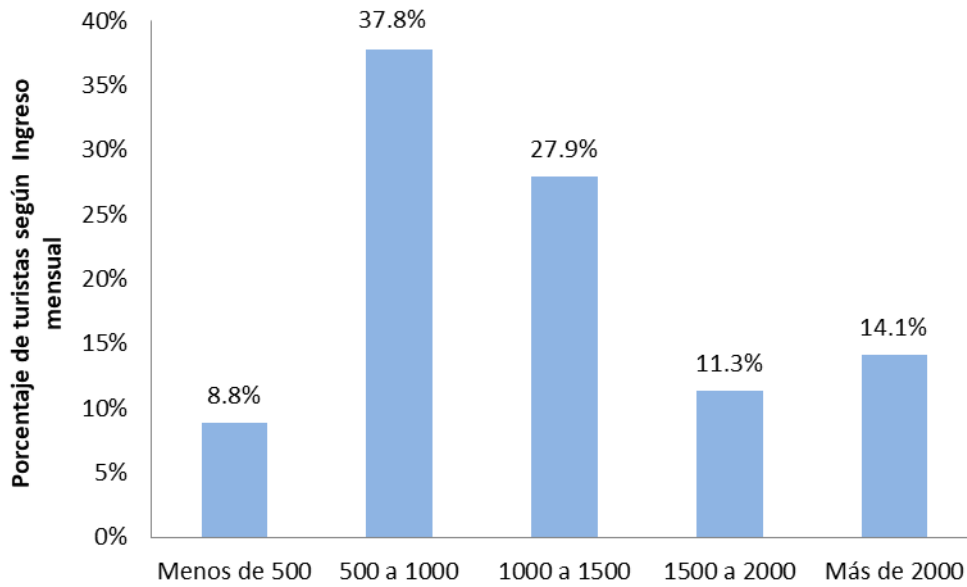
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 (37.8%). La proporción de turistas nacionales que ganan entre 1,000 a 1,500 dólares registra una proporción de 27.9%; mientras que los ingresos entre 1,500 a 2,000 dólares mensuales es de 11.3% porcentaje inferior al 17.9% registrado en el cuarto trimestre de 2018. Un 14.1% de visitantes tienen ingresos de más de 2,000 mensuales; mientras un 8.8% de turistas nacionales tienen ingresos mensuales de menos de 500 dólares. Esto da una media de ingresos de 1,170.49 dólares al mes, una mediana de 1,237.34 y una moda de 986.36 dólares.

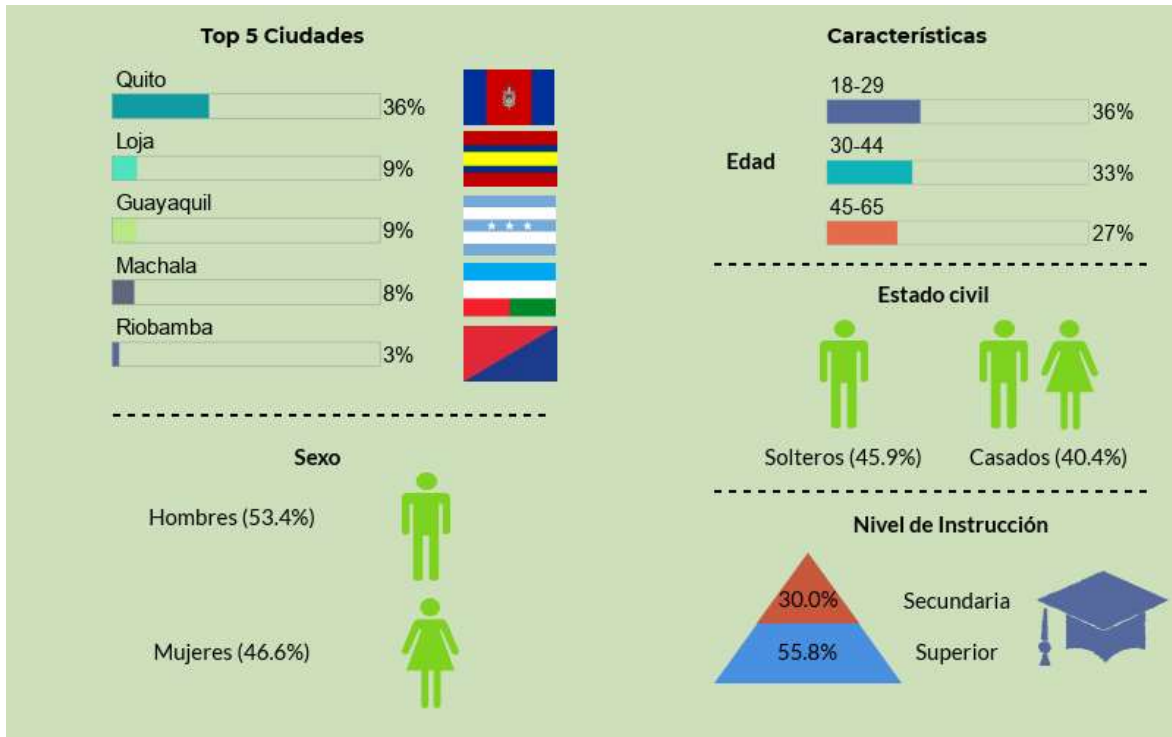
Esto implica que el visitante Nacional que visita la ciudad en el trimestre enero-marzo 2019 tiene 14.57% de ingresos menos que aquel turista en el primer trimestre 2018 (media de \$1,370.15).

Ilustración 48: Ingreso mensual del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

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



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

Perfiles de turistas nacionales

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre enero-marzo 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 primer trimestre del año 2019

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$40, es decir, un gasto diario por persona de \$13.33.
- b) 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 \$84.17, es decir, un gasto diario por persona de \$42.08.
- c) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por su cultura como las fiestas tradicionales, paisajes naturales, gastronomía y atractivos turísticos, 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 \$92.5, es decir, un gasto diario por persona de \$30.83.

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

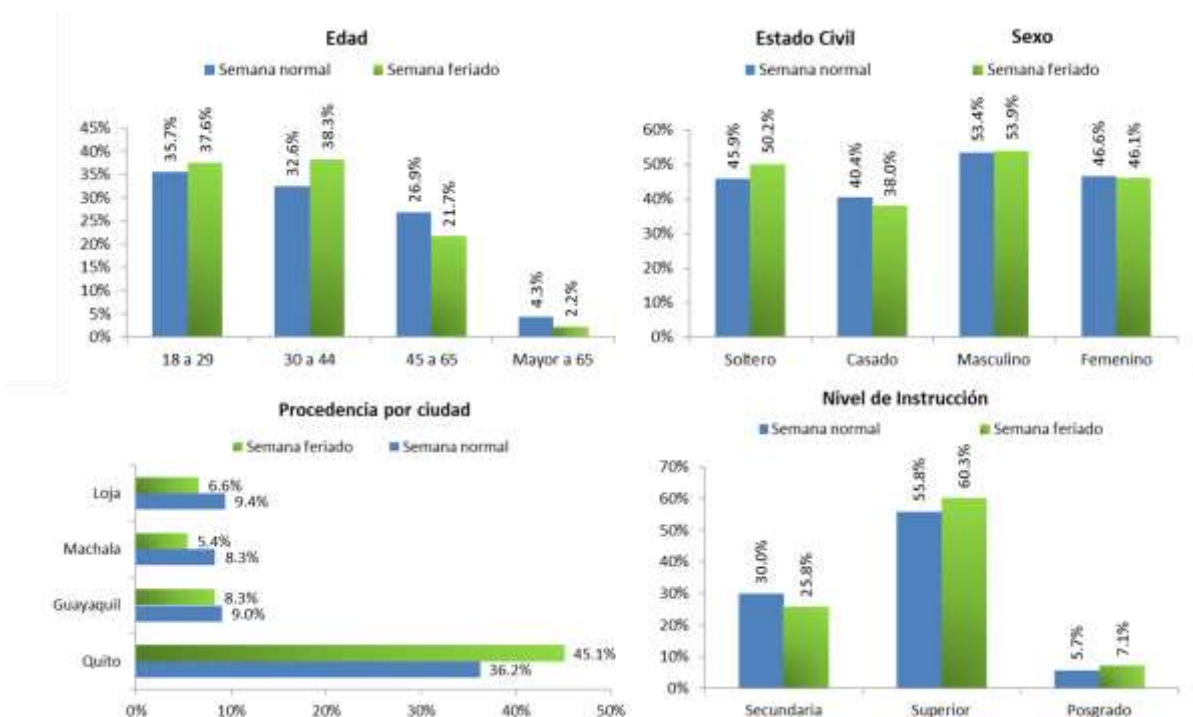
Con el fin de identificar si el perfil del turista es distinto en el periodo de feriado del mes de marzo en el que se celebra las fiestas de Carnaval, se realizó un relevamiento tanto en terminal aéreo como en terrestre en la semana del 28 de febrero al 6 de marzo del año 2019, dando los siguientes resultados:

4.2.1. Características sociodemográficas:

En el periodo de feriado el turista nacional se caracteriza por tener una edad entre 30 y 44 años (38.3%), este grupo es mayor respecto al registrado en una semana normal (32.6%); la proporción de jóvenes se mantiene alrededor del 37.6%. Además, hay una mayor presencia de visitantes solteros (50.2%). Los resultados reportan una muestra de 46.6%-46.1% de entrevistados hombres frente a mujeres. La gran mayoría de los visitantes nacionales continúa conformado por turistas quiteños (45.1%), pero en mayor proporción respecto al observado en una semana normal (36.2%).

En la época de feriado, los visitantes continúan con un nivel educativo superior (60.3%), o con título de bachiller (25.8%); laboran como profesionales independientes (38.6%), o como servidores públicos (24%) porcentaje que es 10.2 puntos porcentuales más que en una semana de feriado. Hecho que está relacionado con el incremento de turistas que laboran en el sector público, de 12.4% en una semana normal a 24.7% en la semana de feriado. En cuanto a la composición familiar del turista, continúa formando parte de una familia de perfil tradicional (32.03%), o son turistas solteros que viven solos (9.15%) o con sus padres (33.05%).

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	8.13%	9.15%
	Solo padres e hijos	33.04%	33.05%
Casado	Solo padres e hijos	35.80%	32.03%

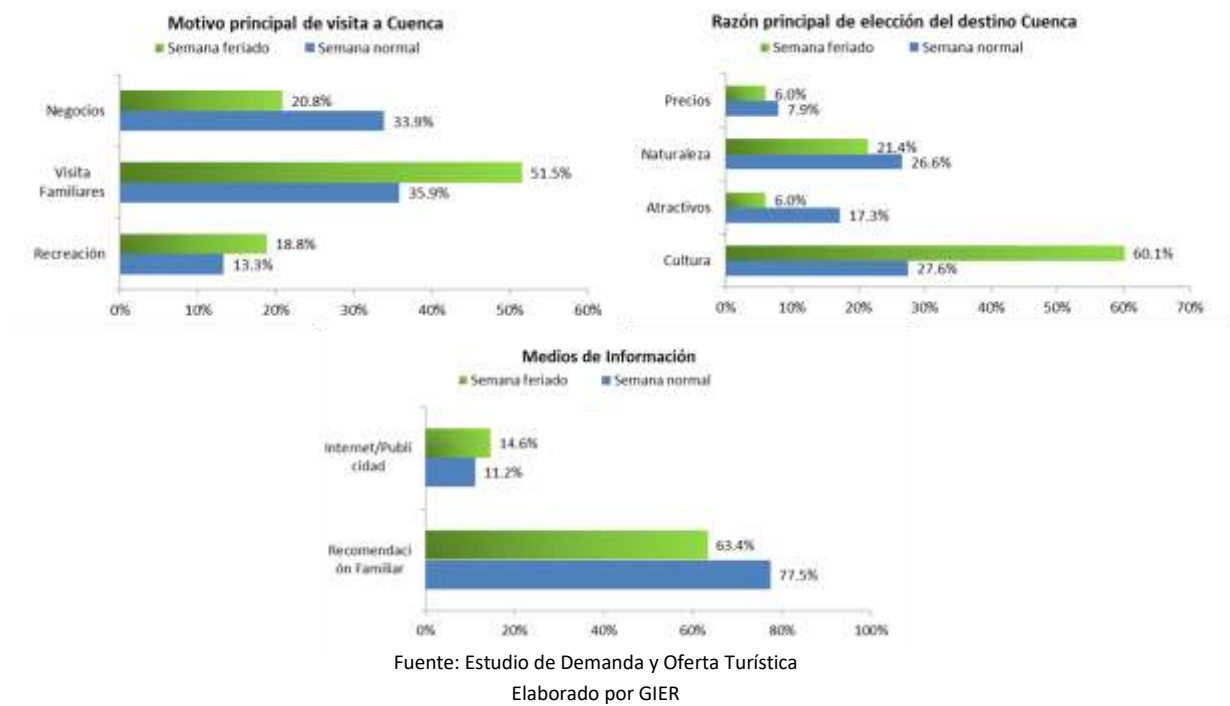
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.2. Motivación del turista:

Respecto a la motivación del turista para visitar a la ciudad de Cuenca, el visitante nacional visita a sus familiares o amigos en una proporción de 51.5%, porcentaje que es mayor al 35.9% de turistas ecuatorianos que visitaron la ciudad en una semana normal. Además, hubo una mayor proporción de turistas por motivos recreacionales y menor de quienes vienen por negocios o trabajo, en relación a los resultados registrados en una semana normal.

