

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN TRES TERCER TRIMESTRE DE 2019

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Noviembre 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	
1.	Presentación 7
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca 8
2.1	Metodología del Estudio 8
2.1.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio? 8
2.1.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio? 9
2.1.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio? 10
3.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca 11
3.1	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal..... 11
3.1.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero 11
3.1.2	Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca 18
3.1.3	Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... 21
3.1.4	La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca..... 23
3.1.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca 30
3.1.6	Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca 34
4.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca 36
4.1	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal 36
4.1.5	Características Socio Demográficas del Turista Nacional..... 36
4.1.6	Motivación del Turista..... 42
4.1.7	Organización del Viaje..... 44
4.1.8	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca 46
4.1.9	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal . 54
4.1.10	Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca..... 58
5.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros..... 60
5.1	Edad, Género y Procedencia 60
5.2	Estado Civil y Ocupación de Turista 63
5.3	Organización del Viaje y Motivación 64
5.4	Medios de Información Utilizados 67
5.5	Duración de la Estancia 68
5.6	Gasto Personal Diario durante la estadía..... 69

5.7.	Medio de transporte utilizado	70
6.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	72
6.1.	Principales indicadores de oferta turística.....	73
6.1.1.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	74
6.1.2.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	75
6.1.3.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas	76
6.1.4.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	78
6.1.5.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	79
6.1.6.	Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales	80
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	<i>80</i>
	<i>Hostales dos estrellas</i>	<i>81</i>
	<i>Hostales una estrella</i>	<i>83</i>
6.1.7.	Tarifa RevPar	84
7.	Anexos.....	85

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	11
Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca.....	12
Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene.....	12
Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	13
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	14
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	15
Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	16
Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero.....	17
Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	18
Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	19
Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	20
Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional.....	20
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca	21
Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo	21
Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero	23
Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro	27
Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero.....	31
Ilustración 18: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	32
Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	33
Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	33
Ilustración 21: Turista Extranjero que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.....	34
Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero.....	34
Ilustración 23: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	36
Ilustración 24: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	37
Ilustración 25: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	38
Ilustración 26: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	39
Ilustración 27: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	39
Ilustración 28: Sector Económico en que labora el Turista Nacional.....	40
Ilustración 29: Con quién vive el Turista Nacional	41
Ilustración 30: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	42
Ilustración 31: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	43
Ilustración 32: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	44
Ilustración 33: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	44
Ilustración 34: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	45
Ilustración 35: Número de Personas en el Grupo	45
Ilustración 36: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional	47
Ilustración 37: Composición del gasto total turístico por rubro	52
Ilustración 38: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	55
Ilustración 39: 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.....	56
Ilustración 40: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	57

Ilustración 41: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	57
Ilustración 42: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable	58
Ilustración 43: Ingreso mensual del Turista Nacional	58
Ilustración 44: Procedencia del Turista en el Hotel.....	60
Ilustración 45: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	61
Ilustración 46: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	61
Ilustración 47: Edad del turista en el hotel	62
Ilustración 48: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	62
Ilustración 49: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	63
Ilustración 50: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	63
Ilustración 51: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	64
Ilustración 52: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	64
Ilustración 53: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	65
Ilustración 54: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	66
Ilustración 55: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	66
Ilustración 56: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista.....	67
Ilustración 57: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	68
Ilustración 58: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles	68
Ilustración 59: Gasto Personal Diario durante la estadía.....	69
Ilustración 60: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista.....	69
Ilustración 61: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	70
Ilustración 62: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista	71
Ilustración 63: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – septiembre 2019	75
Ilustración 64: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –septiembre 2019.....	76
Ilustración 65: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - septiembre 2019.....	77
Ilustración 66: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - septiembre 2019.....	79
Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - septiembre 2019.....	80
Ilustración 68: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - septiembre 2019	81
Ilustración 69: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - septiembre 2019	82
Ilustración 70: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - septiembre 2019	83
Ilustración 71: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	86
Ilustración 72: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	86
Ilustración 73: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia	90
Ilustración 74: Turista Nacional por ciudad de procedencia.....	93
Ilustración 75: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros	93

Índice de Tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	17
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	22
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	24
Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero	25
Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	25
Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	26
Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros	28
Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo	29
Tabla 9: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	41
Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	46
Tabla 11: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional.....	48
Tabla 12: Duración de la estancia del Turista Nacional.....	49
Tabla 13: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	50
Tabla 14: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional.....	51
Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional	53
Tabla 16: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	54
Tabla 17: Número total de establecimientos existentes según catastro 2018	72
Tabla 18: Origen de los datos relevamiento: enero-septiembre 2019	72
Tabla 19: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-septiembre 2019	73
Tabla 20: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Total.....	74
Tabla 21: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría cinco estrellas	75
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Cuatro Estrellas.....	77
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría: tres estrellas	78
Tabla 24: Indicadores de oferta enero- septiembre: Categoría: dos estrellas	79
Tabla 25: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Tres Estrellas.....	80
Tabla 26: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Dos Estrellas.....	82
Tabla 27: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Una Estrella.....	83
Tabla 28: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	84
Tabla 29: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero	85
Tabla 30: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero.....	87
Tabla 31: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional	88
Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero	89
Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional.....	90
Tabla 34: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el primer trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca.....	91
Tabla 35: Perfil del Turista Extranjero	91
Tabla 36: Perfil del Turista Nacional.....	92

1. Presentación

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

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

3. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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

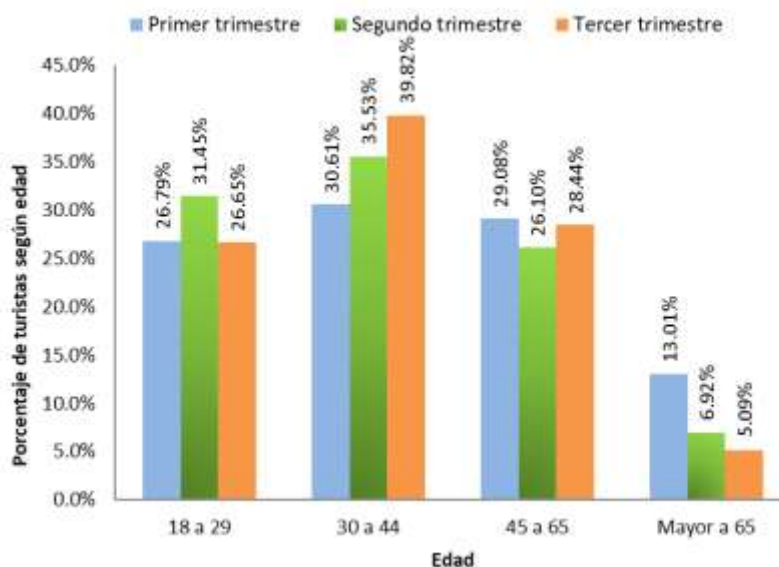
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Siempre se considerará como fundamental para la formulación tipológica del turista la determinación de su rango etario. Como se aprecia en la Ilustración 1, en este trimestre se registra una mayor densidad de visitantes en las edades comprendidas entre los 30 a 44 años (39.82%). A diferencia del periodo comprendido entre los meses de julio y septiembre del año 2018 donde hubo mayor proporción de visitantes en un menor rango de edad (33.33%), por lo que en el trimestre actual se evidencia una presencia menor de turistas jóvenes cuyas edades están comprendidas entre los 18 y los 29 años (26.65%). Esto en relación a los resultados reportados en el tercer trimestre del año 2018, los grupos restantes tienen similar comportamiento durante los periodos analizados.

Las medidas posición en el trimestre julio-septiembre revelan una edad media de 39.01 años, una edad mediana de 36 años, y una modal es de 35 años.

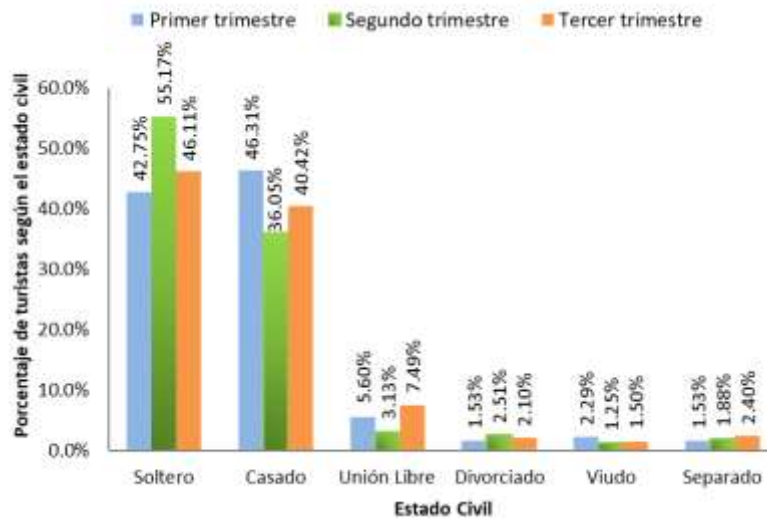
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar en la Ilustración 2, al igual que lo obtenido con el segundo trimestre 2019 los resultados sugieren la presencia de una mayor proporción de visitantes extranjeros solteros que casados. Los resultados son similares a los obtenidos durante el tercer trimestre del año 2018. Así, se puede observar una participación de 46.60% y 41.36% para visitantes solteros y casados respectivamente; frente al 46.11% y 40.42% actualmente registrado para el actual trimestre. Los porcentajes restantes corresponden a otras formas de asociación civil.

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



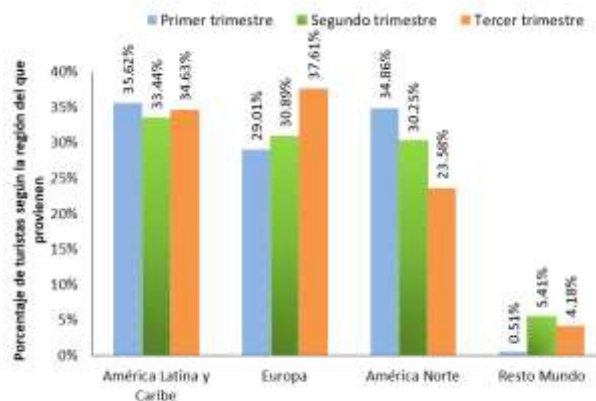
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género del turista, el relevamiento actual arrojó una proporción de visitantes varones con el 52.24%, versus un 47.76% de mujeres, lo que revela una menor presencia de turistas de sexo femenino, en comparación con lo observado para el año 2018 durante el mismo periodo (52.09%)

3.1.1.2 Procedencia del Turista

Como se ha indicado previamente, la ciudad de Cuenca, por su carácter cosmopolita recibe turistas de diversas partes del mundo. Particularmente, En esta época del año, y a diferencia del primer semestre del año 2019 y al tercer trimestre del año 2018, hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de Europa (37.61%). El segundo lugar lo ocupan quienes provienen de América Latina y el Caribe (34.63%). Esto se debe, en especial, a la disminución de turistas norteamericanos, ya que éstos representaron alrededor del 29.06% en el parcial comprendido entre julio y septiembre del año 2018 frente al 23.58% registrado en el trimestre actual. Los turistas provenientes de otras partes del mundo siguen representando una fracción baja (4.18%) (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene



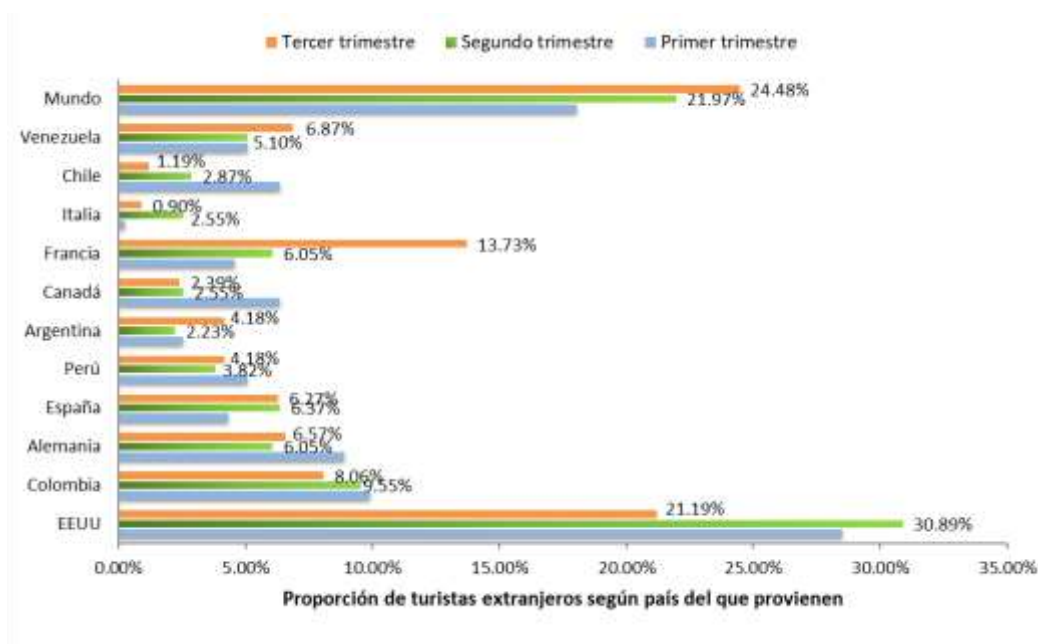
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once proveniencias extranjeras constituyen alrededor del 75.52% de los turistas que visitaron la ciudad en el trimestre comprendido entre julio y septiembre del año 2019. Entre los países de origen más populares están: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela dentro de la región Latinoamericana; Alemania, España, Francia e Italia en la región europea y 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 (21.19%), dato menor al obtenido en el tercer trimestre del año 2018 (27.75%). La presencia de turistas franceses es mayor en el trimestre actual (13.73%) frente al mismo parcial del año 2018 (7.59%) y a trimestres anteriores. Luego se encuentran, aunque en proporciones significativamente menores, aquellos turistas colombianos (8.06%), venezolanos (6.87%), alemanes (6.57%), españoles (6.27%). La presencia de otras nacionalidades es menor al 5% cada caso.

Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo no es para nada desdeñable (24.48%) sin embargo las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Dicho conglomerado se encuentra impulsado por el ingreso de turistas brasileños, mexicanos y suizos.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

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

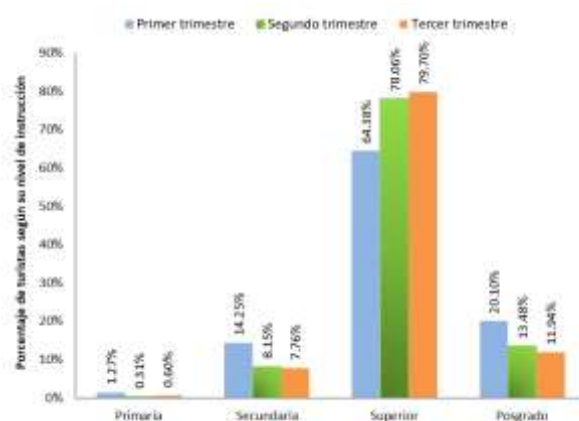
Con respecto al nivel educativo, la Ilustración 5 revela que el turista extranjero que visita la ciudad posee un nivel de instrucción superior y postgrado (91.6%), y la proporción de turistas con

educación secundaria fue de 7.76%. Se registra un aumento en el porcentaje de visitantes con educación superior y postgrado, y hay una disminución en el porcentaje del grupo con educación secundaria. Esto en comparación con lo reportado en el mismo periodo del año 2018 (80.1% y 18.32% respectivamente). Por otro lado, la mayor parte de los turistas extranjeros labora como profesional independiente (71.5%). Como se aprecia en la Ilustración 6, los hallazgos indican que hay una mayor presencia de turistas en esta categoría ocupacional, en comparación con el tercer trimestre del año 2018 (28.24%).

Los visitantes extranjeros con otra profesión representan el 4.6% en el actual período; dichos visitantes son docentes, médicos o pertenecen a otras ocupaciones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

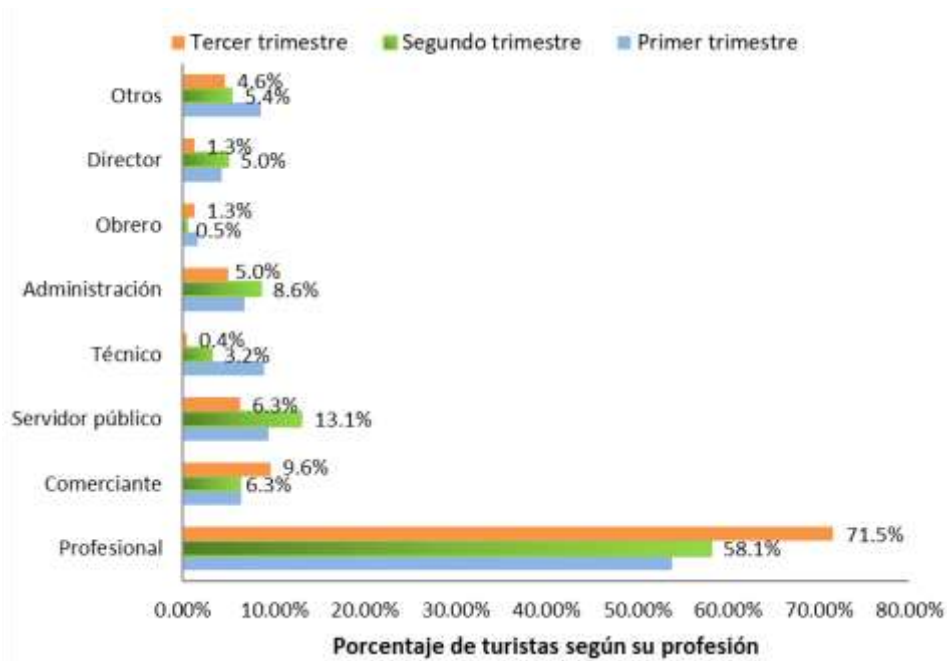
A la par, se evidencia que aquellos turistas que laboran como comerciantes son el 9.6%, los que trabajan en el sector público son el 6.3%, y los que lo hacen como administradores representa el 5% (ver Ilustración 6).

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

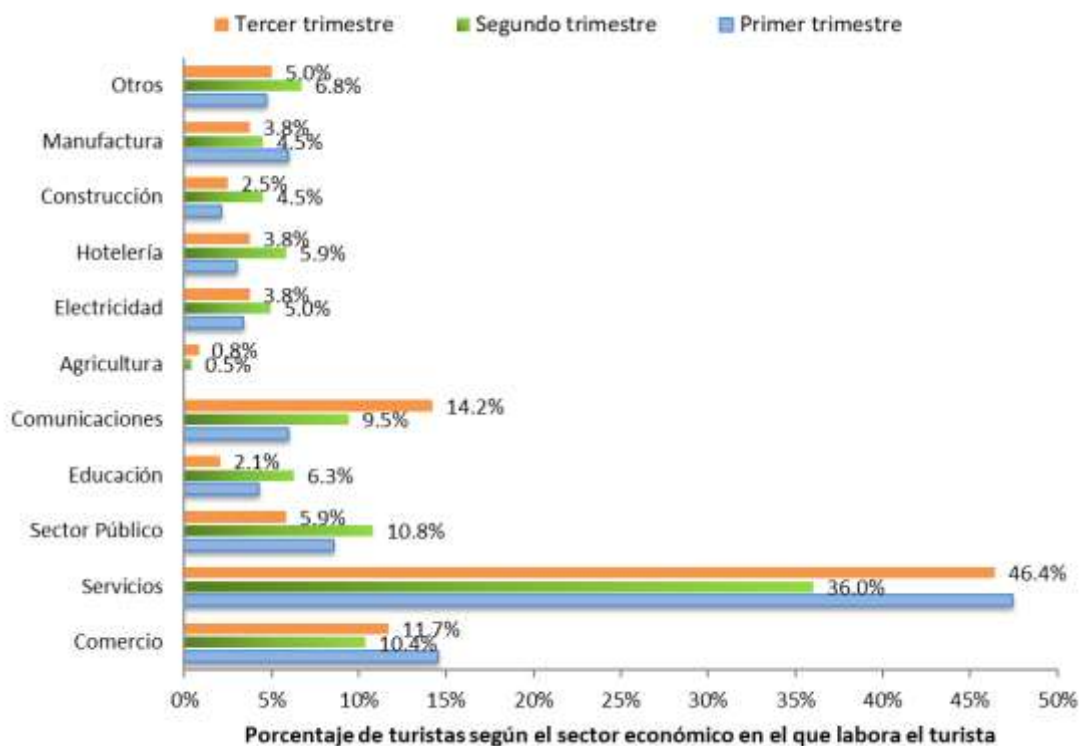


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

A modo de conclusión parcial y en concordancia con la Ilustración 7, se aprecia que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedican a actividades en el sector de servicios (46.4%) en mayor proporción que en el tercer trimestre de 2018 (38.1%); ahora también existen visitantes que laboran en el sector de comunicaciones (14.2%) en comparación con trimestres anteriores y con el mismo parcial del año 2018 (7.31%). Una fracción no menos importante labora en el sector comercial (11.7%) pero presenta una menor incidencia que en el tercer trimestre del año 2018 (16.15%). Finalmente, en el trimestre actual el porcentaje que no trabaja en servicios se encuentra más disperso entre los distintos sectores. Esto en comparación con lo observado en el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2018 en donde se presentó una concentración se dio principalmente en el grupo de turistas que laboraban en el sector público y en el comercio (9.62% y 16.15% respectivamente).

De aquellos turistas que laboran en otros sectores (5%), un 41.67% corresponde a la salud y el restante de actividades es aún demasiado desagregada para resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

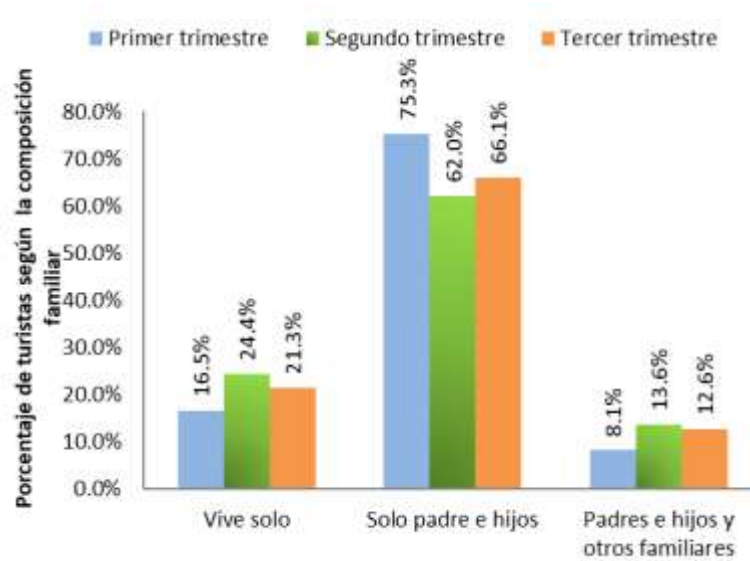
3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 8, en esta parte del año, el 66.1% de turistas extranjeros viven en un núcleo familiar compuesto de padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por aquellos turistas que viven solos 21.3%. Los turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares (familia ampliada) representan el 12.6% de todos los visitantes.

En comparación a lo registrado en el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2018, la variación más importante se encuentra en el grupo de visitantes que en el parcial actual viven

solo padres e hijos, este grupo muestra una disminución de 7.9 puntos porcentuales respecto a su similar en el año 2018.

Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

Turista extranjero	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	3	18.3%	0.3%	1.2%	0.3%	0.6%	0.6%	21.3%
Solo padre e hijos	3	22.5%	6.6%	33.6%	1.5%	1.2%	0.6%	66.1%
Padres e hijos y otros familiares	3	5.4%	0.3%	5.7%	0.6%	0.3%	0.3%	12.6%
Total	3	46.2%	7.2%	40.5%	2.4%	2.1%	1.5%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, la mayoría de los visitantes continúan formando parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (33.6%), dato relativamente menor al obtenido en el tercer trimestre del 2018 (37.8%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 22.5%, fracción ligeramente menor que el 27.8% obtenido en el periodo comparado. La proporción de quienes viven solos y son solteros es relativamente mayor en el trimestre actual (18.3%) en comparación con el mismo parcial del año 2018 (14.7%).

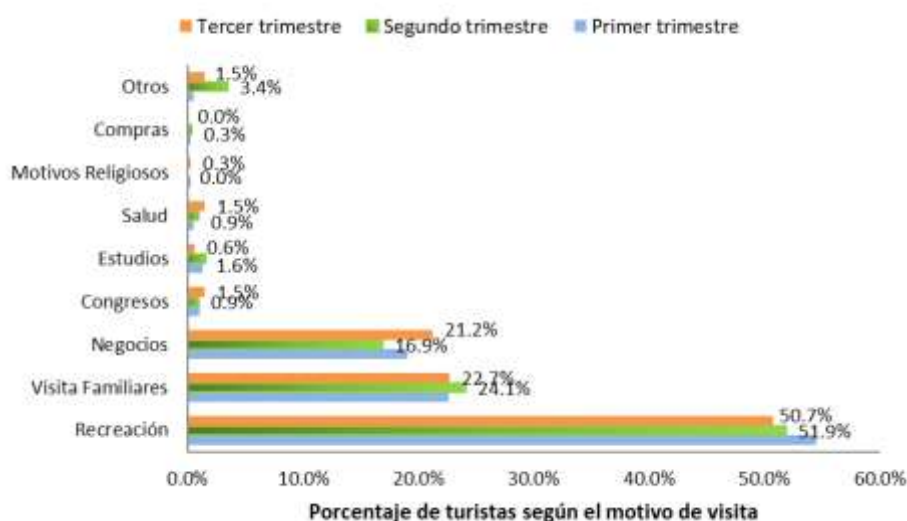
3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.2.1 Motivación

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer y el descanso, aunque puede ser complementaria a otras actividades cotidianas como los estudios o el trabajo. Los resultados del estudio revelan que, aún la principal razón del turista extranjero para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (50.7%) al igual que en el tercer trimestre del año 2018 (49.2%). La proporción de turistas que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares es del 22.7%; mientras que el porcentaje de turistas que visitan la ciudad por negocios o por trabajo es del 21.2% (Ver Ilustración 9). En general, el porcentaje de visitantes que visita a sus familiares es menor a los obtenidos en durante el trimestre julio-septiembre del año 2018 y mayor proporción de quienes visitaron la ciudad por motivos de negocios o por trabajo (29.3% y 14.9% respectivamente).

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, canadienses, franceses y chilenos visitan la ciudad por motivos recreacionales (más del 50% para cada caso). Una importante proporción de los turistas estadounidenses (42.25%) vino a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, y un 36.62% por motivos recreacionales. Un 52.17% de turistas venezolanos llegaron a la ciudad para visitar a un familiar. Mientras que en el caso de españoles y argentinos, hubo un porcentaje de 47.62% y 42.86% respectivamente que vinieron por motivos puramente recreativos. Finalmente, el 44.44%, 66.67% y 34.79% de turistas colombianos, italianos 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



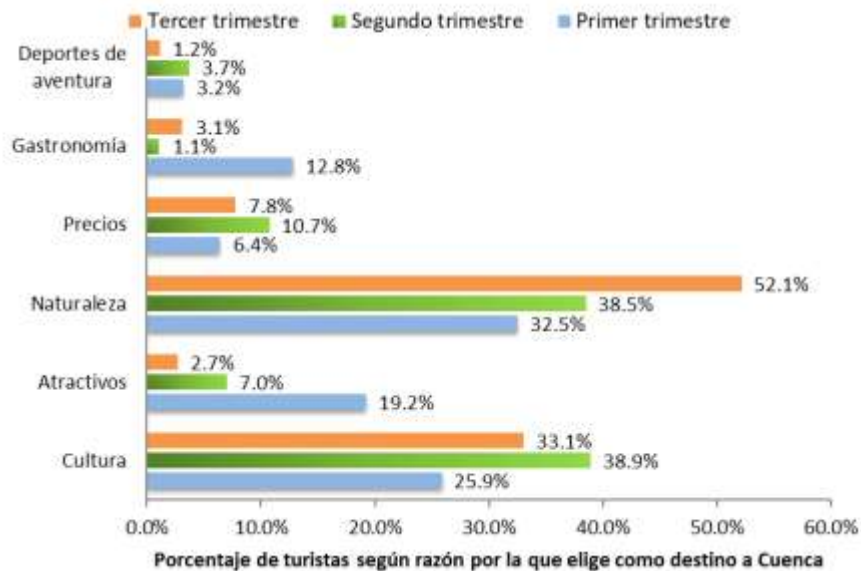
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el tercer trimestre del año 2019, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales y culturales (52.1% y 33.1% respectivamente). El porcentaje de visitantes que manifestaron venir a la ciudad atraídos de sus atractivos turísticos (2.7%) es menor al dato obtenido en el tercer trimestre 2018 (25.7%). El

porcentaje de turistas extranjeros que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por deportes de aventura es pequeño (1.2%). Se observa, además, que la incidencia de visitantes que arriban a la ciudad atraídos por el precio de los bienes y servicios es de 7.8%. Se concluye en este epígrafe que, las razones por las que los visitantes extranjeros eligen a la ciudad como destino turístico continúa siendo la naturaleza, pero los aspectos culturales han ido tomando un mayor peso a la hora de elegir el destino en declive de los atractivos turísticos. Esto en relación a lo que se evidencia en el tercer trimestre del año 2018 y el primer parcial del año 2019.

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 (55.8%), mientras que existe una tasa de retorno del 44.2%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura. Este es un resultado robusto con respecto a los hallazgos de trimestres anteriores.