Los visitantes que arriban a la ciudad por motivo puramente recreacional continúan eligiendo a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por su cultura como sus fiestas y folclore (60.1%) pero en mayor proporción frente al 27.6% en una semana normal; por sus atractivos naturales como sus monumentos (21.4% en semana de feriado frente al 26.6% en semana normal). Siendo al igual que en los resultados presentados, la recomendación familiar o de amigos (63.4%) la fuente principal en la que los visitantes basan su conocimiento de la ciudad; los medios como el internet y publicidad también fueron utilizados por el 14.6% de turistas.

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

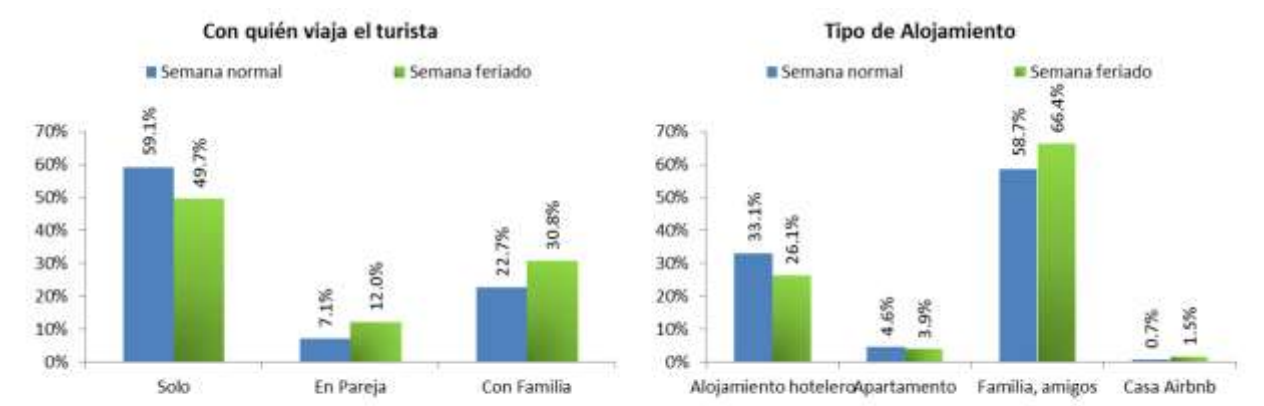


4.2.3. Organización del viaje, elección de alojamiento y duración de la estancia:

En cuanto a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales continúan prefiriendo viajar solos (49.7%), pero en menor proporción que los resultados de una semana normal (59.1%). Pero también hay una importante proporción que ahora viajan en familia (30.8% en semana de feriado frente al 22.7% en una semana normal). En relación a la elección del tipo de alojamiento, los turistas prefieren alojarse con familiares y amigos (66.4% frente al 58.7% en una semana normal), o en algún establecimiento hotelero (26.1%).

Analizando los tres grupos principales de turistas, aquellos que llegan a la ciudad por motivos recreativos continúan con estancias medianas de 3 días, quienes vienen por visitar a sus familiares o a sus amigos presentan una permanencia de 4 días, que es un día más que en periodo normal. Finalmente, quienes visitan la ciudad por motivos de negocios, se aprecia que tienen una permanencia de 3 días, 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	3.0
	Visita a familiares o amigos	3.0	4.0
	Negocios, actividades	2.0	3.0

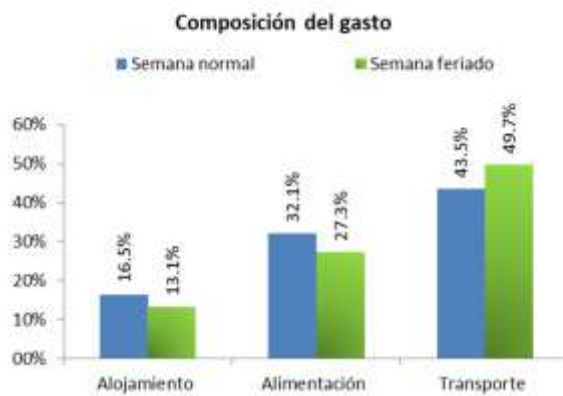
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.4. Costo de la estancia:

Analizando la composición del gasto de los turistas nacionales, los gastos de transporte representan el 49.7% de los gastos totales, proporción que es mayor al 43.5% registrado en una semana normal; la alimentación es alrededor del 27.3% de los gastos, y los gastos en alojamiento el 13.1%.

En términos generales, los resultados del relevamiento en el feriado reportan gastos medianos por persona por día, que son similares en comparación con lo presentado en una semana normal. Así, aquellos turistas nacionales que arribaron por motivos recreativos mostraron un gasto mediano de \$24.25 por persona diario; aquellos turistas que arriban a la ciudad por visitar a sus familiares registran un gasto mediano de \$17.5 y de \$43.33 quienes llegan a la ciudad por negocios o actividades profesionales. Por lo que en general el resultado del gasto mediado diario por persona fue de \$23.75 relativamente similar frente al gasto reportado en una semana normal (\$25.66).

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



Mediana del Gasto diario personal del Turista Nacional		Semana normal	Semana feriado
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento, vacaciones	\$30.83	\$24.25
	Visita a familiares o amigos	\$13.33	\$17.50
	Negocios, actividades profesionales	\$42.08	\$43.33
	Congresos, conferencias	\$25.00	\$8.75
	Estudios, investigación	\$11.00	\$5.56
	Tratamiento de salud	\$12.50	\$13.88
	Motivos religiosos	\$5.00	\$77.59
	Compras o servicios personales	\$30.00	\$1.00
	Otros	\$11.67	\$42.50
	GLOBAL	\$25.66	\$23.75

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.5. Percepción de servicios, retorno y recomendabilidad

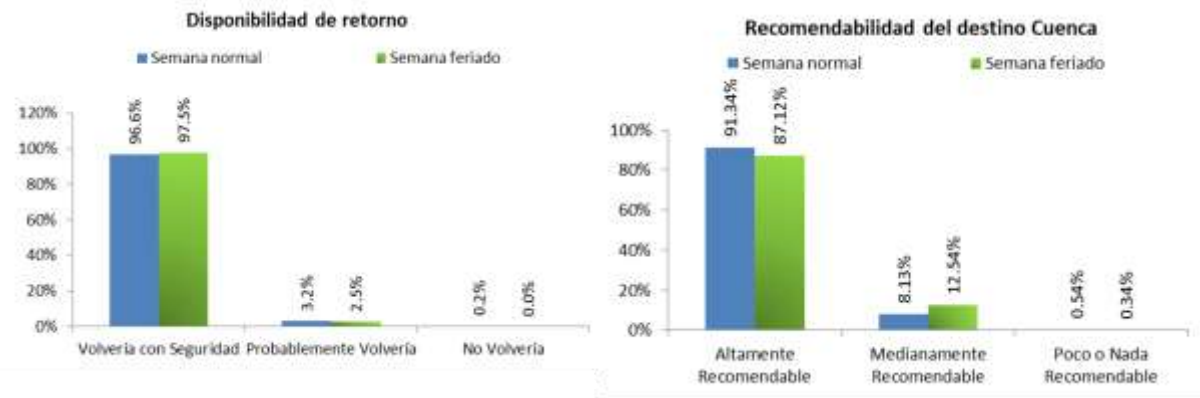
Por último, la percepción de todos los servicios que ofrece la ciudad es muy buena o excelente en el periodo de feriado, pero la percepción sobre los servicios de ocio y diversión en una semana de feriado frente a la normal es mejor. Con respecto al resto de servicios, se observa percepciones similares en ambas semanas analizadas. El nivel de retorno (97.5%) y recomendabilidad (87.1%) son ligeramente similares a los ya obtenidos en el relevamiento de 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	7.5%	5.2%	RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA	Bueno	4.9%	4.4%
	Muy Bueno	31.6%	30.4%		Muy Bueno	31.1%	32.8%
	Excelente	57.4%	61.2%		Excelente	62.8%	58.8%
SEÑALIZACIÓN	Bueno	7.2%	7.4%	ZONAS VERDES	Bueno	2.5%	2.9%
	Muy Bueno	32.4%	34.9%		Muy Bueno	24.9%	26.1%
	Excelente	57.7%	54.0%		Excelente	72.2%	69.6%
SERVICIOS URBANOS	Bueno	5.8%	4.6%	SEGURIDAD CIUDADANA	Bueno	8.2%	6.6%
	Muy Bueno	31.9%	31.8%		Muy Bueno	30.6%	31.8%
	Excelente	61.3%	62.7%		Excelente	59.0%	58.0%
OCIO Y DIVERSIÓN	Bueno	5.0%	3.4%	ATENCIÓN Y TRATO	Bueno	4.7%	4.3%
	Muy Bueno	44.0%	33.2%		Muy Bueno	28.7%	28.2%
	Excelente	49.4%	57.6%		Excelente	64.8%	63.7%
ALOJAMIENTO	Bueno	5.1%	1.6%	TRANSPORTE URBANO	Bueno	9.5%	8.8%
	Muy Bueno	30.9%	34.1%		Muy Bueno	31.1%	30.0%
	Excelente	63.5%	63.2%		Excelente	56.9%	53.1%

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

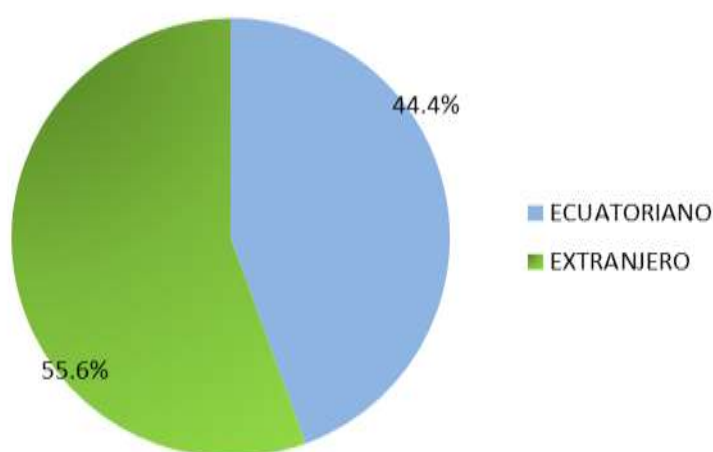
Como no todos los turistas necesariamente pueden ser relevados en los terminales, es importante contar con mecanismos que permitan aproximar el perfil y el comportamiento de aquellos que vienen directamente también por medios propios, también se realiza con el fin de capturar las

preferencias de aquellos que vienen por auto propio, ya que no es posible hacer un conteo directo por temas presupuestarios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, realizar un estudio paralelo directamente en los establecimientos hoteleros, cuyos resultados en el trimestre enero – marzo 2019, se ponen a consideración a continuación.

5.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 44.4% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales, contra un 55.6% de extranjeros. Por lo que existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros entrevistado en establecimiento hotelero frente al 41.5% del trimestre enero-marzo 2018.

Ilustración 54: Procedencia del Turista en el Hotel

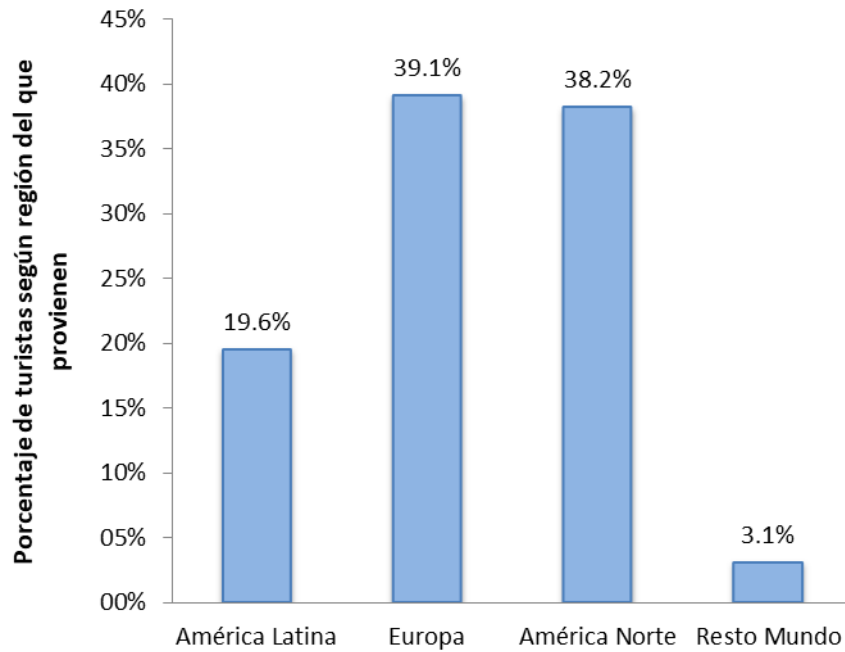


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En turista extranjero en establecimiento hotelero proviene principalmente de la región Europea (39.1%) y de Norte América¹³ (38.2%), a diferencia del visitante extranjero en el trimestre enero-marzo 2018, en donde la mayoría fueron turistas latinoamericanos (39.1%). El número de visitantes de otras latitudes aun es bajo (3.1%).