3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

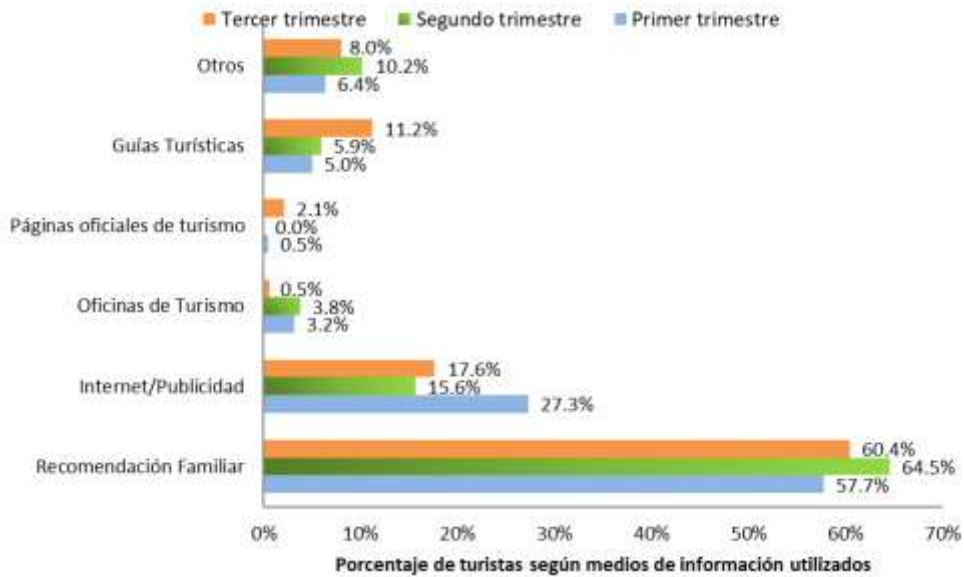
Al evaluar los medios utilizados para informarse acerca de la ciudad, el turista extranjero la continúa recibiendo a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente en ella (60.4%).

Solamente un 17.6% utilizan medios como la Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad, mientras que la incidencia de uso de oficinas de turismo y páginas oficiales sigue siendo muy baja. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información representan el 8%, de los cuales, la mayoría manifiesta informarse sobre la ciudad en su lugar de trabajo. Los resultados son congruentes frente a lo que se obtuvo en el tercer trimestre del año 2018.

En la Ilustración 12 se muestra que de aquellos turistas que utilizaron la Internet para informarse sobre la ciudad, la mayor parte se apoyó en guías de viaje como Lonely planet y

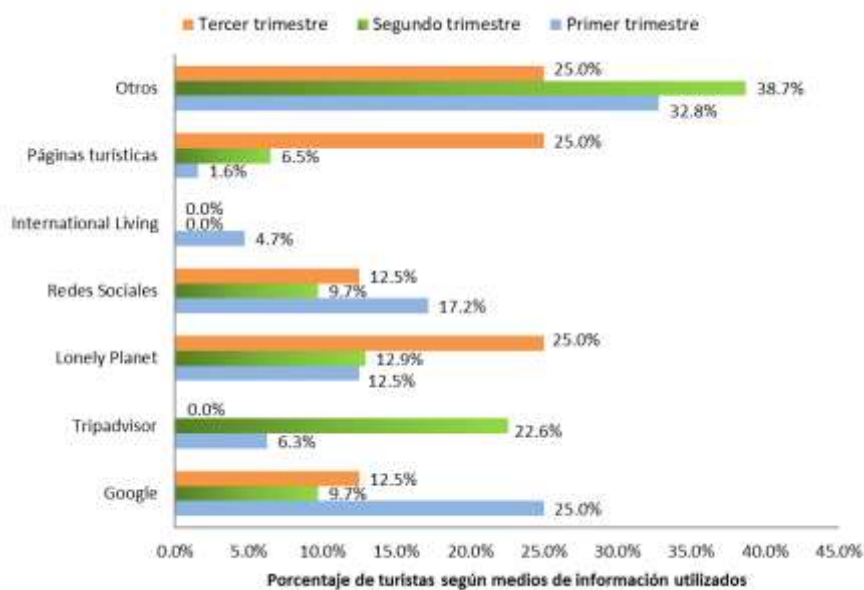
páginas turísticas (25% en cada caso), que desplaza al uso de plataformas como Tripadvisor, el cual fue el más utilizado en el segundo trimestre del año 2019 (22.6%), y también fue utilizado como medio de información por el 11.9% en el periodo similar del año 2018. El uso del buscador Google y de redes sociales en el trimestre actual es del (12.5% en cada caso). Hay que tomar en cuenta, además, que hay alto porcentaje de turistas que utilizaron “Otros medios de internet” (25%); entre los cuales están Blogs, páginas de reservas y/o viajes y Wikitravel, los cuales a nivel individual resultan no ser significativos.

Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



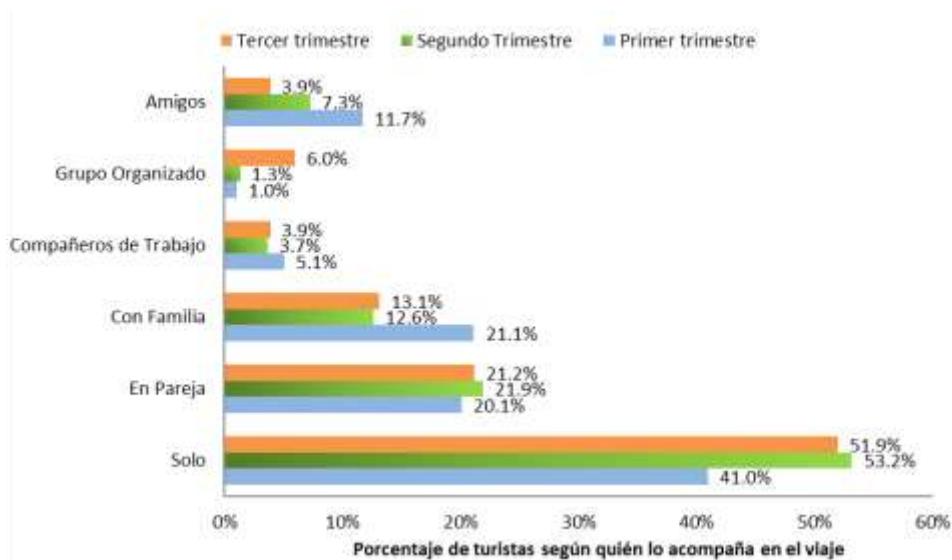
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

3.1.3.1 Con quién viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, 51.9%, continúan viniendo solos, 21.2% arriban con sus parejas y un 13.1% vienen acompañados de sus familias. Aquellos que vienen en grupo organizado es del 6%, mientras que los turistas que vienen con sus compañeros de trabajo y acompañados de sus amigos son bajos (3.9% en cada caso). A nivel comparativo, la proporción que actualmente visitan la ciudad solos, es mayor al reportado en el tercer trimestre 2018 (40.3%), ya que en dicho periodo hubo un importante porcentaje que vinieron acompañados de sus familiares (26.4%).

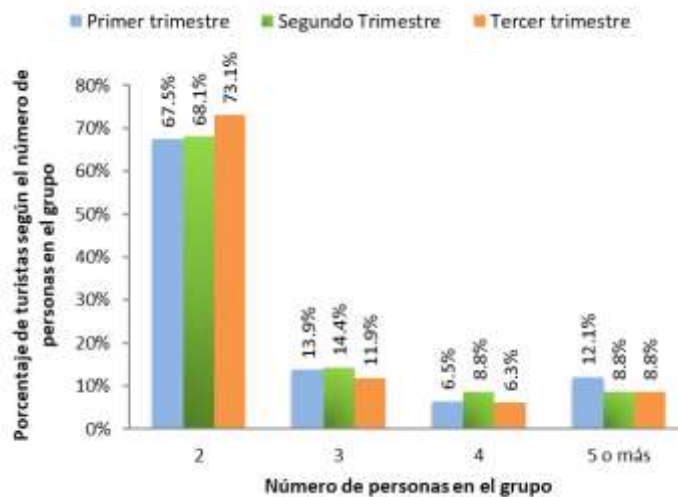
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



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 con sus parejas (73.1%). Este dato es alrededor de 8 puntos porcentuales más al observado durante el mismo periodo en el año 2018 (65.1%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos representan el 11.9% y el 6.3% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor continúan siendo escasos.

Al relacionar las variables “razón principal de la visita” y “compañía de viaje” los resultados sugieren que el turista recreacional viaja solo (42.9%), con su pareja (31.8%) o con su familia (11.8%). Aquellos que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen mayormente solos (59.2%), en familia (22.4%) o en pareja (14.5%). La gran mayoría de turistas que visitan la ciudad por negocios viajan solos (63.4%) o con compañeros de trabajo (15.5%), tal como se ilustra en la Tabla 2.

Esto a su vez indica que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solitario o en pareja² a diferencia del tercer trimestre del año 2018 donde se obtuvo que los turistas que visitan la ciudad por motivos recreacionales, de esparcimiento o vacaciones decidieron viajar también en familia (25%) y amigos (21.8%).

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Trimestre 2019	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?					Total	
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS		TRABAJO
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	28.5%	0.5%	23.8%	28.5%	17.8%	0.9%	100.0%
		2	40.4%	7.2%	13.3%	28.3%	10.8%	0.0%	100.0%
		3	42.9%	7.6%	11.8%	31.8%	5.3%	0.6%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	49.4%	1.1%	28.1%	15.7%	4.5%	1.1%	100.0%
		2	55.8%	7.8%	15.6%	19.5%	1.3%	0.0%	100.0%
		3	59.2%	1.3%	22.4%	14.5%	2.6%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	1	65.3%	2.7%	5.3%	1.3%	2.7%	22.7%	100.0%
		2	68.5%	3.7%	1.9%	3.7%	1.9%	20.4%	100.0%
		3	63.4%	5.6%	9.9%	5.6%	0.0%	15.5%	100.0%
Total		1	41.0%	1.0%	21.1%	20.1%	11.7%	5.1%	100.0%
		2	50.0%	7.2%	11.9%	20.6%	6.9%	3.4%	100.0%
		3	51.9%	6.0%	13.1%	21.2%	3.9%	3.9%	100.0%

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 (96.4%). Este resultado es congruente al segundo trimestre del año 2019 (91.3%).

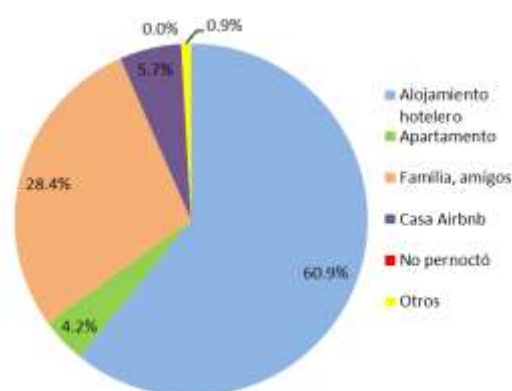
² En el anexo 4 se presenta el resto de información del motivo principal vs compañía de viaje.

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

3.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el trimestre actual continúa siendo el establecimiento hotelero con un 60.9% de las preferencias, proporción que es ligeramente mayor a la registrada en el tercer trimestre del año 2018 (57.1%). El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es del 28.4% del total, lo cual es 6.2 puntos porcentuales menor a los reportado en el mismo parcial del año 2018. Un apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 4.2%, y el servicio Airbnb lo fue para el 5.7%. Estos porcentajes no presentan variaciones significativas con respecto a lo encontrado en el mismo parcial del año 2018. En 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 (0.9%).

Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 3⁴ revela que, de todos los turistas recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (77.6%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos tan diferentes como negocios (70.4%), la asistencia a congresos o conferencias (80%), a motivos de salud (60%) y por motivos religiosos (100%). Se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa de un familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (73.7%). Quienes arriban por estudios o investigación eligen igualmente hospedarse con familiares o amigos o en establecimiento hotelero en una proporción de 50%-50%. Los resultados son congruentes a los valores registrados en el mismo periodo del año 2018.

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

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

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

Turista Extranjero		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?			
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	73.8%	4.2%	14.0%	6.1%
		2	83.7%	1.2%	9.6%	4.8%
		3	77.6%	1.8%	11.2%	8.8%
	Visita a familiares o amigos	1	15.7%	2.2%	75.3%	1.1%
		2	24.7%	1.3%	70.1%	3.9%
		3	15.8%	6.6%	73.7%	3.9%
	Negocios, actividades	1	69.3%	10.7%	16.0%	1.3%
		2	79.6%	3.7%	14.8%	0.0%
		3	70.4%	7.0%	22.5%	0.0%
Total		1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		2	89.1%	0.0%	6.3%	3.1%
		3	60.9%	4.2%	28.4%	5.7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 4 se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta por 30 días. En el tercer trimestre del año 2019, la estancia promedio fue de 6.2 días, 1.29 días menos que la estancia promedio del turista extranjero que vino en el mismo trimestre del año 2018. No obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos 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, mantienen una estancia de 2 días o menos, mientras que la mediana indica que el 50% de turistas con menor tiempo de estancia, permanecen en la ciudad 3 días o menos, al igual que en el tercer parcial del año 2018. Solamente un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 7 días. Finalmente la respuesta más común entre todos 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	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Media	6.93	5.93	6.20
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	4.00	3.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	7.00	5.00	7.00
Moda	2.00	2.00	2.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La duración de la estancia depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En concordancia, se realizó una disgregación del tiempo de la estancia por motivo de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo y aquel que visita la ciudad por negocios o trabajo permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Aquel que visita a familiares o amigos reporta una estancia mediana de 7 días lo cual es un día menos que en el tercer trimestre del año 2018. Los turistas que llegan a la ciudad con el fin de participar en congresos o conferencias lo hacen en estancias cortas de 3 días. Los demás visitantes presentan estancias más largas, pero corresponden a grupos poco o nada significativos. Los hallazgos de la estancia de los grupos más representativos son consistentes a lo registrado en el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2018.

**Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero
(Para visitantes de hasta 30 días)**

Turista Extranjero		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	8.0	5.5	7.0
	Negocios, actividades	3.0	3.0	3.0
	Congresos, conferencias	2.0	3.0	3.0
	Estudios, investigación	14.0	30.0	18.5
	Tratamiento de salud	11.0	3.0	5.0
	Motivos religiosos	3.0	N/D	5.0
	Compras o servicios personales	N/D	3.0	N/D
	Otros	30.0	7.0	1.0

Nota: N/D significa no disponible
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo con el tipo de alojamiento utilizado, en la Tabla 6, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales poseen estancias cortas de 3 días, al igual que en el tercer trimestre del año 2018. De hecho, un 66.83% de los turistas extranjeros que utilizaron este tipo de alojamiento, pasaron hasta 3 días en la ciudad (Ver Anexo 6).

La duración de la estancia de quienes se alojaron en un apartamento, fue de 5 días; este es un tiempo que, aunque alto, es menor al encontrado en el año 2018 (13 días). Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia mediana de 7 días, un día menos que en el mismo periodo del año 2018; finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (normalmente por Airbnb) presentan estancias de hasta 7 días, 4 días más que los observados en el mismo trimestre del 2018.

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

Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero
(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista Extranjero		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3.0	3.8	3.0
	APARTAMENTO	10.0	8.2	5.0
	FAMILIA, AMIGOS	7.0	10.9	7.0
	CASA AIR BNB	7.0	9.9	7.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D	1.0	N/D
	OTROS	12.0	4.5	13.0

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 erogaron durante el trimestre julio-septiembre del año 2019 una media de \$421.42 por grupo⁵ durante toda su estancia; este valor es menor al registrado en el mismo trimestre del año 2018 (\$729.47). Al dividir el gasto total del grupo durante su estancia para el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; el valor obtenido para el periodo analizado del año 2019 fue de \$331.47. Nuevamente, se observó un monto menor que en el mismo periodo del año anterior (\$394.46). Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en el trimestre julio-

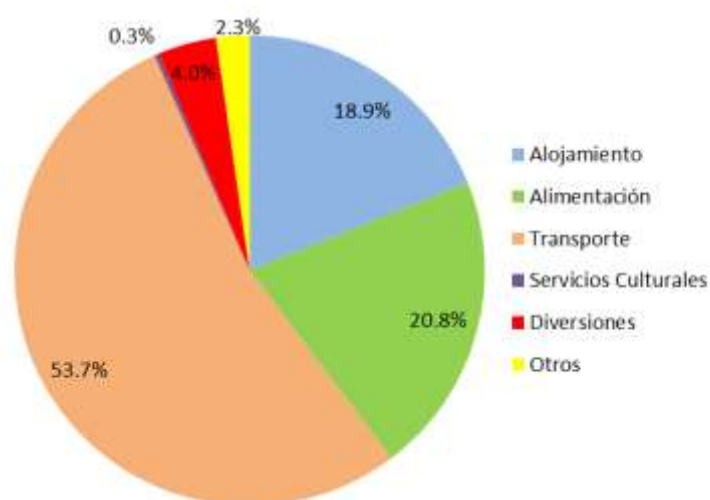
⁵ Los gastos totales por grupo se calculan como la suma de los diversos tipos de gasto en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo con el que viajó, pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

septiembre del año 2019 (\$72.15⁶), es relativamente similar al gasto diario personal observado en el año 2018 (\$70.99).

La Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico para el tercer trimestre del año 2019. Del total de gastos realizados por los turistas extranjeros, un 53.7% corresponde a transporte, 9.7 puntos porcentuales más que en el mismo parcial del año 2018. El 20.8% del gasto se erogó en alimentación, valor menor al 30.7% obtenido en el año 2018. Un 18.9% se utilizó en alojamiento, proporción que es mayor al 12.2% del año anterior. Por último, los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 4% y 0.3% del total, respectivamente.

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

Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Se ha calculado, además del promedio, la mediana del gasto del turista extranjero, debido a su carácter más representativo del conglomerado de estudio. En este sentido, con respecto a los viajeros con estadías de hasta 30 días, tal como aprecia en la Tabla 7, la mediana del gasto va de la mano con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, se encuentran los turistas que vienen por estudios o investigación. El alto gasto reportado se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$180.84) y

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.

alimentación (\$102.75); no obstante, es importante considerar que la incidencia de estos grupos con respecto al total no es representativa. Otro grupo con gastos elevados durante la estancia está conformado por quienes vinieron a la ciudad por participar de congresos o conferencias, al igual que en el caso anterior este elevado gasto se debe especialmente al pago en transporte (\$198.74). Otro grupo con altos niveles de gasto se encuentra conformado por turistas que visitan 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		Tercer 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	\$19.84	\$22.24	\$35.55	\$1.26	\$2.51	\$7.09	\$88.50
		2019	\$19.65	\$15.18	\$35.42	\$3.34	\$17.38	\$11.79	\$102.75
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$9.33	\$137.84	\$162.85	\$5.41	\$18.64	\$30.92	\$365.00
		2019	\$36.31	\$34.45	\$86.21	\$14.00	\$30.64	\$48.39	\$250.00
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$51.12	\$40.21	\$99.94	\$1.35	\$7.72	\$4.67	\$205.00
		2019	\$62.12	\$26.74	\$93.66	\$3.21	\$19.89	\$36.89	\$242.50
	Congresos, conferencias	2018	\$50.06	\$88.10	\$66.52	\$11.12	\$6.67	\$20.02	\$242.50
		2019	\$113.21	\$88.05	\$198.74	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$400.00
	Estudios, investigación	2018	\$75.11	\$55.97	\$93.35	\$0.00	\$0.00	\$23.91	\$248.33
		2019	\$82.20	\$102.75	\$180.84	\$27.40	\$68.50	\$54.80	\$516.50
	Tratamiento de salud	2018	\$34.01	\$34.01	\$129.85	\$0.00	\$4.64	\$0.00	\$202.50
		2019	\$49.78	\$42.94	\$214.70	\$0.00	\$0.00	\$22.58	\$330.00
	Motivos religiosos	2018	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	2018	\$0.00	\$60.00	\$12.50	\$0.00	\$25.00	\$25.00	\$122.50
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	2018	\$187.66	\$73.48	\$271.75	\$1.27	\$0.00	\$15.84	\$550.00
		2019	\$6.92	\$7.69	\$3.85	\$0.00	\$1.54	\$0.00	\$20.00
Total		2018	\$25.50	\$59.45	\$84.98	\$2.61	\$7.83	\$13.97	\$194.34
		2019	\$33.87	\$23.70	\$63.97	\$5.63	\$20.32	\$24.83	\$172.32

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 (\$102.75 contra \$172.32); este rubro es, además, mayor en comparación al observado en julio-septiembre del 2018 (\$88,50). El incremento se debe especialmente a un aumento en los gastos en diversiones. Este grupo de turistas presenta también un gasto en diversión (\$17.38) ligeramente inferior al global general (\$20.32); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros

grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo, por realizar estudios o investigaciones cortas, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$68.50).

Los grupos de turistas que más erogaron en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por participar o dictar conferencias o congresos. En general, el gasto en alojamiento realizado en el tercer trimestre 2019 presenta una mediana por persona de \$33.87, mayor a los \$25.50 registrados en el 2018. Mientras que el gasto mediano por persona en alimentación disminuye de \$59.45 en 2018 a \$23.7 en 2019. Es importante notar que el rubro de diversión ha incrementado de \$7.83 a \$20.32 que se debe especialmente a los gastos realizados por turistas que vienen por motivos de estudios o investigaciones cortas y quienes vienen a visitar a sus familiares o amigos. Aun el gasto en transporte sigue siendo el más alto de todos.

El gasto mediano por persona durante la estancia ha disminuido de \$194.34 reportado en el tercer trimestre 2018 a \$172.32 en el mismo trimestre del año 2019, lo que en general se debe a menores gastos en alimentación y en transporte. Esto representa una disminución en el gasto del 11.33%.

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

Turista Extranjero		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2019	Tercer trimestre 2018	Tercer trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$36.67	\$35.00	\$29.50	\$34.25
	Visita a familiares o amigos	\$33.13	\$49.09	\$45.63	\$35.71
	Negocios, actividades profesionales	\$40.00	\$34.33	\$68.33	\$80.83
	Congresos, conferencias	\$38.50	\$139.17	\$60.63	\$133.33
	Estudios, investigación	\$11.43	\$5.00	\$31.04	\$27.92
	Tratamiento de salud	\$29.32	\$320.00	\$57.86	\$66.00
	Motivos religiosos	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	\$0.00	\$27.22	N/D
	Otros	\$8.33	\$17.36	\$137.50	\$20.00
	GLOBAL	\$35.98	\$41.11	\$41.99	\$45.60

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Como se aprecia en la Tabla 8, muestra la mediana del gasto diario realizado por el turista, en función de la razón de su visita. En general, el gasto diario realizado por los turistas extranjeros incrementó en un 8.6%, frente a lo registrado durante el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2018 (incremento de USD\$3.61), y en particular, de aquellos grupos más

representativos, el mayor aumento se observa en los turistas extranjeros que visitan la ciudad por negocios o actividades profesionales.

Este comportamiento se puede explicar por un mayor gasto realizado en el rubro de alojamiento y diversiones. A diferencia de aquellos que visitan a sus familiares o amigos que disminuyen su gasto mediano diario por persona en el tercer parcial del 2019 con respecto al mismo trimestre del 2018, lo que se debe principalmente al rubro de alimentación y transporte.

El gasto mediano diario del turista extranjero se ha incrementado en un 10.92% con respecto al segundo trimestre del año 2019, lo que se atribuye a los gastos realizados por el grupo de turistas representativos que visitan la ciudad por negocios o motivos de trabajo los cuales han incrementado su gasto de \$34.33 a \$80.83.

3.1.5. Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

3.1.5.1 *Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos*

Los resultados del año 2019 revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que las erogaciones por alojamiento, transporte y alimentos son justos, en una proporción de 93.8%, 93.1% y 93.5% respectivamente, resultados muy similares a los observados en julio-septiembre 2018 (90.9%, 93.3% y 92.4% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

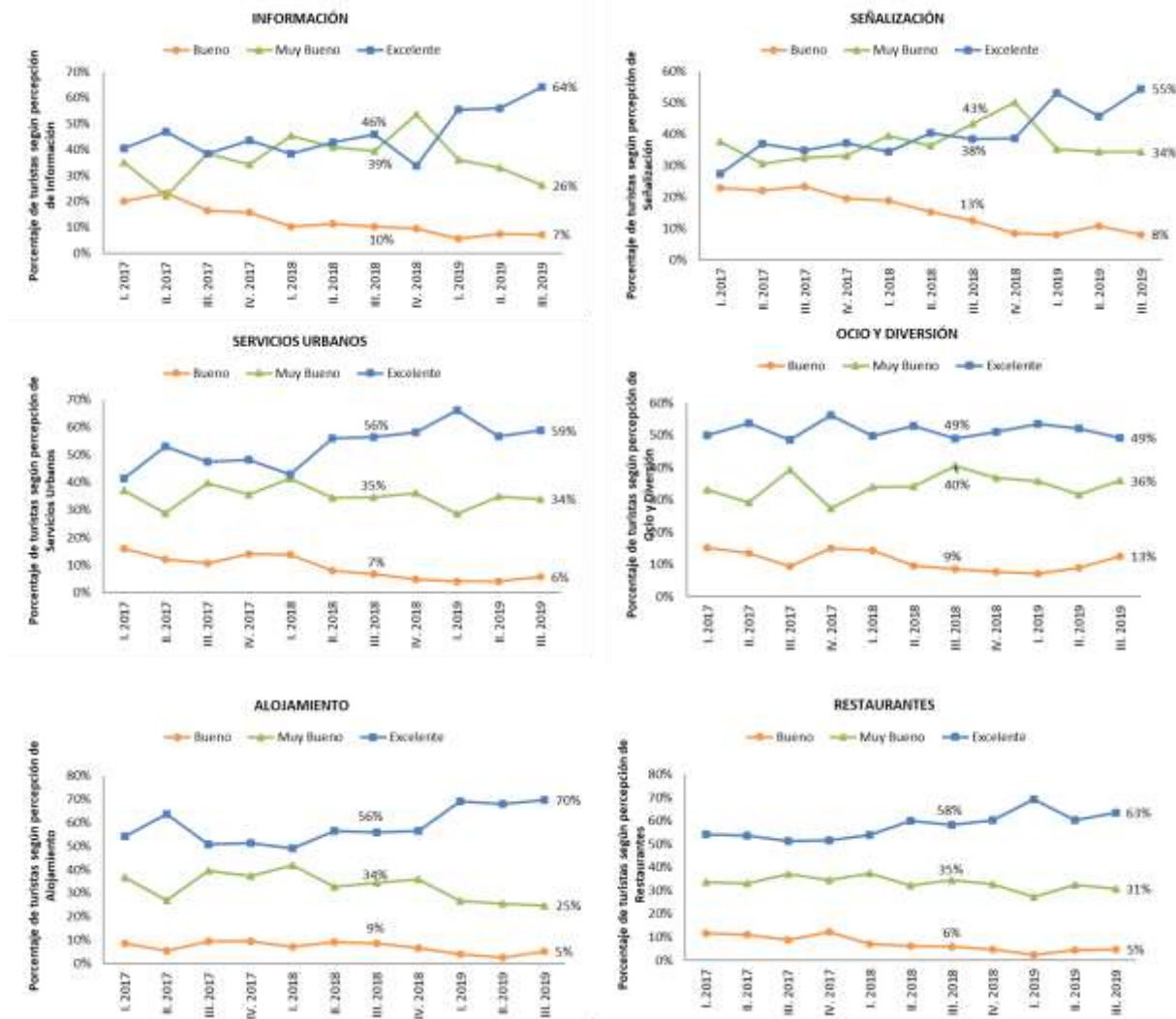
3.1.5.2 *Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad*

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 julio-septiembre del 2018.

Se aprecia una mejoría en la percepción de muy bueno a excelente en los servicios de información, señalización, alojamiento y restaurantes en relación con lo reportado en el tercer trimestre del año 2018. Esto se puede apreciar en la Ilustración 17⁷. La percepción de los servicios restantes es similar en ambos periodos analizados.

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.

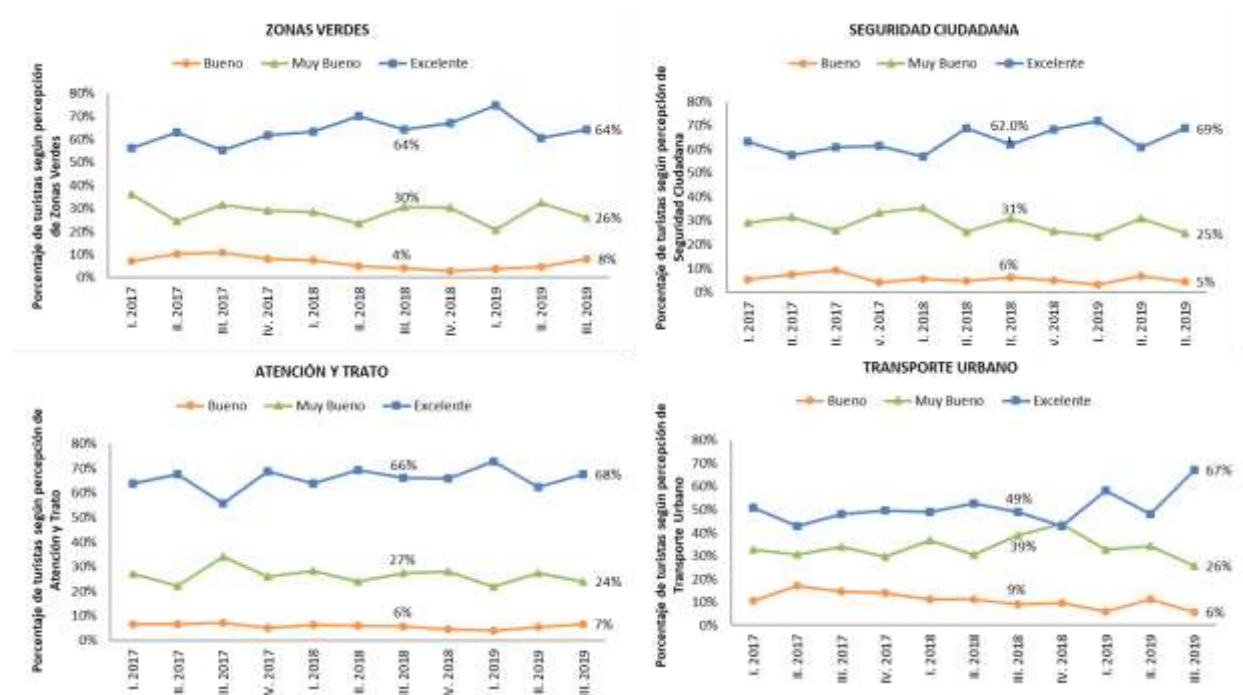
Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

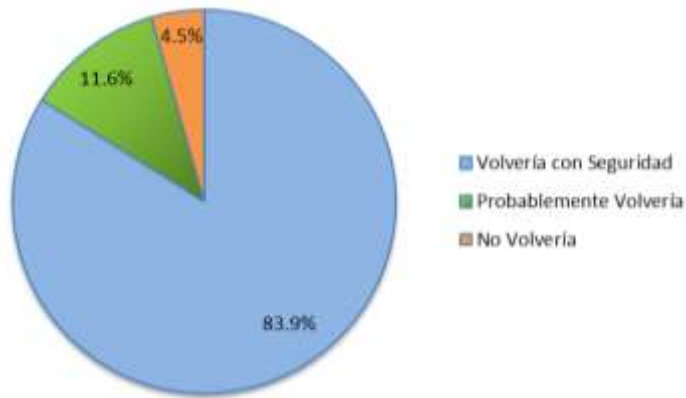
3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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 83.9% de los turistas extranjeros volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 11.6% probablemente regresaría y un 4.5% anunció que probablemente o seguramente no volvería.