¹³ Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.

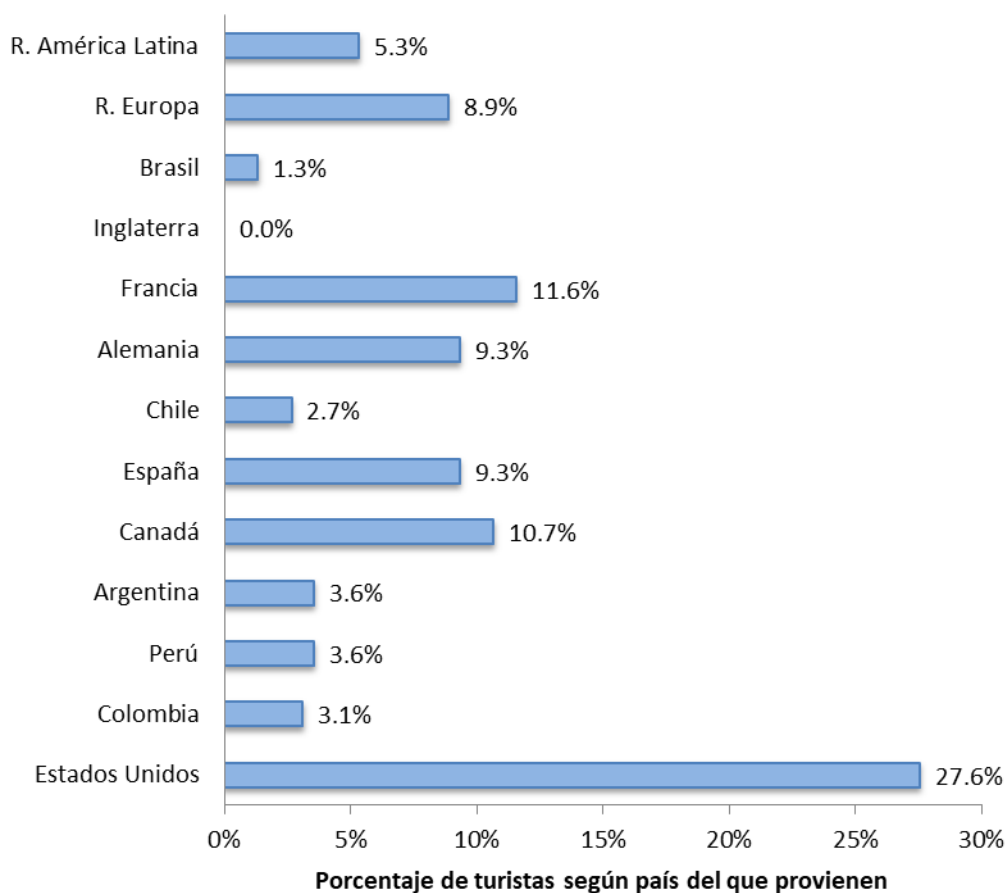
Ilustración 55: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La mayor proporción de visitantes continúa formada por estadounidenses (27.6%) al igual que en el primer trimestre 2018 (29%). Además, hubo una disminución del flujo de latinoamericanos (argentinos y peruanos) y un incremento de turistas españoles y canadienses en relación al primer trimestre 2018. La representatividad de otros países de América Latina y de Europa es del 5.3% y 8.9% respectivamente, que se encuentran conformados por otros países que a nivel individual resultan ser no significativos. (Ver Ilustración 56).

Ilustración 56: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene

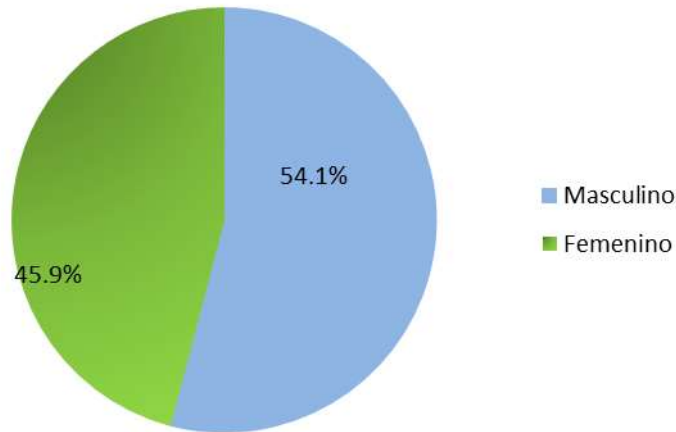


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, las dos principales ciudades de origen de los visitantes hospedados en hoteles, son Quito (37.2%), y Guayaquil (26.7%). Existe además un 5%, 5%, y 2.8% de turistas lojanos, machaleños y ambateños, respectivamente. El 23,33% proviene del resto de ciudades del Ecuador, que a nivel individual resultan ser no significativas (ver anexo 9).

En lo que respecta al género, en el primer trimestre 2019 la proporción de encuestados en hoteles de sexo masculino fue de 54.1% frente a 45.9% de mujeres (Ilustración 57). En el periodo similar 2018 la proporción estuvo compuesta por 63.5% varones frente a un 36.5% de mujeres.

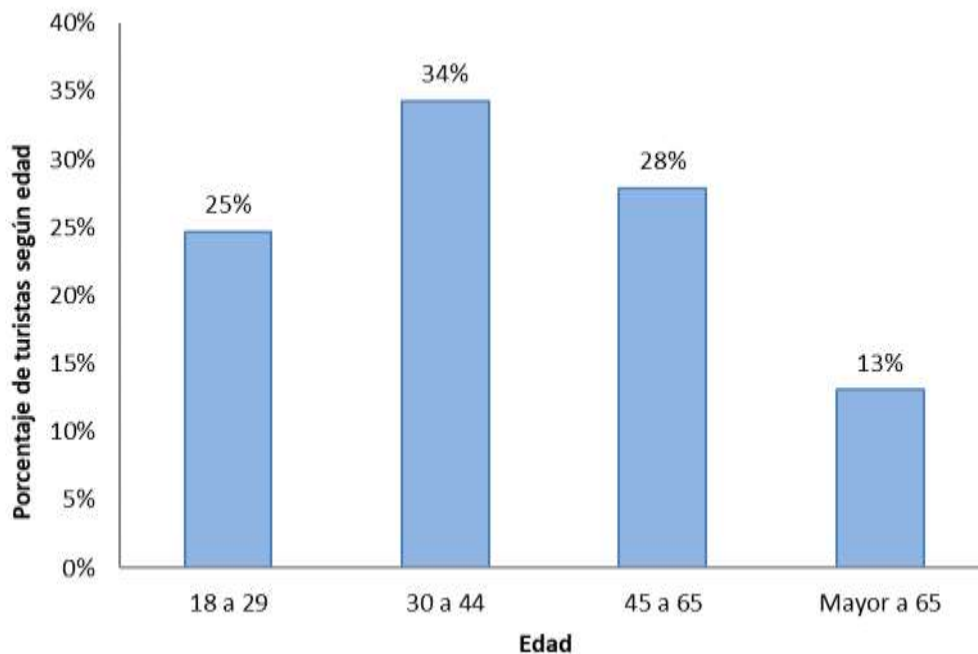
Ilustración 57: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 58 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros tiene entre 30 a 44 años de edad (34.3%) al igual que en el trimestre enero-marzo 2018 pero en menor incidencia en comparación (39.8%). Una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (24.7%), alrededor del 27.9% entre 45 a 65, y un 13.1% tienen más de 65 años.

Ilustración 58: Edad del turista en el hotel

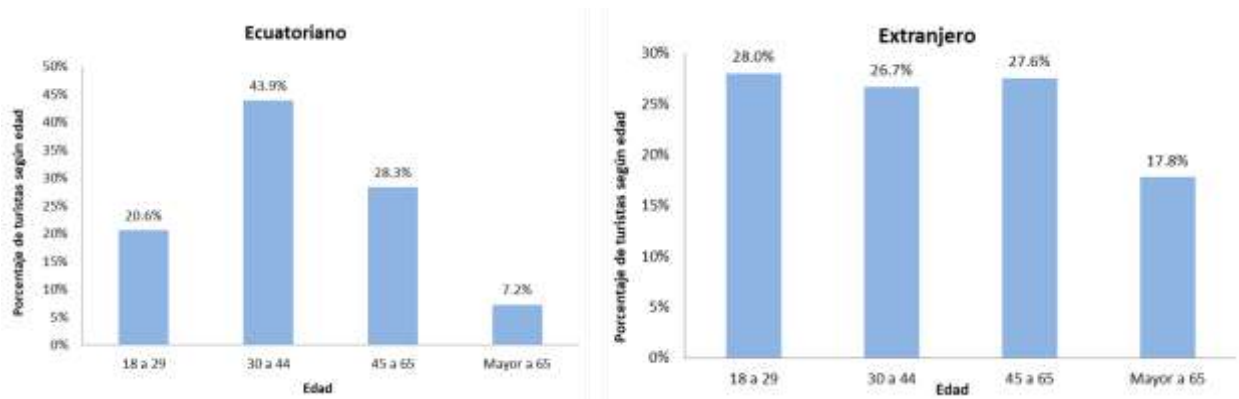


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 59), muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre 30 a

44 años (43.9%), a diferencia del turista extranjero, en este caso la mayoría de visitantes se encuentra en edad entre 18 a 29 años (28%). Una distinción importante se da en los turistas extranjeros con mayor rango etario (mayor a 65 años), cuya representatividad es del 17.8%, frente al 7.2% en el caso de turistas nacionales. En el caso del turista extranjero su composición por edad no ha variado respecto al primer trimestre 2018. En el caso de visitantes ecuatorianos, existe menor proporción de turistas jóvenes -18 a 29 años- que representan el 20,6%; a favor de una mayor incidencia de grupos con edad de 45 a 65 años (28,3%), en comparación con los resultados del año 2018 (31.4% y 20.4% respectivamente).

Ilustración 59: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

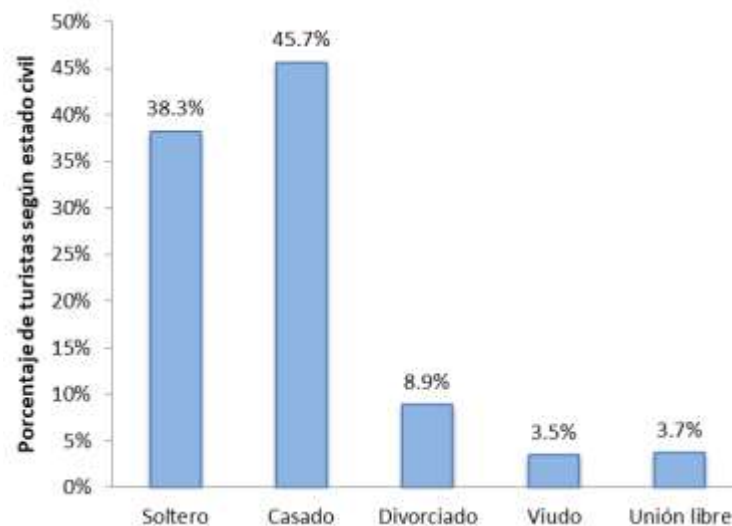


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (45.7%), al igual que en el primer trimestre 2018 (50.6%) pero en menor incidencia. En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros 38.3%, similar al primer parcial 2018. Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

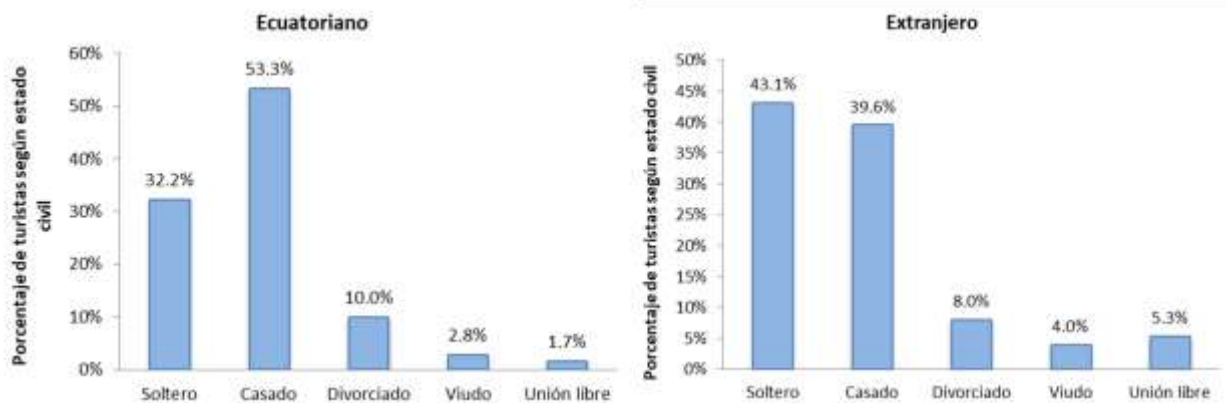
Ilustración 60: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si comparamos las formas de asociación civil observada entre turistas ecuatorianos y extranjeros, se aprecia que el visitante nacional continúa siendo mayoritariamente casado (53.3%), mientras que el turista extranjero se divide casi equitativamente entre soltero (43.1%) y casado (39.6%).