De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 79.7% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 19.1% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son de apenas el 1.2%.

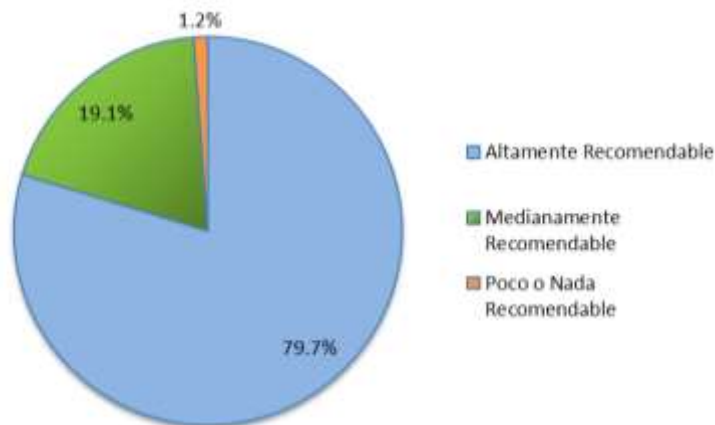
Los resultados muestran un descenso en el indicador de recomendabilidad con respecto a lo obtenido en el tercer trimestre del año 2018, ya que hubo una disminución de 4.6 puntos porcentuales en la recomendación a la ciudad de Cuenca como destino turístico.

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca

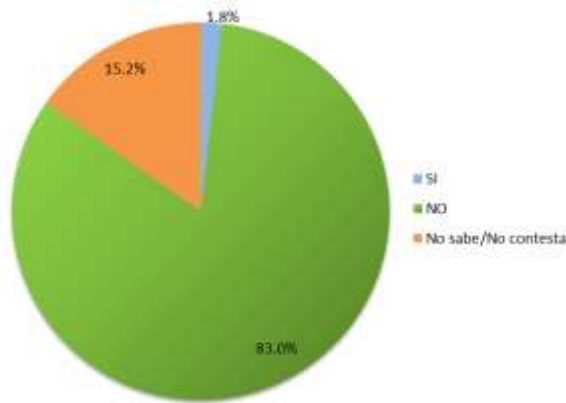


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 87.1% de los turistas internacionales ya poseían información acerca de la ciudad, antes de su visita; proporción que es similar al 88% que conocían la ciudad en el mismo trimestre del año 2018. Solo una minoría (12.9%), la escogió como destino turístico en su ruta después de arribar al país. Un 19.1% 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 1.8% de turistas extranjeros estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable, al igual que el segundo periodo del año 2019 (1.3%).

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

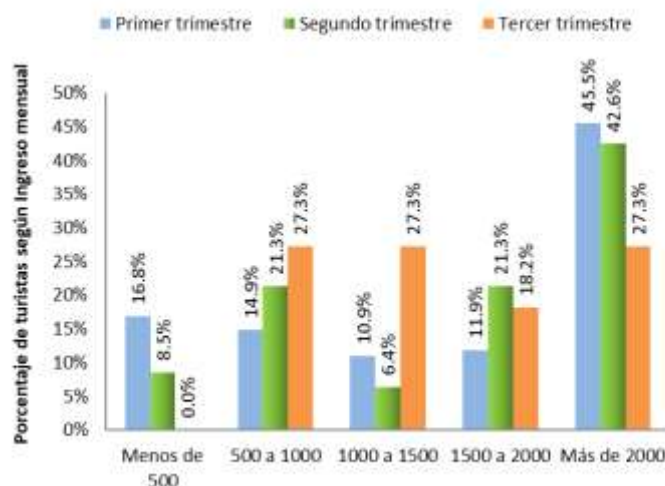


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 (27.3%), que es 25% puntos porcentuales menos que en el tercer trimestre 2018. Ahora, un 27.3% percibe ingresos de 500 a 1000 dólares y entre 1500 a 2000 dólares mensual en cada caso, frente al 13.08% y 13.85% respectivamente registrado en el mismo periodo del año 2018. Esto da una media de ingresos de 1,477.27 dólares al mes, por lo que aquel turista que visitó a la ciudad de Cuenca en el trimestre julio-septiembre del año 2019 tuvo 9.34% menos ingresos en promedio, que aquel que visitó la ciudad en el tercer trimestre 2018. La mediana es de 1,416.67 dólares y una moda⁸ de 750 dólares.

Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

⁸ Existe tres valores modales en el trimestre julio-septiembre 2019, por lo que se reporta el menor valor modal.

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

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

Importante

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

Percepción del turista extranjero:

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

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

Retorno y recomendabilidad:

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

Motivación, organización, tipo de alojamiento, duración de la estancia y costos de la estancia del turista extranjero en el tercer trimestre del año 2019

El turista extranjero que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por sus paisajes naturales y cultura de la ciudad de Cuenca, viajan solos, en pareja o en familia y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$102.75, es decir, un gasto diario por persona de \$34.25.
- 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 7 días, con un costo de estancia por persona de \$250, es decir, un gasto diario por persona de \$35.71.
- 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 \$242.50, es decir, un gasto diario por persona de \$80.83.

4. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

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

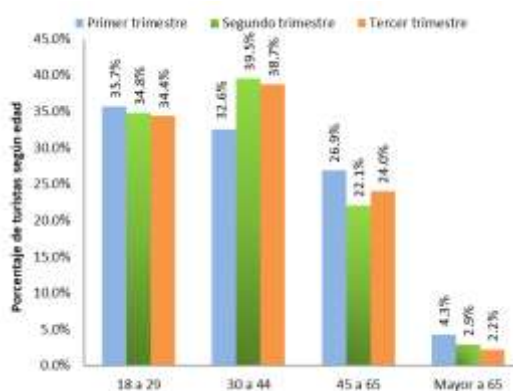
4.1.5. Características Socio Demográficas del Turista Nacional

4.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Ilustración 23, los resultados revelan que la mayoría de los turistas nacionales se encuentran entre los 30 y los 44 años (38.7%). Este resultado es superior en 4.3 puntos porcentuales al registrado en el tercer trimestre de 2018. A la par, el porcentaje de turistas nacionales entre los 18 y los 29 años se mantiene en 34.4%, similar a lo reportado en el periodo en comparación (32.4%). Esto lo caracteriza, al igual que con su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. Grupos de turistas mayores de 65 años representan solamente el 2.2%.

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que media de la edad de los turistas nacionales se ubica alrededor de los 36.03 años, con una mediana de 35 años y una moda de 36 años.

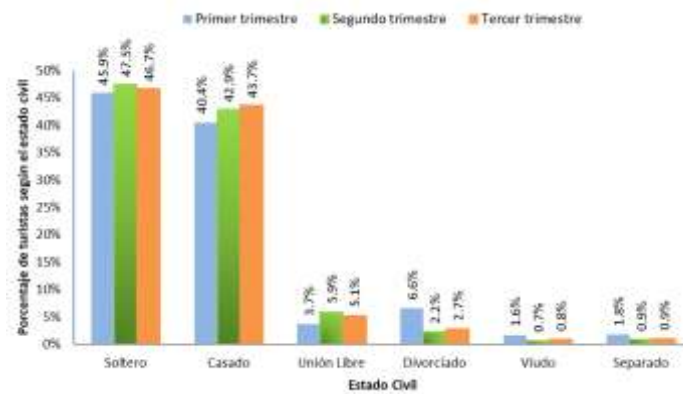
Ilustración 23: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 24 muestra que, en este periodo, hubo una mayor proporción de turistas nacionales solteros (46.7%). Este resultado es superior en 4.4 puntos porcentuales al obtenido en el tercer trimestre del año 2018. Otro grupo representativo es aquel conformado por aquellos turistas casados (43.7%). Este dato similar al 41.9% registrado en el tercer trimestre del año 2018. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. A nivel trimestral, se observa que los resultados son congruentes entre trimestres, pues no hay variaciones significativas.

Ilustración 24: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, los resultados muestran que, hubo una distribución de 49.5%-50.5% de varones frente a mujeres en este trimestre. Esto frente 48.9% - 51.1% respectivo en el periodo comprendido entre julio y septiembre del año 2018. Finalmente, es importante señalar que el comportamiento de los turistas nacionales es mucho más estable que el de sus contrapartes extranjeros.

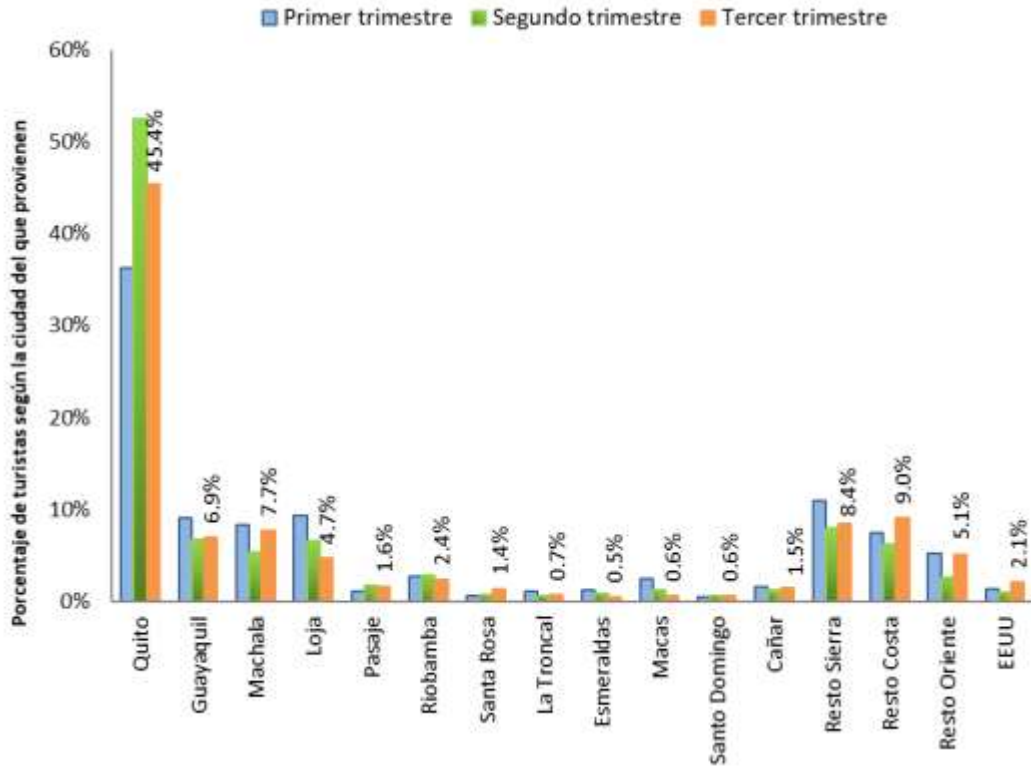
4.1.1.2 Procedencia del Turista

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 25, la mayor porción de turistas con un origen común está compuesta por turistas quiteños (45.4%), la cual es mayor a la registrada en el tercer parcial del año 2018 (40%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas machaleños (7.7%), guayaquileños (6.9%)⁹, y turistas lojanos (4.7%).

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resulta significativa a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 8.4% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de Ambato. Un 9% son turistas de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 5.1% provienen de la región amazónica principalmente de la provincia de Morona Santiago.

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

Ilustración 25: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



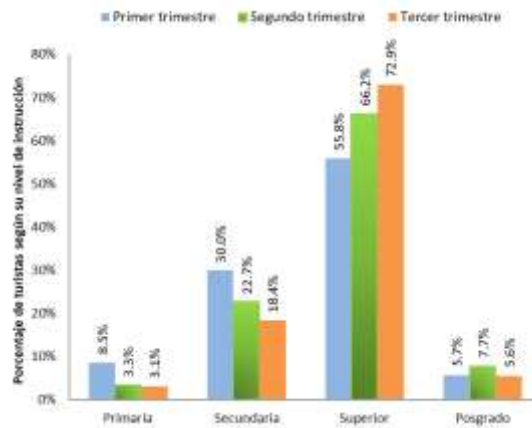
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables como el nivel educativo y la situación laboral ya que pueden guardar relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados revelan que la incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (es decir, con un título de tercer nivel) es del 72.9% y con un título de bachiller del 18.4%. Los resultados muestran que los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca en el trimestre actual tienen mayores niveles de educación en comparación con aquellos que vinieron en los periodos abril-junio del 2019 y julio – septiembre del 2018, donde estos porcentajes estuvieron en el orden del 66.2% y el 53.7% respectivamente. Los datos sugieren que el 58.2% de los turistas nacionales son profesionales independientes (ver Ilustración 27), pero la incidencia de este tipo de turistas es casi dos veces mayor a la de aquellos visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en el periodo julio – septiembre del 2018 la cual fue de un 27.9%.