Ilustración 61: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero

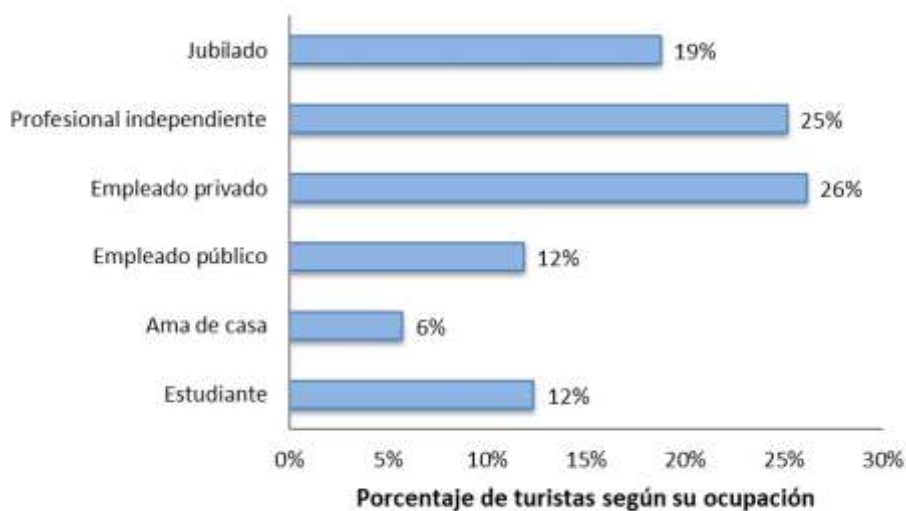


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 62, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleado privado y profesional independiente, 26.2% y 25.2% respectivamente. El cambio más notable frente a lo ocurrido en 2018, la disminución de turistas que laboran como empleados privados a favor de una mayor representatividad de visitantes jubilados y de aquellos que laboran como profesionales independientes (12.5% y 20.8% respectivamente en el primer trimestre 2018).

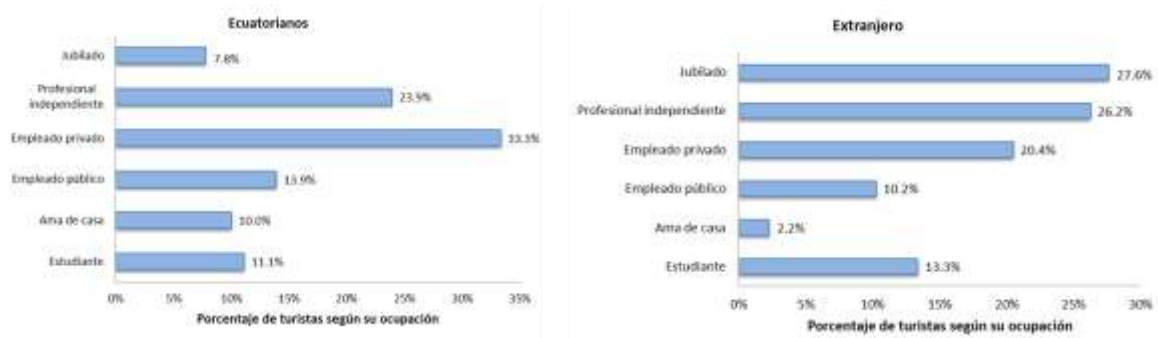
Si dividimos a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos laboran básicamente como empleados privados (33.3%), profesionales independientes (23.9%) o como empleado público (13.9%). A diferencia del visitante extranjero donde la mayoría son jubilados (27.6%), trabaja como profesional independiente (26.2%) o como empleado privado (20.4%).

Ilustración 62: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 63: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

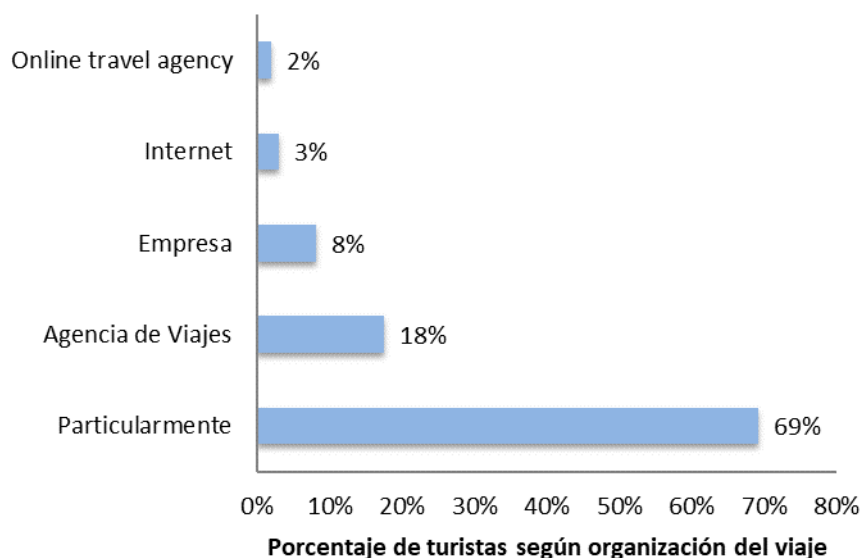
5.3. Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que predomina entre los turistas que pernoctan en hoteles es el viaje organizado de manera independiente (69.1%). Turistas que organizan su viaje a través de su empresa o por agencia de viajes alcanzan únicamente el 8% y el 18%, respectivamente. El uso de internet y de agencias de viaje online es menos de 4 en cada caso (ver Ilustración 64).

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 al primer parcial 2018 (62.4% y 12% respectivamente).

Si dividimos a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos organizan su viaje de forma particular (81.7%), o a través de su empresa (13.3%). Al igual que el turista extranjero donde la gran mayoría de visitantes organiza su viaje de forma particular (59.1%) y un 28.9% organiza por medio de una agencia de viajes.

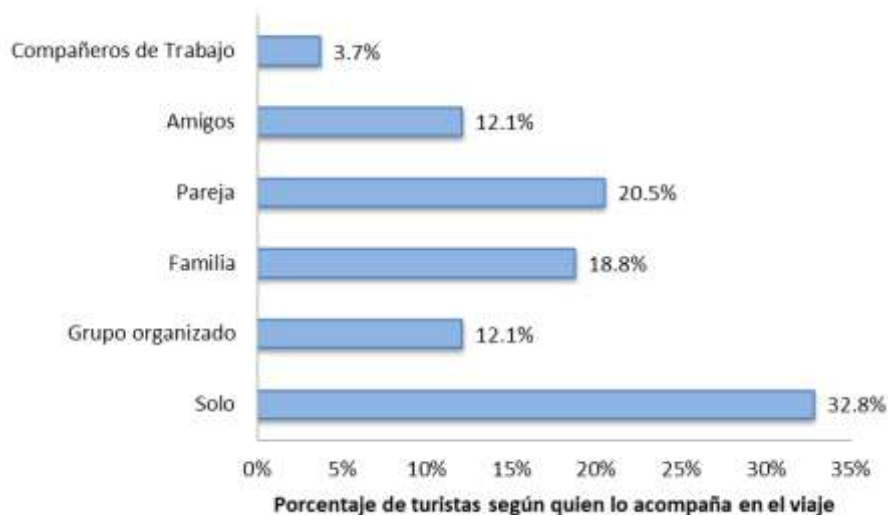
Ilustración 64: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que los hallazgos en relevamiento en terminales, los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos (32.8%) al igual que en el mismo trimestre 2018. Aquellos que viajan en pareja (20.5%) son ligeramente mayor en relación al mismo trimestre 2018 (16.6%). En este parcial, los turistas hospedados en hoteles que viajaron a Cuenca en familia son del 18.8% (ver Ilustración 65).

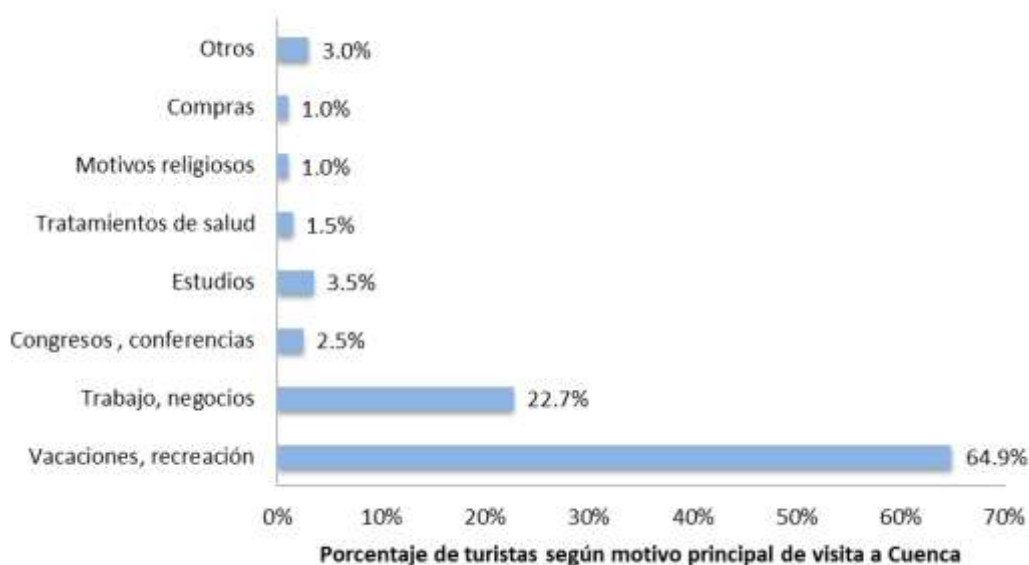
Ilustración 65: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



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 (64.9%), y hay un 22.7% que viene por motivos de trabajo o negocios. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 4% cada una.

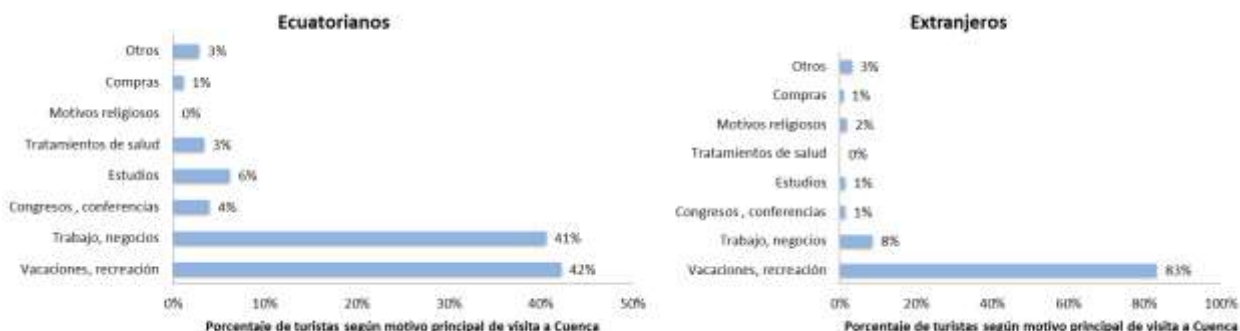
Ilustración 66: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 67 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 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 67: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



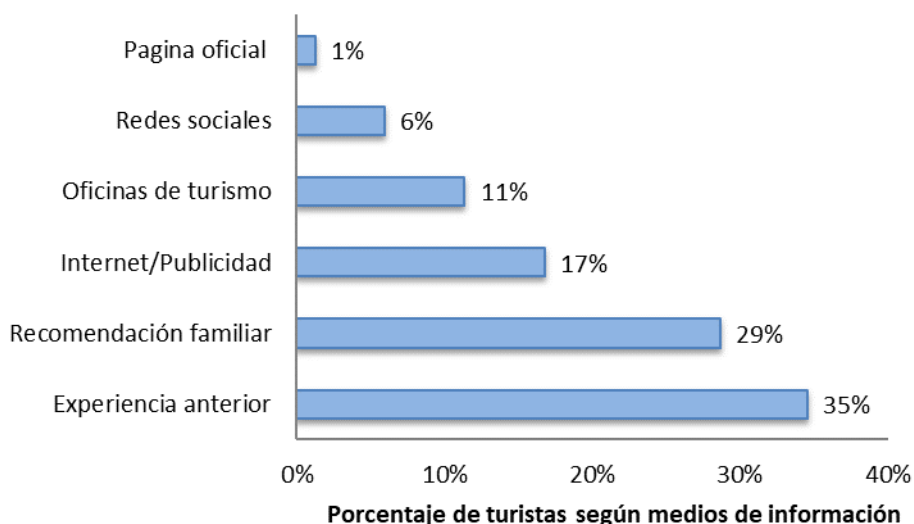
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4. Medios de Información Utilizados

Las experiencias pasadas y las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 63.2% de las fuentes de información sobre la ciudad, utilizadas por el turismo alojado en hoteles. Las redes sociales y páginas oficiales fueron escasamente utilizados, por menos del 7% del total, en cada caso (ver Ilustración 68). Ahora, también hay mayor uso de internet/publicidad (16.8%) en relación al primer trimestre 2018 (6.2%).