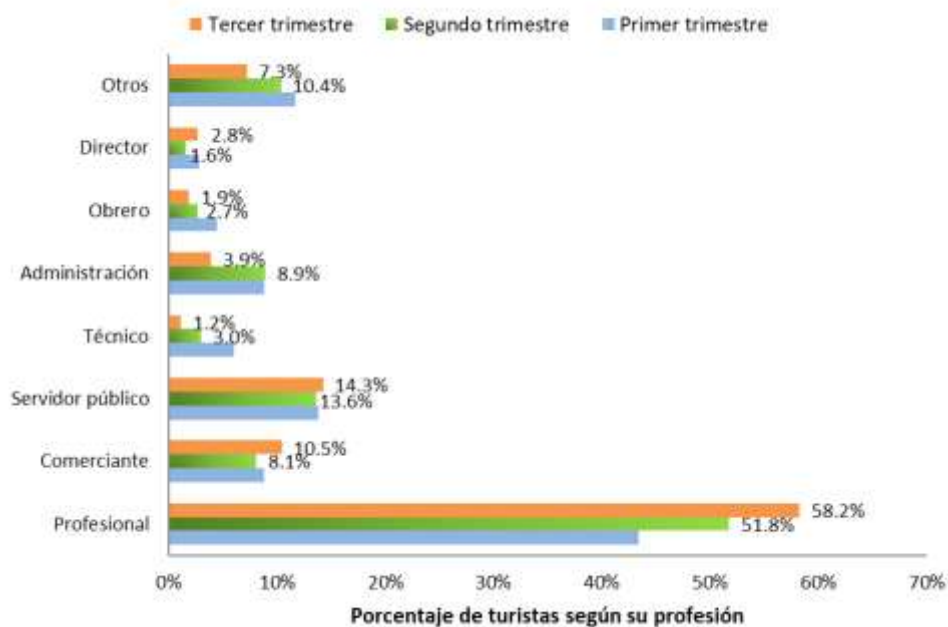
Se evidencia además, que la proporción de turistas que laboran como administradores del 3.9%, es menor que la observada en el tercer parcial del año 2018 (11.5%). Existe una ligera disminución de aproximadamente 2.5 puntos porcentuales de quienes laboran como servidores públicos, comerciantes y aquellos que lo hacen como técnicos. Entre los que reportan otro tipo de profesión se encuentran turistas que laboran como abogados, médicos, docentes, ingenieros, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

Ilustración 26: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 27: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



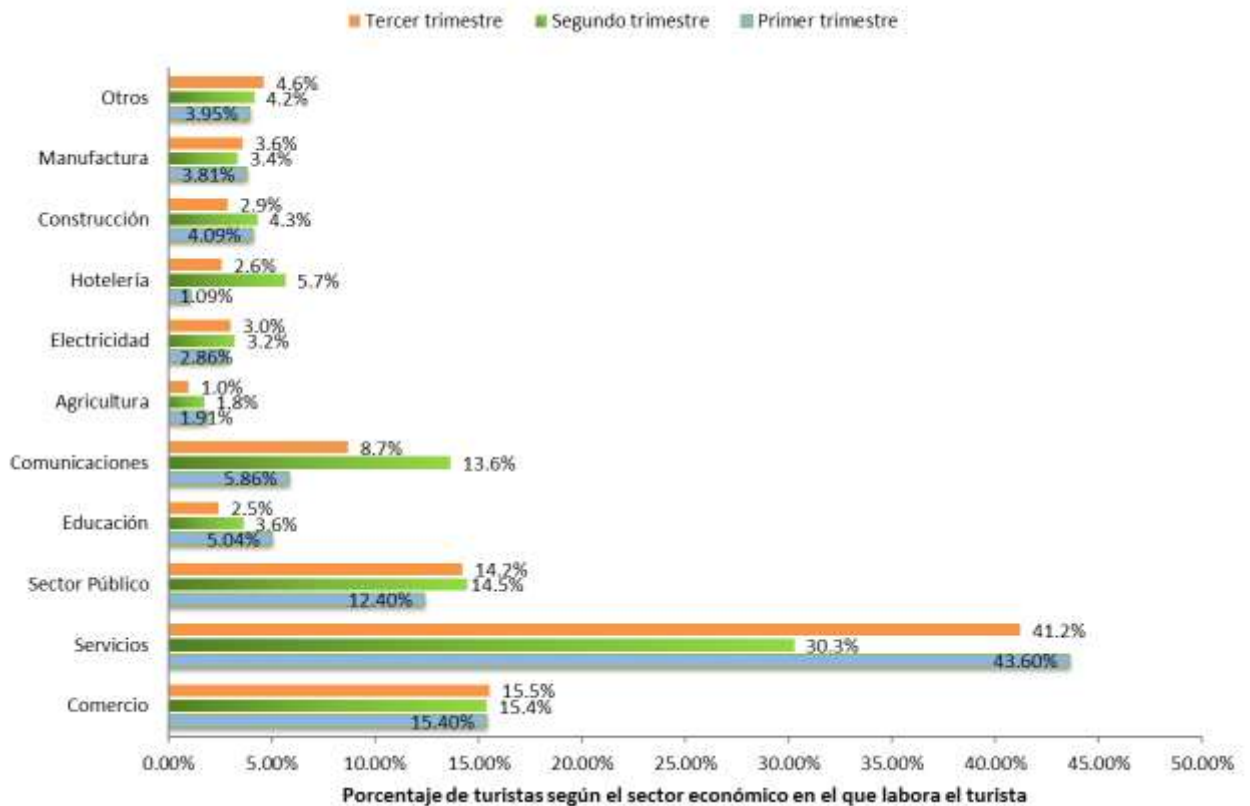
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector de servicios profesionales (41.2%), porcentaje mayor al obtenido en el segundo trimestre 2019 (30.3%) y en el tercer trimestre del año 2018 (34.5%).

Cabe señalar, que si bien existe un 10.5% de visitantes que laboran como comerciantes (Ilustración 27), el porcentaje de éstos que laboran en el sector comercio asciende a un 15.5%. La diferencia se debe fundamentalmente que en este sector no solo laboran los primeros, sino también otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

La incidencia de turistas que laboran en el resto de los sectores no presenta mayores variaciones. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otra área económica (4.6%), la mayor porción trabaja en el sector de la salud (65.6%) y el restante de actividades están tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a un nivel individual.

Ilustración 28: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



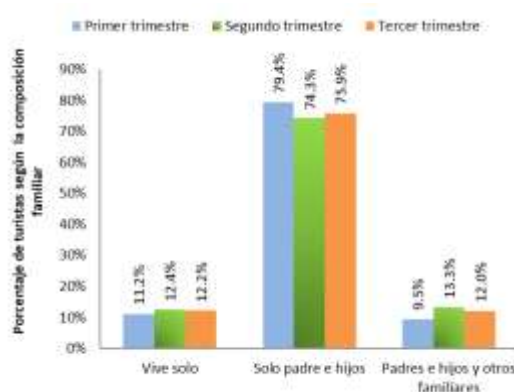
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 29, en el trimestre comprendido en julio y septiembre del 2019, el 75.9% de los turistas nacionales viven solos o entre padres e hijos. Este resultado es menor al obtenido en el tercer trimestre de del año 2018 (80.7%). Los turistas que viven solos son el 12.2% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está conformado por padres, hijos y

otros familiares es del 12%. Resultados que son consistentes con los hallazgos del parcial comprendido entre abril y junio del 2019.

Ilustración 29: Con quién vive el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Tabla 9: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

Turista Nacional	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	3	10.2%	0.0%	0.6%	0.3%	0.9%	0.1%	12.2%
Solo padre e hijos	3	31.2%	4.9%	37.0%	0.5%	1.6%	0.6%	75.9%
Padres e hijos y otros familiares	3	5.4%	0.2%	6.0%	0.1%	0.2%	0.1%	12.0%
Total	3	46.7%	5.1%	43.7%	0.9%	2.7%	0.8%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

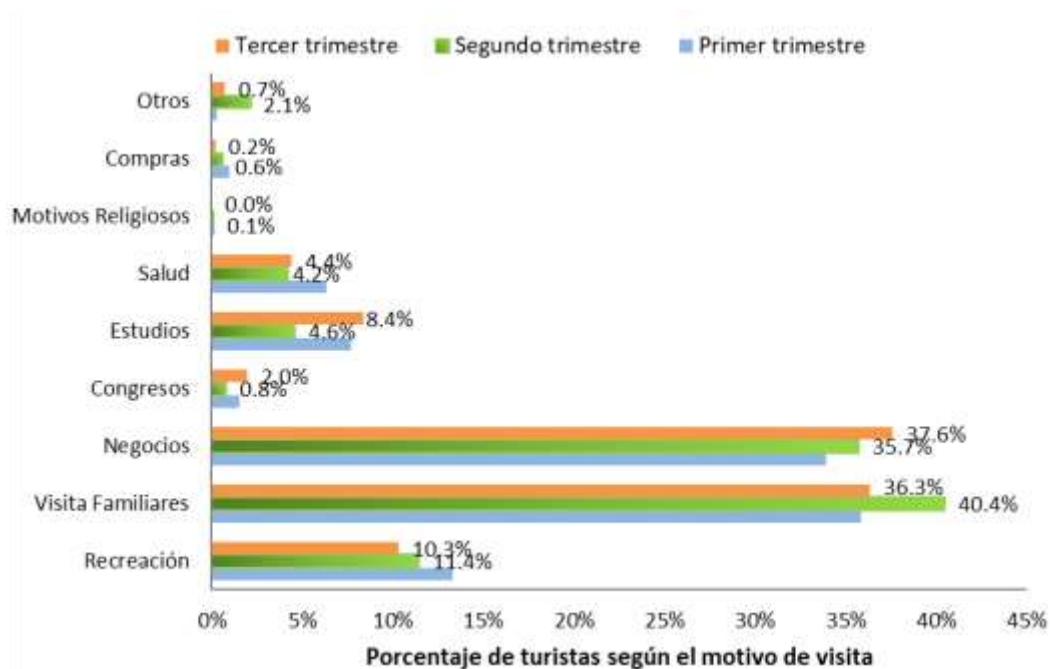
En el tercer trimestre del año, alrededor del 31.2% de los visitantes viven con sus familias y son solteros. Asimismo, un 37% de ellos forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. La predominancia de visitantes nacionales que conforman una familia tradicional continúa en este trimestre, similar que la registrada en el tercer trimestre del año 2018 (38.7%).

4.1.6. Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan, como se puede apreciar en la Ilustración 30, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año es por negocios o actividades profesionales (37.6%) y visitar a sus familiares o amigos (36.3%), a diferencia de lo registrado en el tercer trimestre del año 2018 donde aquellos que visitaron la ciudad por motivos de negocios o trabajo representaron el 30.5% y además hubo una proporción de 16.3% que visitaron la ciudad por motivos recreacionales. La fracción de turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos recreacionales en el trimestre actual es del 10.3%.

Ilustración 30: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino turístico, se obtuvo que, al igual que con su contraparte extranjera, el principal motivo de elección de destino son los atractivos naturales (46.6%) y la cultura (30.5%). Es con los atractivos de la ciudad y la gastronomía, que los resultados no reportan una proporción significativa (3.8% y 0.8% respectivamente). Eso resaltando el hecho de que sí lo hicieron en el trimestre enero-marzo del año 2019 (con un 27.6% y un 18.7% respectivamente) y en julio-septiembre del año 2018 (con un 12% y un 17.5% respectivamente). Además, ha ganado importancia la elección por precios de bienes y servicios (14.5%) frente al 8.6% obtenido en el tercer trimestre del 2018.

Ilustración 31: 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 92% de los entrevistados han visitado la ciudad en más de una ocasión, mientras que el 8% restante son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve muestran una predisposición a retornar. Este dato es similar al obtenido en el tercer trimestre del año 2018 (con una distribución del 89.1% y 10.9% respectivamente).

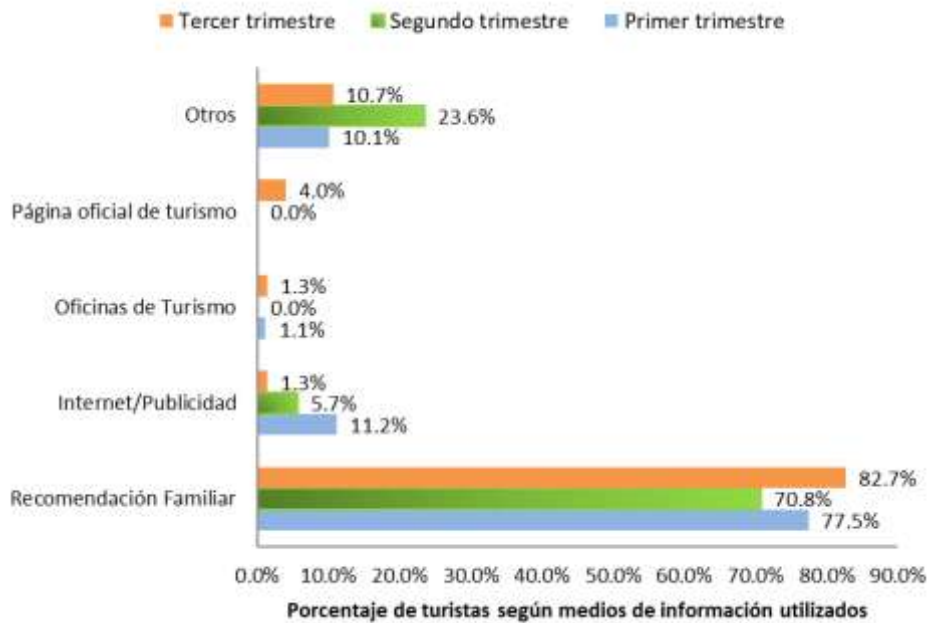
4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios utilizados, los resultados revelan que el turista nacional recibe información principalmente a partir de las recomendaciones de amigos y de familiares que ya han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente en ella en un 82.7%, frente a los hallazgos del tercer parcial del 2018 (77%). No utiliza guías turísticas, y solo un 4% acude a las páginas oficiales de turismo (ver Ilustración 32). Por otro lado, del 10.7% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor fracción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 3).

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver Ilustración 33), los hallazgos revelan que en el tercer trimestre de 2019 un 75% de los turistas nacionales recurre al uso de redes sociales desplazando con ello al uso del resto de medios de información utilizados. Esto en comparación con lo registrado en el segundo trimestre 2019 y tercer trimestre 2018. Hay un 25% de visitantes nacionales, sin embargo, estos resultan ser tan desagregados y dispersos que no resultan ser significativos a nivel individual. No obstante, es importante considerar que menos del 1% del total de visitantes contesta la pregunta sobre los medios de internet utilizados.

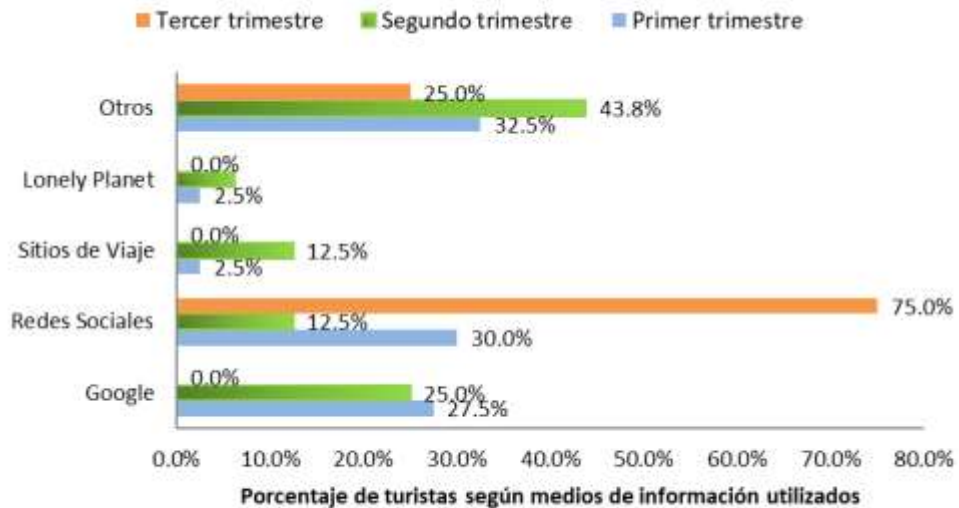
Estos resultados se presentan en las ilustraciones 32 y 33.