En el caso particular de los turistas ecuatorianos, éstos continúan basando su información acerca de la ciudad en experiencias anteriores (63.3%), y un porcentaje menor en recomendaciones familiares (20.6%). Para el turista extranjero, en cambio, la fuente principal, por largo, sigue siendo la recomendación de familiares/amigos (35.5%) (Ver anexo 10).

Ilustración 68: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



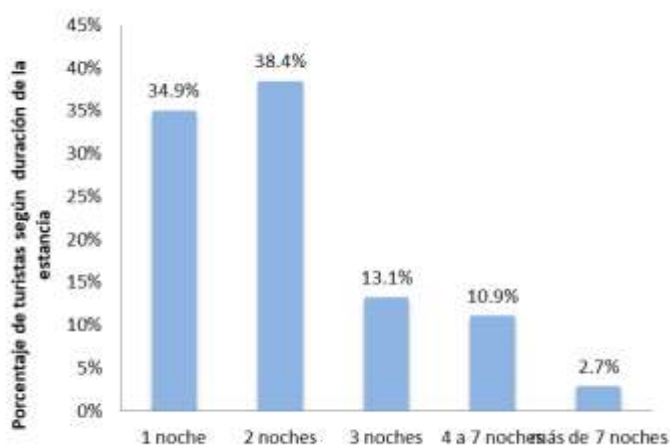
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5. Duración de la Estancia

En la Ilustración 69 se revela que pernoctó una noche el 34.9% de los turistas hospedados en hoteles, mientras que 38.4% lo hizo por dos noches. Es decir, alrededor del 73.3% de los turistas hospedados en establecimientos hoteleros, pagaron por dos noches o menos. El 13.1% pasó 3 noches hospedado, mientras que estadías mayores 4 noches solamente aplican al 14% de la muestra.

Se encontró además que 82.7% de los visitantes que abandonan el hotel indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento; solamente 17.3% reveló que se quedará noches adicionales en otro establecimiento, siendo la más común la respuesta una noche extra.

Ilustración 69: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles

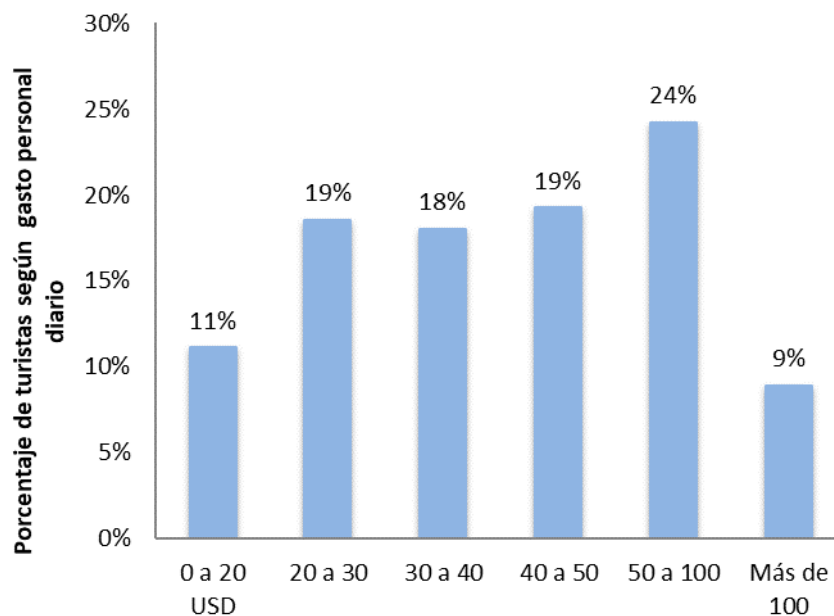


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 70 revela el patrón de gasto del turista hospedado en hoteles, para el primer trimestre 2019. Si bien el comportamiento en el primer trimestre 2018 es similar al mismo periodo 2019, se observa que en 2019 la mayor proporción de turistas gastó diariamente entre 50 y 100 dólares (24.2%); otro tanto (19.3%) erogó entre 40 y 50 dólares, y un tercer grupo gastó entre 20 y 30 dólares (18.5%). Se observa una disminución de alrededor de 10.5 puntos porcentuales en la proporción que gastan diariamente un valor entre 50 y 100 dólares diarios en comparación con el primer trimestre 2018 (34.7%).

Ilustración 70: Gasto Personal Diario durante la estadía

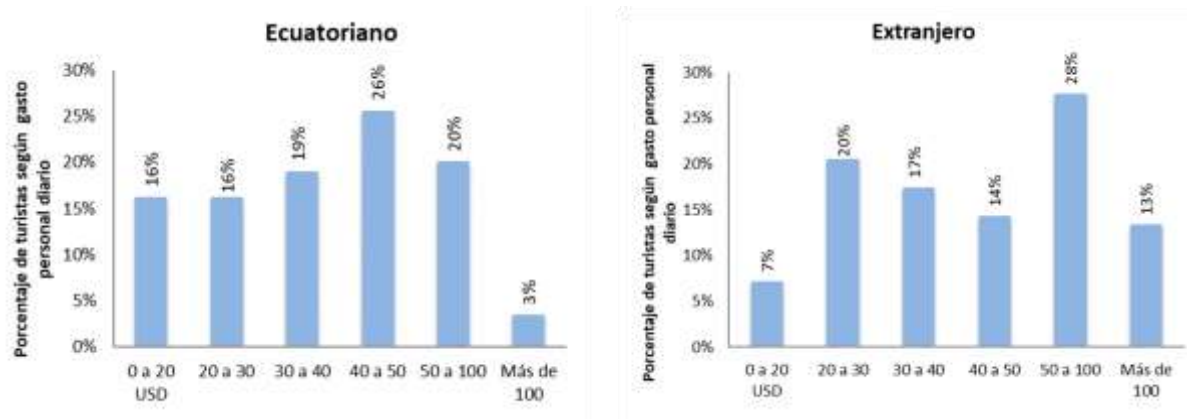


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 71 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 es más uniforme con cierta aglomeración a la derecha de la distribución.

Se obtuvo un promedio ponderado del gasto, resultando que los visitantes ecuatorianos gastaron en el primer trimestre 2019 aproximadamente \$USD 42.75, frente al extranjero que gastó \$USD54.96. El gasto promedio ponderado del turista nacional es menor al presentado en el primer trimestre del año 2018 (\$USD 56.34), mientras que en el caso del turista extranjero el gasto fue similar (\$USD 53.94).

Ilustración 71: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista

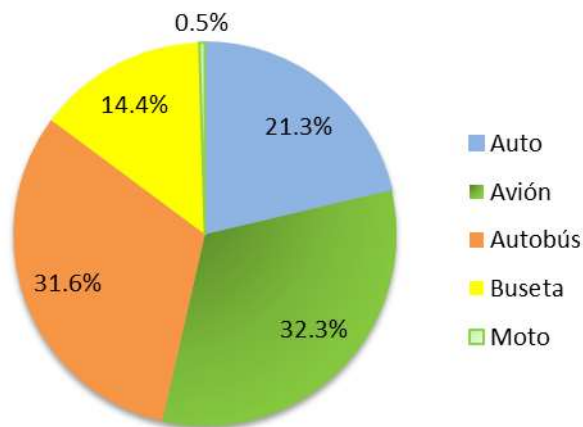


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.7. Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en establecimiento hotelero, 31.6% llegó a la ciudad utilizando autobús y 32.3% vino en avión. Aquellos que utilizaron auto propio o buseta corresponden al 21.3% y 14.4%, respectivamente. Es interesante notar que la buseta como medio de transporte, incrementa de manera importante su participación, pasando de 8.6% a 14.4%, entre 2018 y 2019 en el primer trimestre.

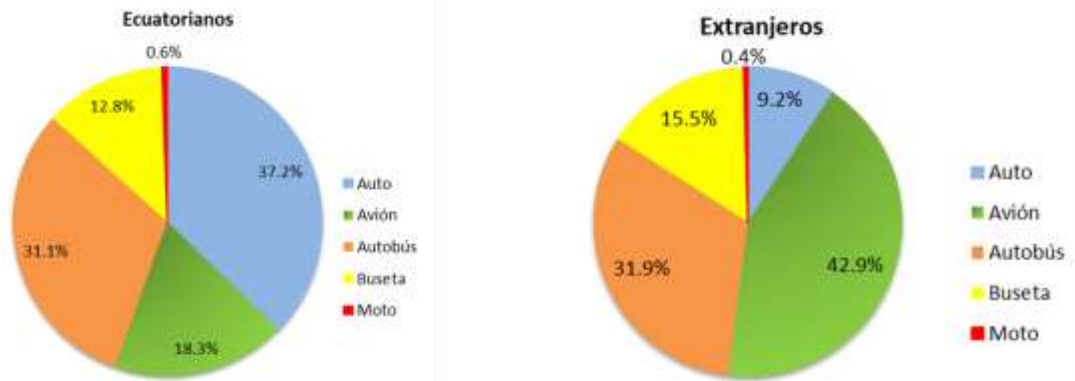
Ilustración 72: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



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 73), la mayoría de turistas nacionales utilizó auto propio para visitar la ciudad (37.2%) y un 31.1% usó autobús; mientras que un 42.9% de los turistas extranjeros llegaron en avión y un 31.9% en autobús.

Ilustración 73: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 2018, según el cual existe un total de 210 establecimientos hoteleros en la ciudad de Cuenca.

Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2018

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

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 primer trimestre 2019. En promedio, el número de establecimientos relevados al mes es de 43, lo que implica un 20,48% respecto al catastro.

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

Mes	Encuestas online
Enero	47
Febrero	41
Marzo*	41
TOTAL	129

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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-marzo 2019. Cabe anotar que el mes de marzo es un dato provisional.

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

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	Enero	Febrero	Marzo*
Hotel Cinco estrellas	3	3	3
Hotel Cuatro estrellas	3	3	2
Hotel Tres estrellas	12	9	9
Hotel Dos estrellas	8	5	7
Hostal Tres estrellas	3	5	5
Hostal Dos estrellas	7	6	6
Hostal Una estrellas	8	6	6
Hosterías	1	2	2
Categoría única	2	2	1
TOTAL	47	41	41

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 hosterías¹⁴.

6.1.5. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** 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 70,3% y 73,4%, siendo el promedio de 71,9%. La proporción de huéspedes extranjeros fue estable en el periodo analizado.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	* marzo	
Tarifa promedio habitación general	\$ 32,2	\$ 34,1	\$ 30,1	\$ 32,1
Porcentaje de huéspedes nacionales	70,3%	72,0%	73,4%	71,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	29,7%	28,0%	26,6%	28,1%
Tasa de ocupación	30,2%	38,3%	33,5%	34,0%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 primer trimestre de 34%; esta tasa es menor a la registrada en el mismo periodo 2018 (41.7%), pero es similar al cuarto trimestre 2018 (34.7%). En el mes de febrero se registró la mayor tasa de ocupación hotelera (38,3%) con respecto a enero y marzo del 2019.

Con respecto a la tarifa promedio de una habitación general, ha oscilado entre \$30,1 y \$34,1 registrando un valor promedio de \$32,1, en el periodo de estudio, este indicador es muy estable, así en el parcial enero - marzo 2018 y 2019 la tarifa fue similar en ambos años.

¹⁴ 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.

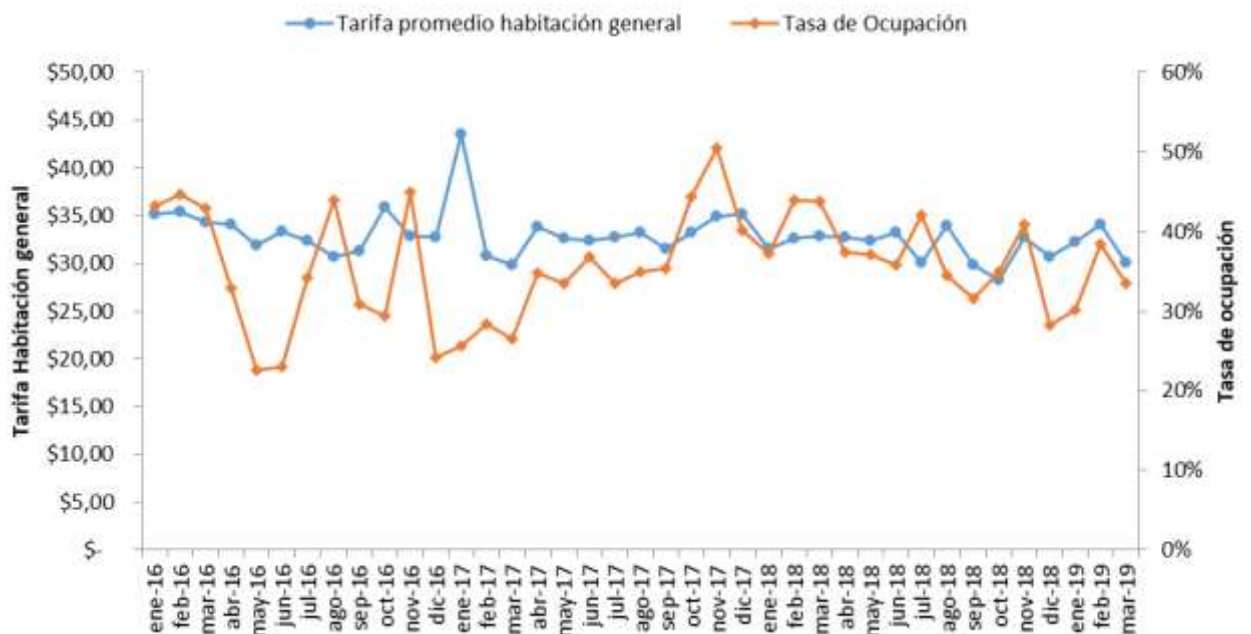
Ilustración 74: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 75, los indicadores obtenidos para la categoría Total se ven bastante 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.

Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.6. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 106,5	\$ 98,9	\$ 101,8	\$ 102,4
Porcentaje de huéspedes nacionales	69,8%	72,4%	67,3%	69,8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	30,2%	27,6%	32,7%	30,2%
Tasa de ocupación	44,8%	50,8%	44,7%	46,8%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 69,8% al mes, siendo el mes de marzo el que presenta el mayor porcentaje de huéspedes extranjeros (32,7%). Por otro lado, la proporción de huéspedes extranjeros es más baja durante el mes de febrero (ver Tabla 23).

La tarifa promedio de una habitación general varió entre \$98,9 y \$106,5, mientras que el promedio fue de \$102,4. Este rubro es un 4,7% menos respecto a la tarifa promedio registrada durante el cuarto trimestre 2018, y es ligeramente similar al promedio mensual en el primer trimestre 2018 (USD\$ 104.4).

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 46,8 % durante trimestre analizado, valor que es ligeramente menor al nivel de ocupación promedio mensual en el primer parcial 2019 (49,2%). Fue en el mes de febrero donde se observó la mayor tasa de ocupación (50,8%) en el trimestre analizado, lo que puede estar relacionado con la menor tarifa de una habitación general en dicho mes (ver Tabla 23).

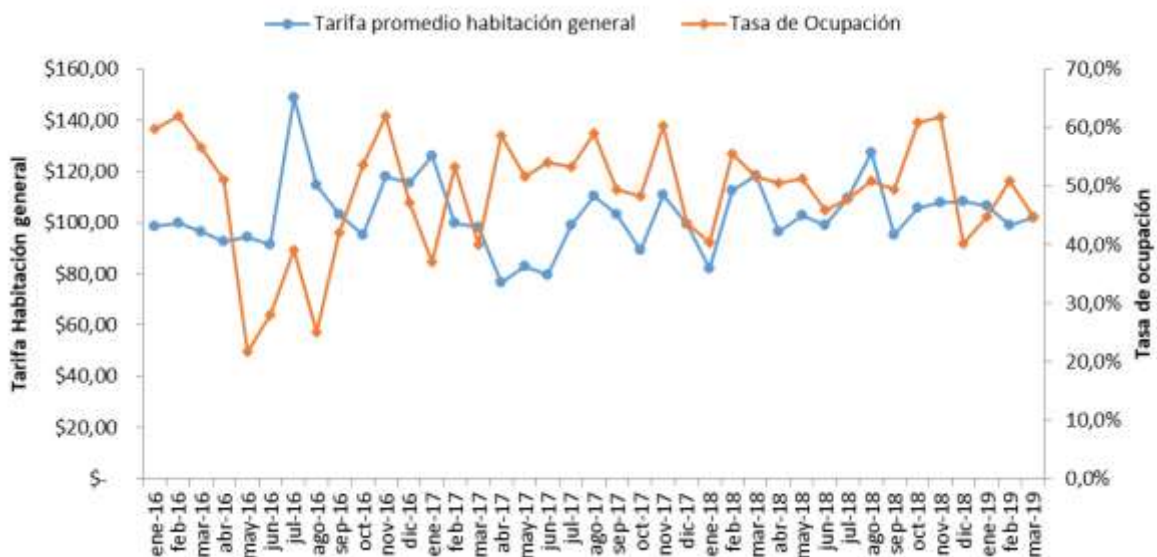
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa ocupación, cinco estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 77 se observa una caída en la tasa de ocupación hotelera con respecto al cuarto trimestre 2018, a pesar de que la tarifa de una habitación general se mantiene estable entre el cuarto parcial 2018 y primer trimestre 2019.

Ilustración 77: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.7. 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. Sin embargo, en cuanto al origen de los huéspedes, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 59,7%. Resulta interesante notar que esta proporción está a más de 29 puntos porcentuales por encima de la observada en los

establecimientos de cinco estrellas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de febrero.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$53,9	\$53,2	\$57,5	\$54,9
Porcentaje de huéspedes nacionales	40,3%	49,9%	30,8%	40,3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	59,7%	50,1%	69,2%	59,7%
Tasa de ocupación	34,9%	49,1%	39,5%	41,2%

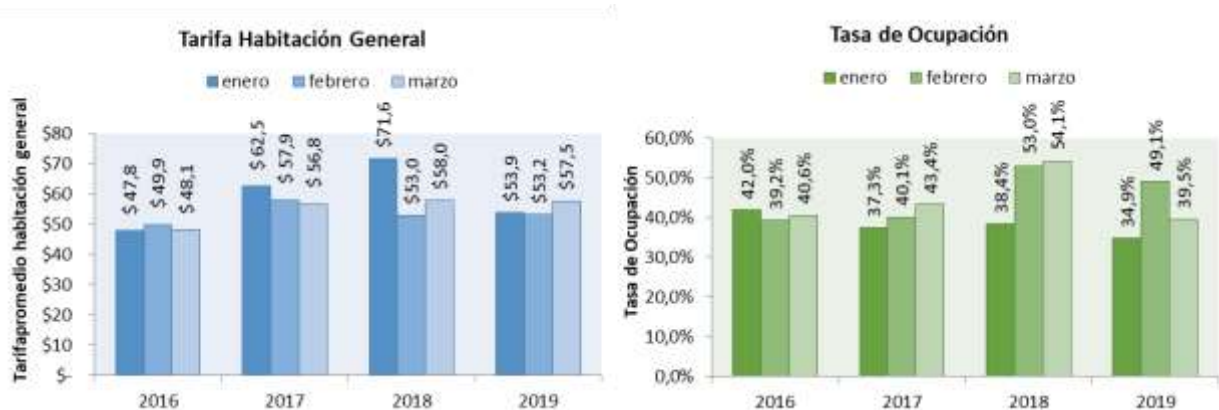
Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$53,2 y USD \$57,5, lo que dio un promedio de USD \$54,9 al mes (ver Tabla 24). La disminución interanual de la tarifa promedio en esta categoría de establecimientos fue de 9,85% respecto al primer trimestre 2018.

Al igual que en el caso de hoteles cinco estrellas, el mes de febrero presentó mayor tasa de ocupación en el trimestre analizado (49,1%). Además de la tarifa, la tasa de ocupación promedio disminuyó entre 2018 y 2019. De hecho, ésta disminuyó en un 15,05% entre el primer trimestre 2018 y 2019, pero es ligeramente similar a los niveles de los años 2016 y 2017.

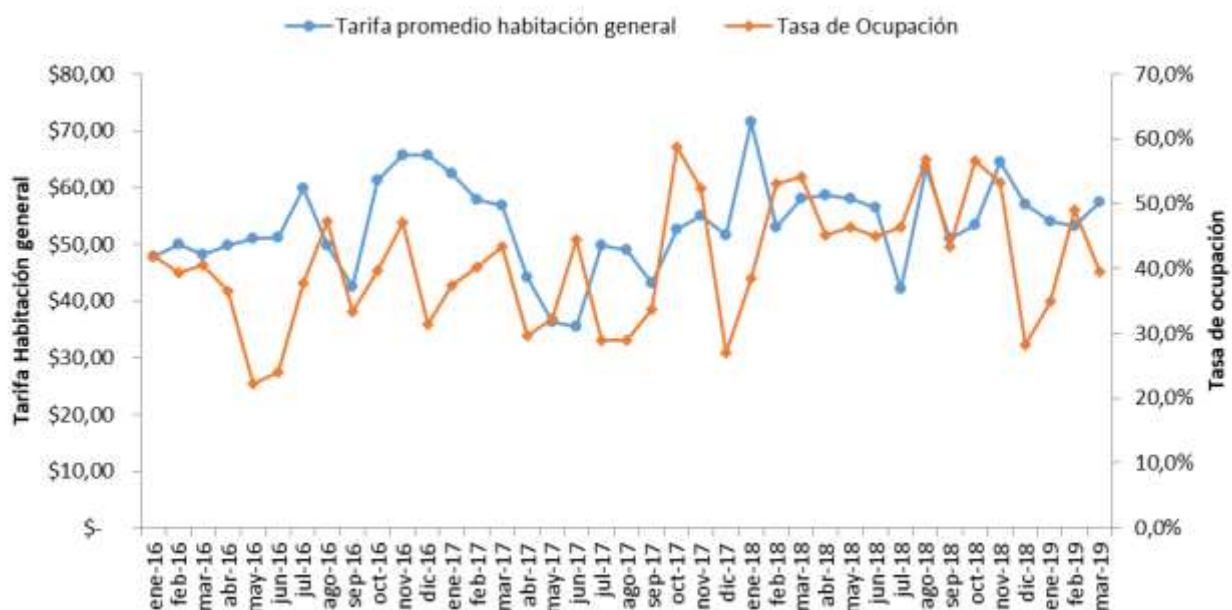
Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 79, luego de la fuerte caída en los niveles de ocupación del mes de diciembre 2018, se empieza a recuperar en los siguientes meses 2019, pero aún no alcanza al nivel promedio alcanzado en el cuarto trimestre 2018 (promedio mensual de 46%).

Ilustración 79: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.8. 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 17,1% al mes. Este comportamiento se vuelve la norma a partir de esta categoría.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 36,6	\$ 37,2	\$ 29,1	\$ 34,3
Porcentaje de huéspedes nacionales	76,5%	80,5%	91,8%	82,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	23,5%	19,5%	8,2%	17,1%
Tasa de ocupación	19,0%	25,6%	23,9%	22,8%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 \$34,3, siendo el mes de febrero que presenta la mayor tarifa con un valor de \$37,2. La tasa de ocupación promedio, por su parte, fue del 22,8%, alcanzando su menor valor en enero con 19%.

En la Ilustración 80, se observa que la tarifa de una habitación general es similar a los niveles registrados en el año 2017, pero dos dólares menos que el promedio trimestral 2018 (\$36,7). Por otra parte, los niveles de ocupación presentan una fuerte caída respecto al primer trimestre 2018, de hecho, existe una disminución del 40,47%.

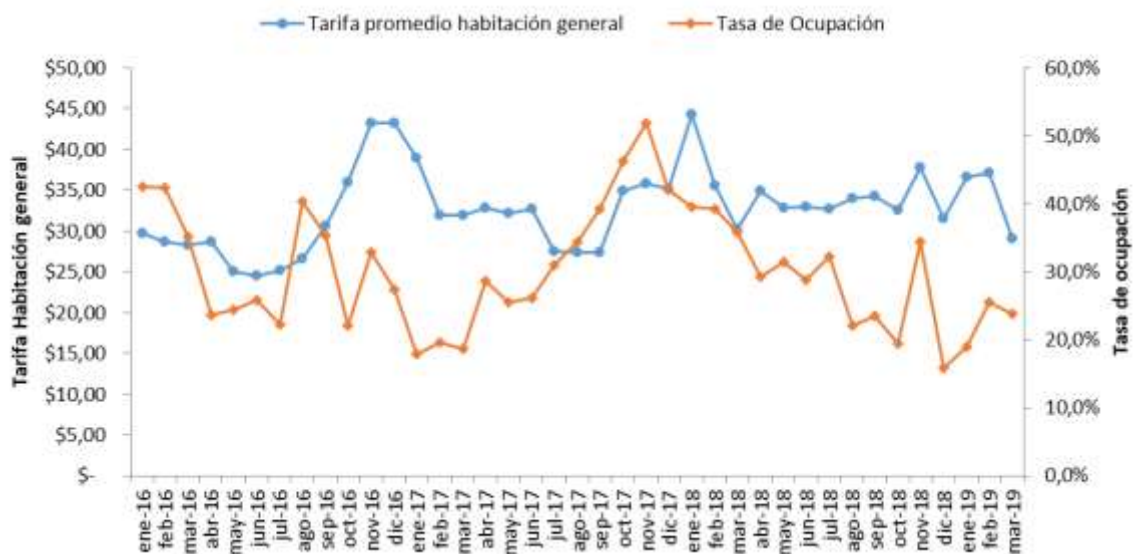
Ilustración 80: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 81, 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.

Ilustración 81: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.9. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

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

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- marzo: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23,1	\$ 21,8	\$ 21,7	\$ 22,2
Porcentaje de huéspedes nacionales	74,2%	47,0%	70,7%	63,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	25,8%	53,0%	29,3%	36,1%
Tasa de ocupación	32,5%	35,5%	32,2%	33,4%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 36.1%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de febrero con valor de 53%.