Ilustración 32: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 33: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

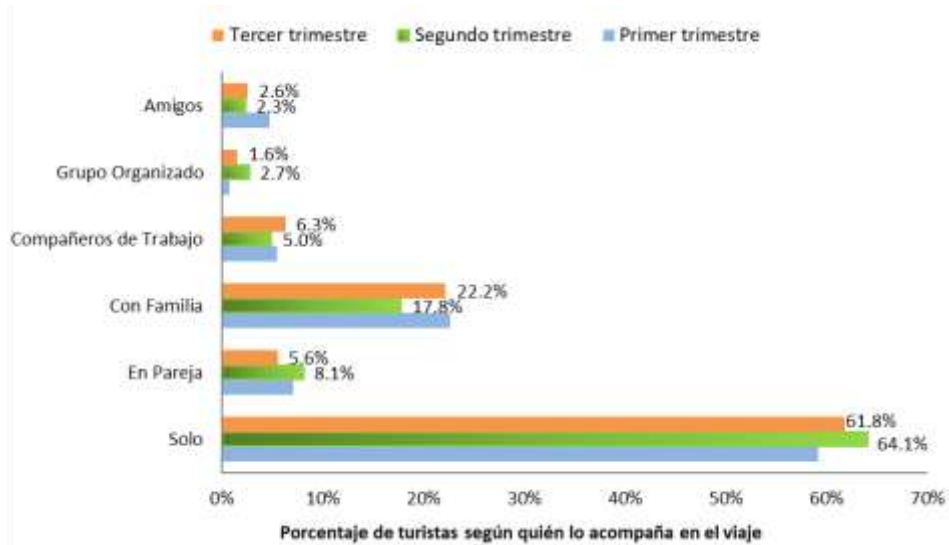
4.1.7. Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (61.8%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias representan el 22.2%. Solamente el 5.6% y 6.3% de turistas vienen en pareja o con sus compañeros de trabajo respectivamente. Estos resultados son distintos en proporciones en comparación con los hallazgos del tercer trimestre del año 2018, en donde hubo un mayor

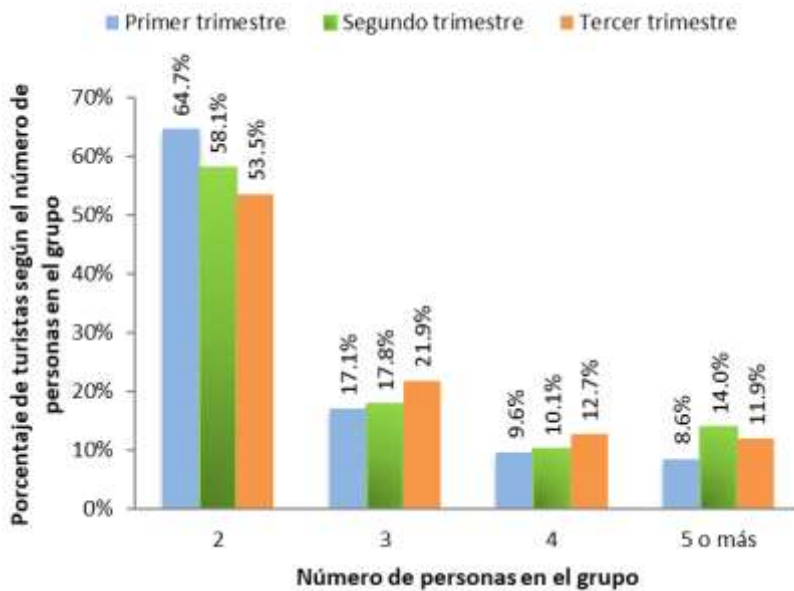
porcentaje de turistas nacionales que vinieron acompañados de sus familiares (30.8%) frente al valor registrado actualmente (22.2%).

Ilustración 34: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 35: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 35 se puede apreciar que, del total de turistas que viajan acompañados, la mayoría prefiere hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Aquellos grupos organizados de un mayor tamaño han sido escasos. Estos hallazgos son congruentes con los reportados en el tercer trimestre del año 2018.

Al relacionar las variables *razón principal de la visita* con la *compañía de viaje* se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos recreativos, los hacen en familia en un 41.8%,

solos en un 23.5% y en pareja en un 20.4%. Esto sugiere que el turista recreativo prefiere visitar la ciudad acompañado de su familia, solo o en pareja en esta parte del año. Este resultado es similar al registrado en el tercer parcial del año 2018 aunque en diferentes proporciones ya que el turista que visitó la ciudad por el mismo motivo prefirió hacer su viaje en familia en un 55%, solo en un 24%, o en pareja (13.5%). En comparación con los resultados del tercer trimestre del 2018, hay una mayor proporción de turistas solos que visitan a sus familiares, pasando de un 55.4% a un 60.4% en el trimestre actual.

De igual manera, la mayoría de turistas nacionales que visitan la ciudad por negocios, por participar de congresos o conferencias, por estudios o investigación, o por motivos de salud viene solo (ver anexo 4).

Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Trimestre 2019	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?					Total	
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS		TRABAJO
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	30.2%	1.3%	36.2%	22.8%	8.7%	0.7%	100.0%
		2	22.2%	6.0%	38.5%	26.5%	6.8%	0.0%	100.0%
		3	23.5%	3.1%	41.8%	20.4%	9.2%	2.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	59.2%	0.5%	31.3%	6.2%	2.2%	0.5%	100.0%
		2	67.9%	0.7%	22.5%	7.5%	1.0%	0.5%	100.0%
		3	60.4%	0.3%	32.7%	4.6%	2.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	1	68.2%	0.8%	8.2%	2.4%	6.1%	14.5%	100.0%
		2	75.4%	3.8%	3.8%	3.3%	2.5%	11.2%	100.0%
		3	73.7%	2.5%	4.7%	3.1%	0.8%	15.1%	100.0%
Total		1	59.1%	0.8%	22.7%	7.1%	4.7%	5.5%	100.0%
		2	64.1%	2.7%	17.8%	8.1%	2.3%	5.0%	100.0%
		3	61.7%	1.6%	22.2%	5.6%	2.6%	6.3%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

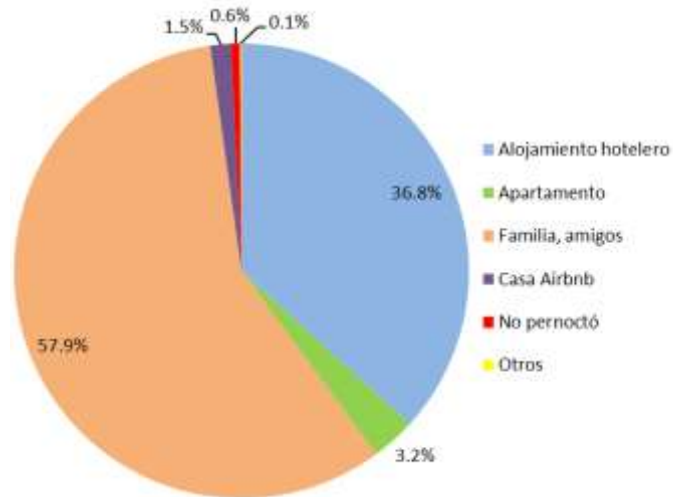
Los resultados revelan que una amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (con un 94.4% en julio-septiembre del 2019 vs. un 90.8%, en el mismo periodo del 2018). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquetes ofertados por una agencia turística es alrededor del 5.6%.

4.1.8. La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El turista nacional prefiere alojarse con familiares o con amigos en un 57.9%; proporción que es similar al 56.7% de turistas con la misma preferencia en el mismo trimestre del año anterior. Aquellos que eligen un establecimiento hotelero corresponden al 36.8% del total. El uso de un apartamento aplica solamente para el 3.2% de los visitantes. Los hallazgos, nuevamente son consistentes con los reportados en el tercer trimestre del año 2018.

Ilustración 36: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 11 revela que del total de turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, el 65.3% prefiere un establecimiento hotelero tradicional, mientras que un 28.6% se aloja con familiares o amigos. Este resultado es ligeramente mayor con respecto a la fracción de esta misma variable obtenida en el mismo periodo del año 2018 (62.5%).

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

Tabla 11: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional

Turista Nacional		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?		
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	51.0%	2.7%	45.6%
		2	71.8%	1.7%	25.6%
		3	65.3%	2.0%	28.6%
	Visita a familiares o amigos	1	9.7%	2.5%	85.3%
		2	10.1%	0.5%	88.6%
		3	7.2%	1.4%	89.9%
	Negocios, actividades	1	53.7%	4.7%	35.5%
		2	63.0%	3.3%	31.5%
		3	62.6%	3.1%	32.7%
Total		1	33.1%	4.6%	58.7%
		2	39.0%	2.4%	57.1%
		3	36.8%	3.2%	57.9%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

4.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 12 se presenta la duración de estancia del turista nacional que visita la ciudad hasta por 30 días. En el tercer trimestre del año 2019, la estancia promedio es de 4.77 días, no obstante, es importante acotar que, debido a la presencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable. Así, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana. El 25% de turistas nacionales tiene una estancia de 2 días o menos. La mediana indica que un 50% de turistas permanece en la ciudad 3 días o menos. Aquellos turistas que se quedan 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 estancia más común entre los turistas nacionales fue de 2 días. Estos resultados son consistentes con los obtenidos en tercer parcial del año 2018, a excepción de la media que actualmente es un ligeramente menor en 0.4 días que la registrada en el mismo periodo en comparación.

**Tabla 12: Duración de la estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)**

	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre
Media	5.24	4.49	4.77
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	3.00	3.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	5.00	4.00	5.00
Moda	2.00	2.00	2.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Bajo estas condiciones, se realiza una disgregación por motivo de viaje, para determinar con certeza la duración de la estadía de acuerdo con el motivo principal de viaje. La Tabla 13 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que aquellos que vienen para visitar a familiares o amigos y quienes vienen por estudios o investigación. El turista que viene por negocios, tratamiento de salud, o participación en congresos y conferencias, realizan visitas cortas de 2 días.

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

Tabla 13: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional

(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista Nacional		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana)		
		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2019	Tercer trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	3.0	3.0	3.0
	Negocios, actividades	2.0	2.0	2.0
	Congresos, conferencias	2.0	2.0	2.0
	Estudios, investigación	6.0	5.0	3.0
	Tratamiento de salud	2.0	2.0	2.0
	Motivos religiosos	4.0	2.0	N/D
	Compras o servicios personales	2.0	2.0	1.0
	Otros	3.0	3.0	3.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a la duración según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 14), se puede apreciar que, cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero permanece 2 días, valor que es similar a la estancia mediana del trimestre anterior. Cuando se aloja con su familia y sus amigos la estancia es de 3 días y de 5 días cuando éste se aloja en un apartamento.

Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o una casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es igualmente de 3 días. Los resultados muestran ser consistentes con la evidencia reportada en el mismo trimestre del año anterior, con la única diferencia que ahora el grupo de turistas que visita la ciudad y prefiere alojarse en establecimiento hotelero, lo hace en una estadía mediana de 2 días, lo cual es 1 día menos que lo reportado en el tercer parcial del año 2018; y en el caso de visitantes que eligen alquilar una casa vía AIR BNB, la estancia es 3.5 días menos. Con estos hallazgos se puede confirmar que, en el caso de turista nacional, el tipo de alojamiento es un factor que influye en la duración de la estancia dados los resultados robustos que se presentan en todos los periodos analizados.

Tabla 14: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional

(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista Nacional		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)		
		Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2.0	2.0	2.0
	APARTAMENTO	11.0	4.0	5.0
	FAMILIA, AMIGOS	3.0	3.0	3.0
	CASA AIR BNB	4.5	3.0	3.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D	1.0	N/D
	OTROS	5.5	2.5	10.5

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

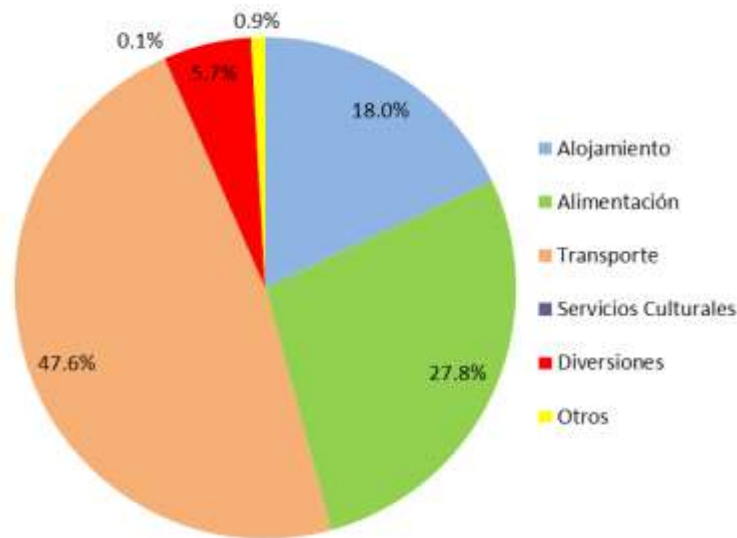
Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca erogaron en promedio \$250.97 por grupo¹⁰ durante toda su estancia en el tercer trimestre del año 2019, valor que es inferior al gasto promedio obtenido en el mismo periodo en el año 2018 (\$335.58). Al dividir dicho gasto para el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$199.88 en promedio, por persona en el año 2019, dato ligeramente mayor al \$190.84 por persona reportado en el tercer trimestre del año 2018. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona se calculó en \$60.68, para en el periodo comprendido entre julio y septiembre de 2019, valor mayor al gasto diario por turista obtenido en el mismo periodo del año 2018 (\$50.02)¹¹.

La Ilustración 37, revela la composición del gasto turístico en el tercer trimestre del año 2019. Del total de erogaciones realizadas por los turistas nacionales, el 47.6% se destina a transporte, el 27.8% a alimentación, y un 18% a alojamiento. El 5.7% del gasto se destina a entretenimiento. En relación con el trimestre comprendido entre julio y septiembre del año 2018, la composición del gasto con respecto a transporte es relativamente similar (45.1%); mientras que el gasto de alojamiento ha aumentado en 5.1 puntos porcentuales (12.9% en el tercer trimestre del año 2018).

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.

Ilustración 37: Composición del gasto total turístico por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

La Tabla 15 revela una disminución leve en el gasto turístico del turista recreativo al comparar interanualmente los terceros trimestres. Así, se puede apreciar un decremento de \$8.57 dólares con respecto al año anterior. La explicación de esta caída subyace en el rubro de alimentación. Aquellos turistas que vienen a la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos o que viene por motivos de negocios o actividades profesionales gastan \$23 y \$80 más respectivamente, en comparación con el mismo trimestre del año 2018. Estos en los rubros de alojamiento, alimentación, transporte y/o diversiones.

Aquellos visitantes que vinieron por participar de congresos y conferencias presentaron un incremento en su gasto mediano durante la estancia. Toda esta dinámica de desmejoras en ciertos grupos y mejora en otros hace que el promedio de gasto mediano durante la estancia en el tercer periodo del año 2019 (\$127.03) sea mayor al obtenido en el mismo periodo 2018 (\$87.35).

Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional

Turista Nacional		Tercer 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	\$29.12	\$36.91	\$58.06	\$2.41	\$11.97	\$16.53	\$155.00	
		2019	\$35.85	\$18.41	\$52.28	\$4.18	\$13.57	\$22.13	\$146.43	
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$1.00	\$13.60	\$26.10	\$0.27	\$4.57	\$4.45	\$50.00	
		2019	\$15.66	\$13.86	\$15.83	\$5.91	\$14.54	\$7.20	\$73.00	
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$33.79	\$27.79	\$44.72	\$0.29	\$2.25	\$6.16	\$115.00	
		2019	\$64.01	\$32.28	\$63.07	\$3.28	\$18.69	\$13.67	\$195.00	
	Congresos, conferencias	2018	\$31.24	\$26.92	\$30.58	\$0.00	\$1.27	\$0.00	\$90.00	
		2019	\$94.17	\$51.93	\$109.77	\$7.96	\$0.00	\$46.16	\$310.00	
	Estudios, investigación	2018	\$14.56	\$17.71	\$14.69	\$0.29	\$2.20	\$1.81	\$51.25	
		2019	\$16.00	\$7.27	\$4.88	\$0.00	\$4.19	\$15.15	\$47.50	
	Tratamiento de salud	2018	\$2.89	\$8.26	\$10.35	\$0.46	\$2.61	\$4.92	\$29.50	
		2019	\$4.79	\$2.78	\$2.09	\$0.00	\$1.04	\$14.31	\$25.00	
	Motivos religiosos	2018	\$1.60	\$4.28	\$6.35	\$0.00	\$0.00	\$5.35	\$17.58	
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	
	Compras o servicios personales	2018	\$8.59	\$16.21	\$11.89	\$0.05	\$0.76	\$1.50	\$39.00	
		2019	\$0.00	\$7.50	\$10.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$18.00	
	Otros	2018	\$55.65	\$34.24	\$111.35	\$0.00	\$0.00	\$52.51	\$253.75	
		2019	\$31.24	\$20.29	\$50.50	\$0.00	\$17.97	\$0.00	\$120.00	
	Total		2018	\$17.10	\$21.85	\$36.00	\$0.64	\$4.70	\$7.05	\$87.35
			2019	\$37.05	\$20.98	\$37.92	\$3.97	\$14.23	\$12.88	\$127.03

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 16: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional

Turista Nacional		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2019	Tercer trimestre 2018	Tercer trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$30.83	\$64.76	\$51.67	\$48.81
	Visita a familiares o amigos	\$13.33	\$26.67	\$16.67	\$24.33
	Negocios, actividades profesionales	\$42.08	\$62.50	\$57.50	\$97.50
	Congresos, conferencias	\$25.00	\$62.50	\$37.67	\$155.00
	Estudios, investigación	\$11.00	\$10.00	\$17.08	\$15.83
	Tratamiento de salud	\$12.50	\$22.75	\$14.75	\$12.50
	Motivos religiosos	\$5.00	\$130.00	\$5.86	\$0.00
	Compras o servicios personales	\$30.00	\$36.25	\$13.00	\$18.00
	Otros	\$11.67	\$40.00	\$126.88	\$40.00
	GLOBAL	\$25.66	\$43.76	\$35.48	\$55.75

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El gasto diario mediano por persona, de turistas nacionales en el tercer trimestre del año 2019 es de \$55.75, valor mayor al reportado en el tercer trimestre del año 2018 (\$35.48). Además, el gasto mediano diario se incrementó un 27.4% respecto al registrado en el segundo trimestre del año 2019 (\$43.76). Aquel turista nacional que viene por participar de congresos o conferencias presenta el mayor gasto diario por persona (\$155), pero se debe recalcar que se trata de un grupo minoritario. Siguen en lista a continuación quienes visitan la ciudad por negocios o actividades, quienes reportan gastos diarios medianos por persona de \$97.50 frente a los \$57.50 registrados en el tercer trimestre de 2018 (Ver Tabla 16). A partir del segundo trimestre del año 2019 se observa un incrementos consecutivos de este indicador respecto a trimestres anteriores.

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

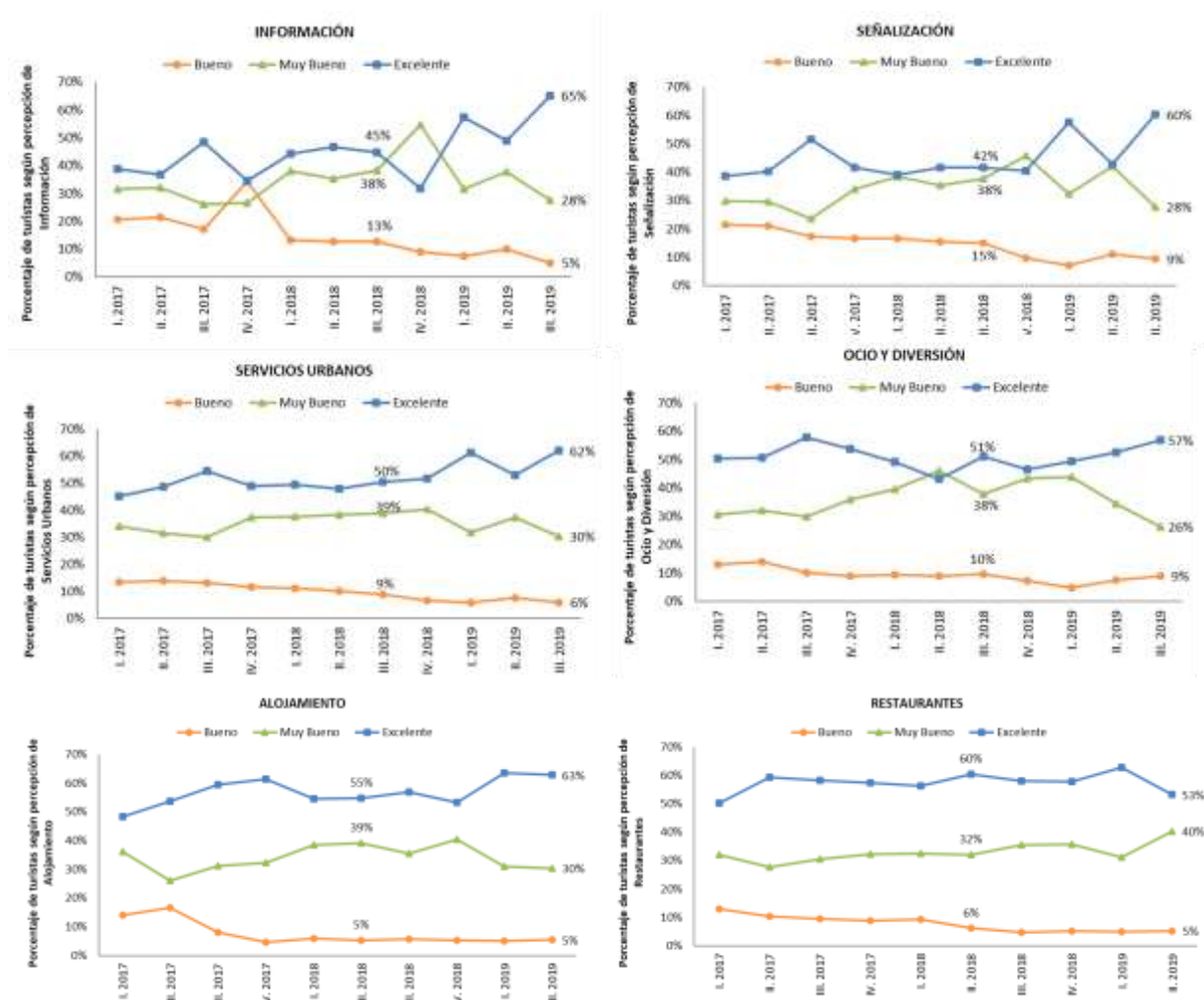
Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del

tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 86.2%, 85.7% y 88.5% respectivamente. Esto es similar a lo obtenido en el tercer parcial del año 2018 (86.6%, 82.4% y 84.1% respectivamente). Esto ubica al destino Cuenca entre aquellas ciudades asequibles y con un alto beneficio por dólar pagado.

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

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes. Estos hallazgos se pueden apreciar en la Ilustración 38. Se aprecia un incremento de turistas nacionales que califican a estos servicios como excelentes, en este parcial frente al mismo periodo en el año 2018. A excepción de los servicios de restaurantes donde hubo una desmejora perceptiva pues hubo un incremento de turistas nacionales que califican este tipo de servicio muy bueno en declive de quienes consideraban que el servicio es excelente.

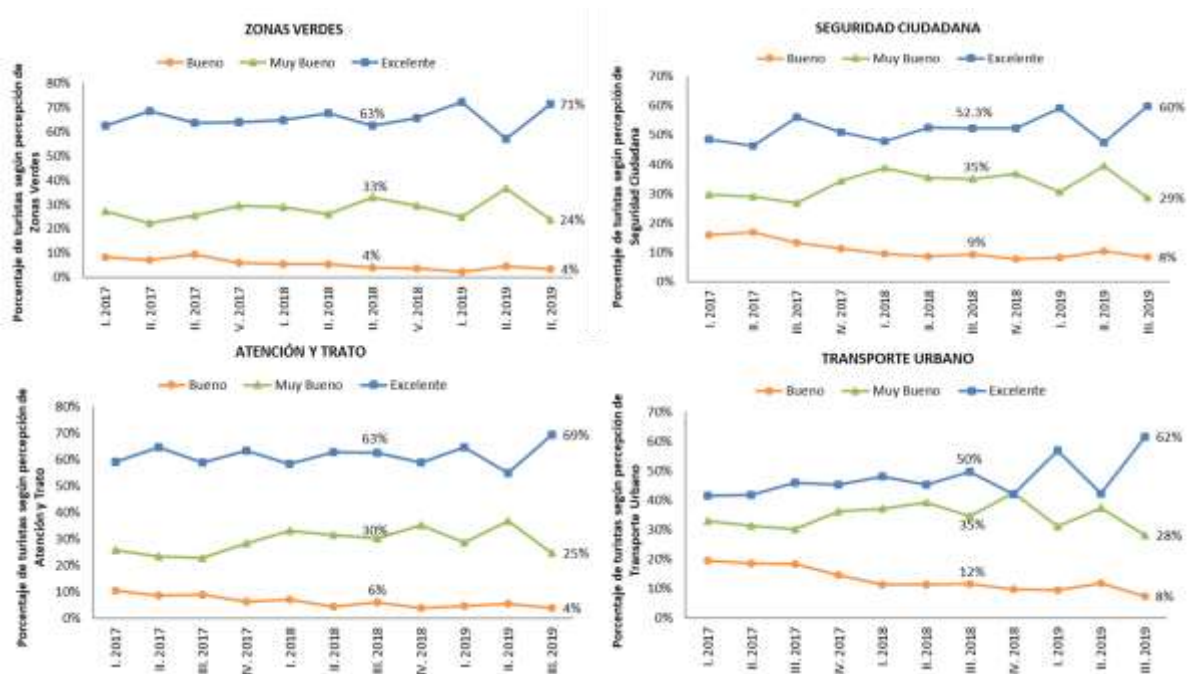
Ilustración 38: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad y una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. Así como en los servicios anteriores, existe una mejora en la proporción de visitantes que califican como excelente a todos los servicios de la ilustración panorámica.

Ilustración 39: 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



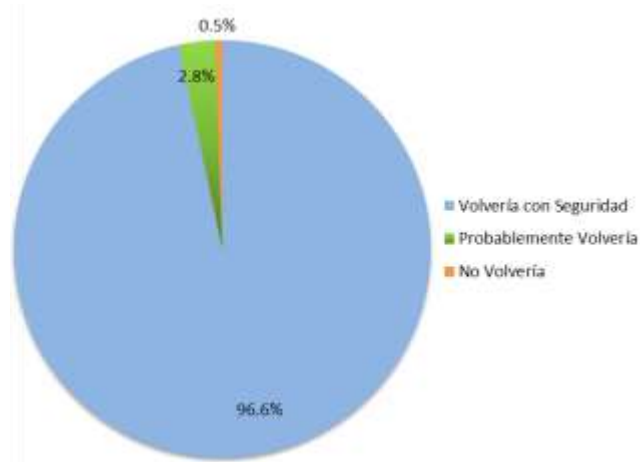
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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.

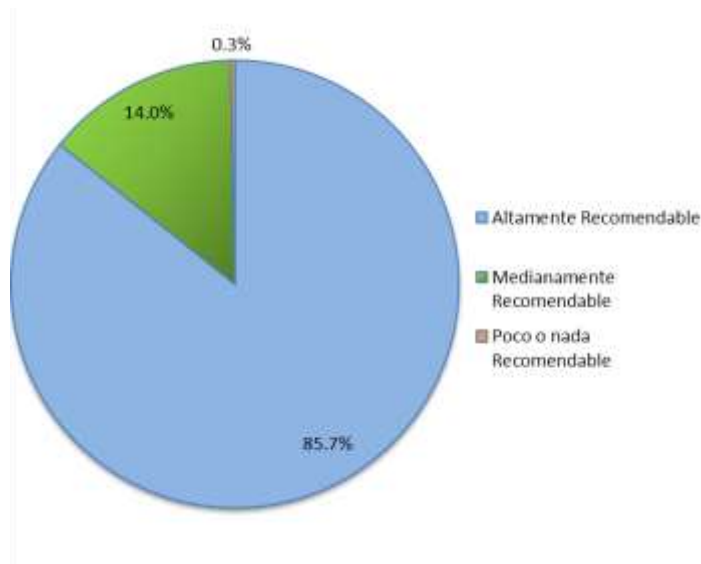
Como se aprecia en las Ilustración 40 e Ilustración 41, alrededor del 96.6% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 2.8% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volverían son solamente el 0.5%, resultado consistente con el reportado en el tercer trimestre del año 2018. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 85.7% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, sin embargo, un 14% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 0.3% la considera como poco o nada recomendable. Esto es congruente con lo reportado tercer trimestre del año 2018.

Ilustración 40: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 41: Recomendabilidad del Destino Cuenca



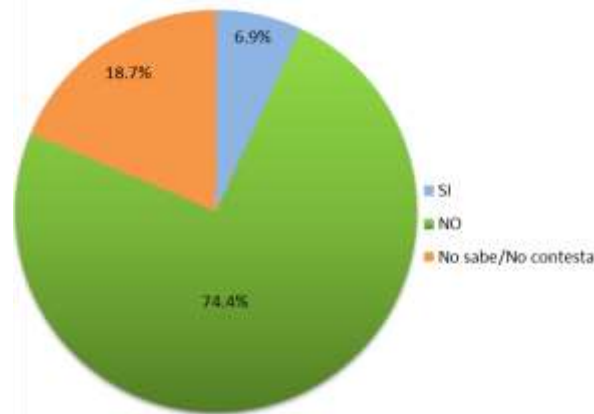
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 34.5% de los turistas nacionales ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que el resto de los visitantes, un 65.5%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad.

Finalmente, en la Ilustración 42, 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 disminuido de 10% en el segundo trimestre de 2019 a 6.9% en el tercer trimestre 2019.

Ilustración 42: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable