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 \$22,2 dólares en el trimestre enero-marzo 2019. Este rubro es muy similar al observado en el cuarto trimestre 2018 (USD \$22,9), pero menor al registrado en el mismo trimestre 2018 (USD \$28,1).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio de 33,4% al mes, por lo que presenta una fuerte caída del 18,93% en la ocupación con respecto al primer parcial 2018.

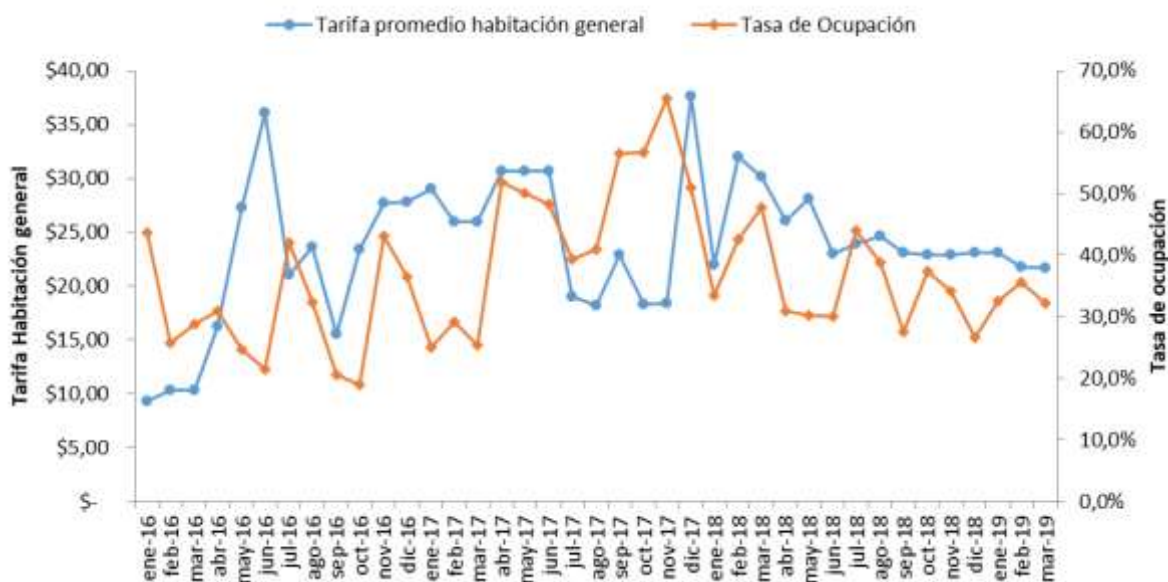
Ilustración 82: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 83, tanto la tasa de ocupación como la tarifa de una habitación general son similares en el cuarto trimestre 2018 frente al primer trimestre 2019.

Ilustración 83: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.10. 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-marzo: Categoría Hostales Tres Estrellas

Meses	
-------	--

INDICADORES	enero	febrero	marzo*	Promedio Trimestre
Tarifa promedio habitación general	\$ 23,6	\$ 26,6	\$ 23,5	\$ 24,6
Porcentaje de huéspedes nacionales	60,8%	60,7%	83,0%	68,2%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	39,2%	39,3%	17,0%	31,8%
Tasa de ocupación	30,5%	38,3%	44,2%	37,7%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 31,8%. Resulta interesante notar que esta proporción está alrededor de 15 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 \$24,6 en promedio mensual. Este rubro al igual que en las categorías anteriores sufre una caída del 49,69% respecto al registrado en el periodo enero-marzo 2018 (\$USD 48,9). Las tarifas de esta categoría se asemejan a la tarifa de la categoría hotel dos estrellas.

Con respecto a la tasa de ocupación, en promedio mensual es de 37,7% en el parcial analizado, valor que es 5,3 puntos porcentuales menos que en trimestre enero-marzo 2018 (43%). Pero es la única categoría que presenta una recuperación significativa respecto al cuarto trimestre 2018 (30,3% en promedio mensual).

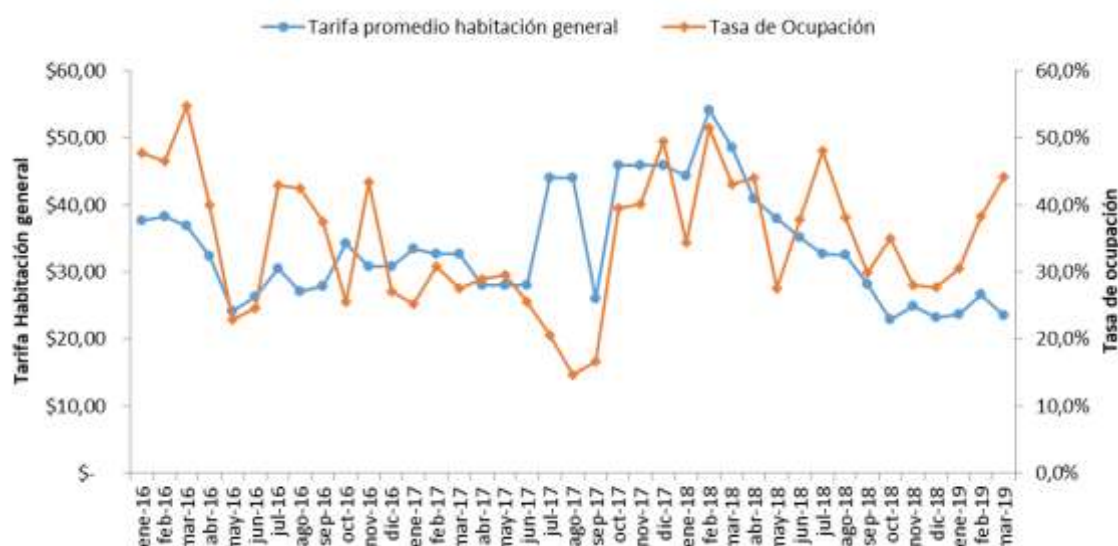
Ilustración 84: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la Ilustración 85, esta categoría mejora sus niveles de ocupación en el trimestre enero-marzo 2019 respecto al cuarto trimestre 2018, a la par que mantiene sus niveles de tarifas de una habitación general en dicho periodo.

Ilustración 85: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - marzo 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-marzo: Categoría Hostales Dos Estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 20,1	\$ 18,0	\$ 15,4	\$ 17,8
Porcentaje de huéspedes nacionales	54,3%	83,9%	62,8%	67,0%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	45,7%	16,1%	37,2%	33,0%
Tasa de ocupación	40,9%	54,0%	37,1%	44,0%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es similar al observado en la categoría hostel tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 33%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de enero, con valor de 45,7%.

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 \$17,8, menor al USD \$20,9 mensual

en el primer trimestre 2018, y similar al mismo parcial en los años 2016 y 2017 (USD \$17,3 y USD \$17,7).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio al mes de 44%, ocupación que es mayor respecto a las categorías hotel tres, dos estrellas y hostel tres estrellas. Esta categoría hotelera mantiene una ocupación similar al registrado en el mismo periodo 2018, y al cuarto trimestre 2018, 44,2% y 44,7% respectivamente.

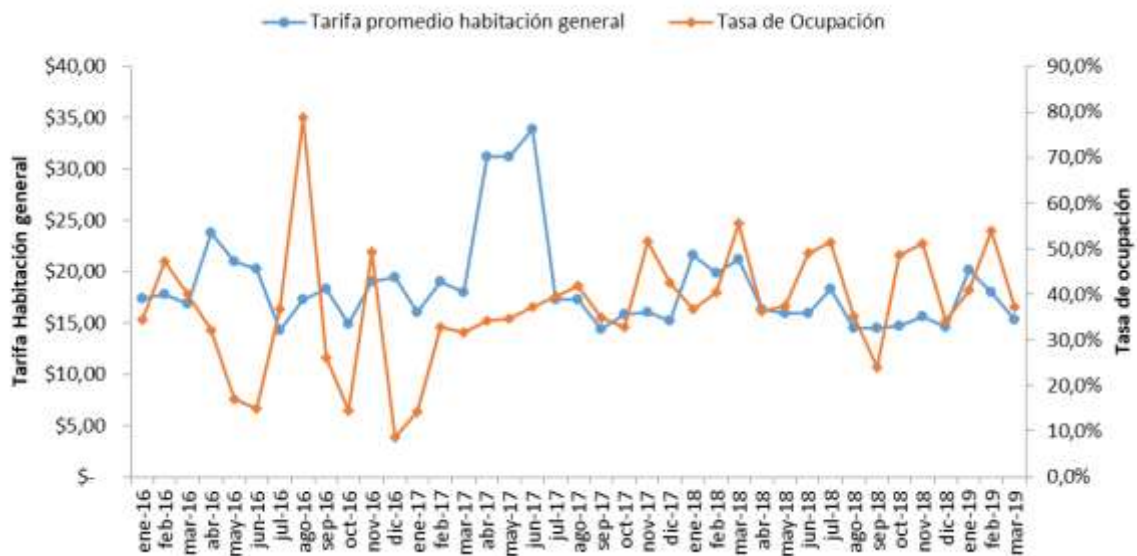
Ilustración 86: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los establecimientos hostales dos estrellas, es la única categoría que no presenta disminuciones en los niveles de ocupación hotelera.

Ilustración 87: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - marzo 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 13,5% 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 febrero.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17,1	\$ 20,2	\$ 16,8	\$ 18,0
Porcentaje de huéspedes nacionales	86,5%	83,3%	89,6%	86,5%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	13,5%	16,7%	10,4%	13,5%
Tasa de ocupación	30,0%	33,0%	32,1%	31,7%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$16,8 y USD \$20,2, registrando un promedio de USD \$18 al mes, tarifa que es ligeramente mayor al presentado en el primer trimestre 2018 (USD \$15,3), esto implica un crecimiento de 17,65%. Con respecto a la tasa de ocupación, fue de 31.7% en promedio mensual en el trimestre analizado, valor que disminuyó en 24,88% respecto al mismo parcial 2018.

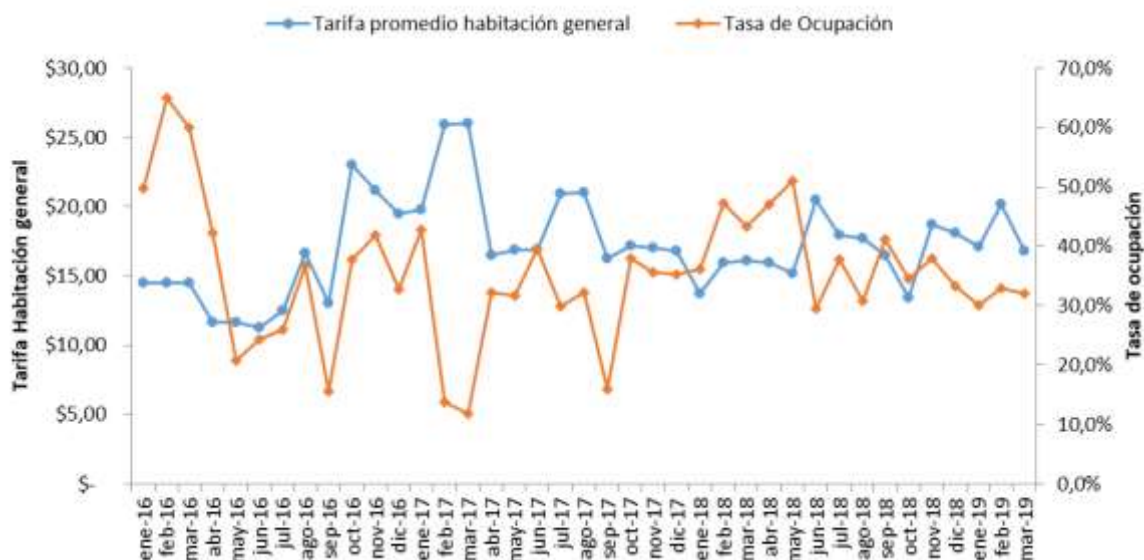
Ilustración 88: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: primer trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tasa de ocupación de este tipo de establecimiento hotelero viene disminuyendo desde el tercer trimestre del año 2018 y continúa disminuyendo en el primer parcial del año 2019, a pesar de la relativa estabilidad en la tarifa de una habitación general en dicho periodo.

Ilustración 89: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - marzo 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.11. 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 - marzo 2019

Categoría establecimiento	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*	
Total	\$ 10,5	\$ 14,0	\$ 11,1	\$ 11,9
Hotel Cinco estrellas	\$ 44,8	\$ 49,2	\$ 44,1	\$ 46,0
Hotel Cuatro estrellas	\$ 19,2	\$ 24,6	\$ 24,4	\$ 22,7
Hotel Tres estrellas	\$ 6,3	\$ 11,6	\$ 5,8	\$ 7,9
Hotel Dos estrellas	\$ 8,4	\$ 8,1	\$ 7,1	\$ 7,8
Hostal Tres estrellas	\$ 10,1	\$ 11,1	\$ 15,9	\$ 12,4
Hostal Dos estrellas	\$ 6,9	\$ 9,0	\$ 5,8	\$ 7,2
Hostal Una estrella	\$ 5,9	\$ 7,4	\$ 5,7	\$ 6,3

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

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 \$46,0 y \$22,7, respectivamente, durante el periodo analizado. Para las demás categorías los valores disminuyen sensiblemente, llegando a \$7,9 para hoteles tres estrellas y \$7,8 para hotel dos estrellas. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$12,4. En promedio los hostales dos estrellas presentan una tarifa

RevPar con un valor de 7,2 dólares y los hostales una estrella tiene la tarifa más baja de todas las categorías (6,3 dólares en promedio mensual).

Los hoteles cinco y cuatro estrellas presentaron una desmejora en su rentabilidad por habitación en relación al mismo trimestre del año 2018, mostrando respectivamente, un decrecimiento de 11,24% y 21,56%. En el caso de los hostales cinco estrellas se debe a la caída de la tasa de ocupación, mientras que en el caso de los hoteles cuatro estrellas se debe a la caída de tanto de la tasa de ocupación como de la tarifa de una habitación general.

Para la categoría general, la rentabilidad por habitación disponible se mantiene similar respecto al trimestre enero-marzo 2018 (USD \$11,1). En general todas las categorías sufren disminuciones en su rentabilidad por habitación especialmente la categoría de hotel dos estrellas (disminución de 28,8%), a excepción de la categoría hostel una estrella que presenta un incremento de \$3,7 en el primer trimestre 2018 a \$6,3 en el mismo trimestre 2019. La disminución de la tarifa Rev Par se debe principalmente a la disminución del nivel de ocupación hotelera.

7. Anexos

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

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)
	Primer trimestre
Terminales	908
Aeropuerto	606
Hoteles	405
Total	1919

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS POR MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA A LA CIUDAD DE CUENCA

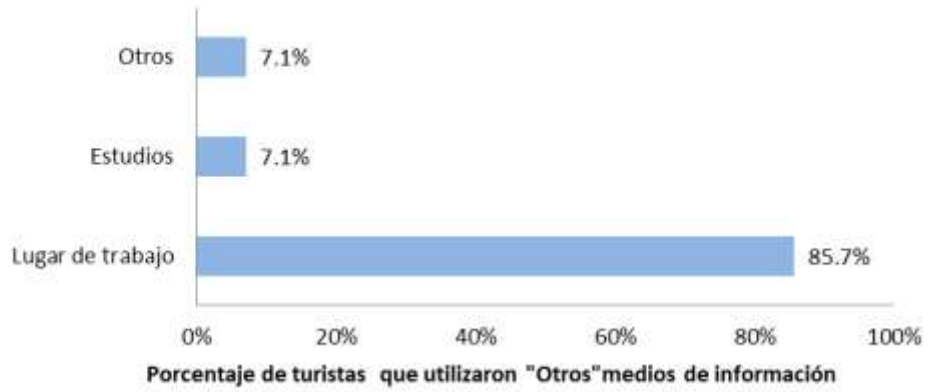
Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero

Turista Extranjero	Motivo de visita				Total
	Recreación	Visita Familiares	Negocios	Otros motivos	
EEUU	46.43%	41.07%	10.71%	1.79%	100.00%
Colombia	25.64%	17.95%	56.41%	0.00%	100.00%
Alemania	68.57%	5.71%	20.00%	5.71%	100.00%
España	64.71%	17.65%	11.76%	5.88%	100.00%
Perú	40.00%	25.00%	30.00%	5.00%	100.00%
Argentina	80.00%	10.00%	0.00%	10.00%	100.00%
Canadá	68.00%	20.00%	12.00%	0.00%	100.00%
Francia	94.44%	0.00%	5.56%	0.00%	100.00%
Italia	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Chile	56.00%	24.00%	20.00%	0.00%	100.00%
Venezuela	15.00%	40.00%	35.00%	10.00%	100.00%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

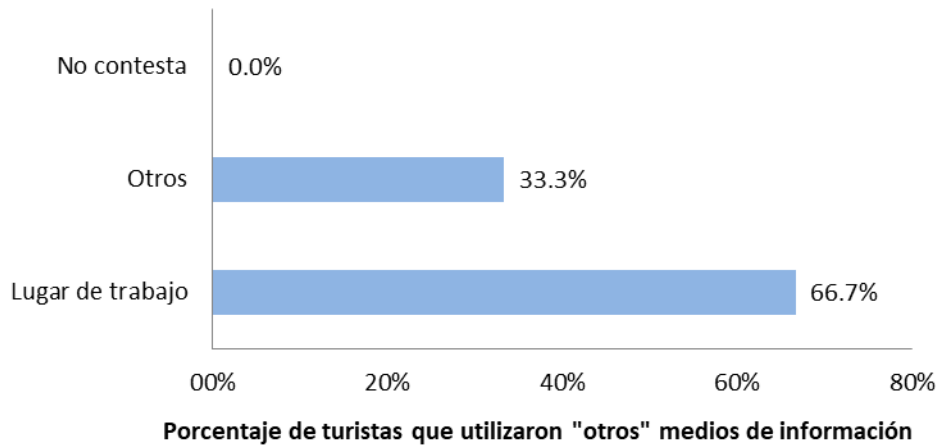
ANEXO 3: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON "OTROS" MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 90: Medios de Información "Otros" utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 91: 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		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	28.5%	0.5%	23.8%	28.5%	17.8%	0.9%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	49.4%	1.1%	28.1%	15.7%	4.5%	1.1%	100.0%
	Negocios, actividades	65.3%	2.7%	5.3%	1.3%	2.7%	22.7%	100.0%
	Congresos, conferencias	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	41.0%	1.0%	21.1%	20.1%	11.7%	5.1%	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		¿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	30.2%	1.3%	36.2%	22.8%	8.7%	0.7%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	59.2%	0.5%	31.3%	6.2%	2.2%	0.5%	100.0%
	Negocios, actividades	68.2%	0.8%	8.2%	2.4%	6.1%	14.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	88.2%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	100.0%
	Estudios, investigación	72.1%	2.3%	12.8%	4.7%	5.8%	2.3%	100.0%
	Tratamiento de salud	47.9%	0.0%	40.8%	9.9%	1.4%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	63.6%	0.0%	18.2%	0.0%	9.1%	9.1%	100.0%
	Otros	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
Total	59.1%	0.8%	22.7%	7.1%	4.7%	5.5%	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		¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?						TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	73.8%	4.2%	14.0%	6.1%	0.0%	1.9%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	15.7%	2.2%	75.3%	1.1%	0.0%	5.6%	100.0%
	Negocios, actividades	69.3%	10.7%	16.0%	1.3%	0.0%	2.7%	100.0%
	Congresos, conferencias	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
Total	58.8%	5.9%	28.2%	4.1%	0.0%	3.1%	100.0%	

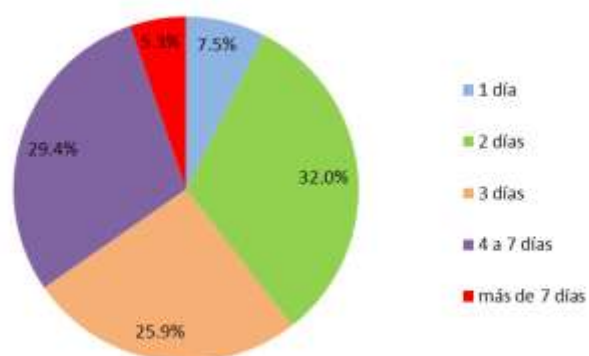
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Turista Nacional		¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?						TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	51.0%	2.7%	45.6%	0.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o	9.7%	2.5%	85.3%	0.7%	0.0%	1.7%	100.0%
	Negocios, actividades	53.7%	4.7%	35.5%	1.1%	0.0%	5.0%	100.0%
	Congresos, conferencias	35.3%	0.0%	52.9%	0.0%	0.0%	11.8%	100.0%
	Estudios, investigación	31.4%	22.1%	45.3%	0.0%	0.0%	1.2%	100.0%
	Tratamiento de salud	21.4%	1.4%	74.3%	0.0%	0.0%	2.9%	100.0%
	Motivos religiosos	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	27.3%	0.0%	72.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	33.1%	4.6%	58.7%	0.7%	0.0%	2.9%	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 92: 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 primer trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca

Categoría establecimiento	Porcentaje de huéspedes extranjeros			Tarifa de una habitación general		
	Primer trimestre 2018	Primer trimestre 2019	Diferencia 2019-2018	Promedio primer trimestre 2018	Promedio primer trimestre 2019	Diferencia* 2019-2018
Hotel Cinco estrellas	17.6%	40.4%	22.8%	\$ 104.4	\$ 102.4	(\$ 2.0)
Hotel Cuatro estrellas	19.2%	17.1%	-2.1%	\$ 60.9	\$ 54.9	(\$ 6.0)
Hotel Tres estrellas	11.5%	8.9%	-2.6%	\$ 36.7	\$ 34.3	(\$ 2.4)
Hotel Dos estrellas	8.5%	13.3%	4.8%	\$ 28.1	\$ 22.2	(\$ 5.9)
Hostal Tres estrellas	9.0%	7.3%	-1.8%	\$ 48.9	\$ 24.6	(\$ 24.4)
Hostal Dos estrellas	19.8%	8.1%	-11.7%	\$ 20.9	\$ 17.8	(\$ 3.1)
Hostal Una estrella	11.8%	4.0%	-7.8%	\$ 15.3	\$ 18.0	\$ 2.7
Total**	100.0%	100.0%		\$ 32.3	\$ 32.1	(\$ 0.2)

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

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	52.4%	5.5%
	30 a 44 años	29.8%	30.4%
	45 a 65 años	14.3%	43.6%
Nivel de Instrucción	Primaria	3.0%	0.0%
	Secundaria	20.2%	9.3%
	Superior	58.3%	68.7%
	Postgrado	18.5%	22.0%
Profesión del Turista Extranjero	Director	3.7%	5.8%
	Técnico Superior	6.5%	9.6%
	Profesional Independiente	58.9%	51.0%
	Servidor público	10.3%	6.7%
	Administración	4.7%	9.6%
	Comerciante	5.6%	5.8%
	Obrero	2.8%	0.0%
	Otros	7.5%	11.5%
Composición núcleo familiar	Vive solo	29.8%	1.1%
	Solo padres e hijos	63.7%	90.7%
	Padres e hijos y otros familiares	6.5%	8.2%

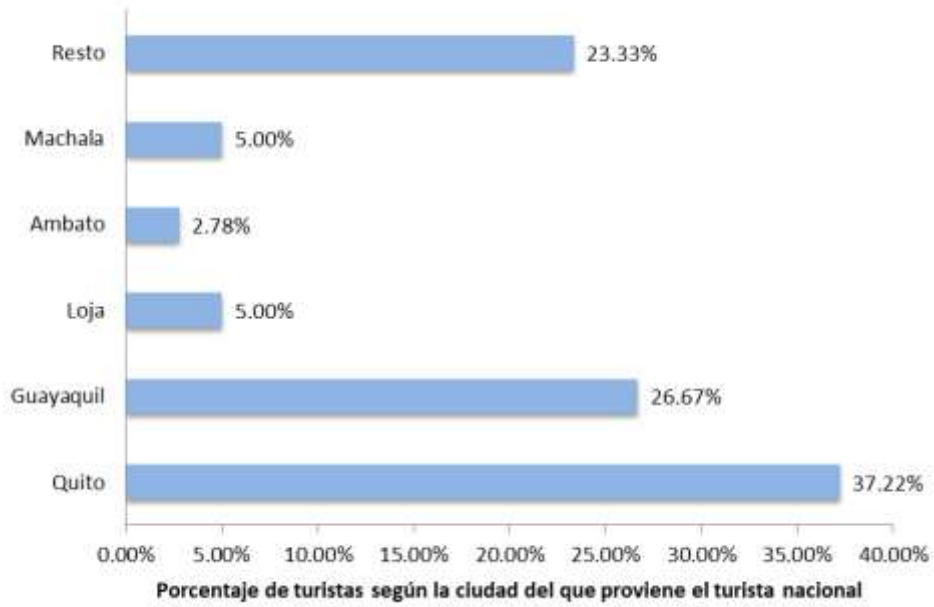
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 38: Perfil del Turista Nacional

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	65.8%	8.8%
	30 a 44 años	25.8%	40.6%
	45 a 65 años	6.2%	43.0%
Nivel de Instrucción	Primaria	4.7%	10.4%
	Secundaria	32.8%	24.5%
	Superior	57.1%	59.2%
	Postgrado	5.4%	6.0%
Profesión del Turista Extranjero	Director	1.7%	4.2%
	Técnico Superior	8.9%	4.2%
	Profesional Independiente	49.1%	36.5%
	Servidor público	14.8%	13.8%
	Administración	4.8%	13.2%
	Comerciante	5.8%	9.3%
	Obrero	5.8%	6.6%
	Otros	8.9%	12.3%
Composición núcleo familiar	Vive solo	17.7%	2.4%
	Solo padres e hijos	72.0%	88.5%
	Padres e hijos y otros familiares	10.3%	9.1%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 93: 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 94: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER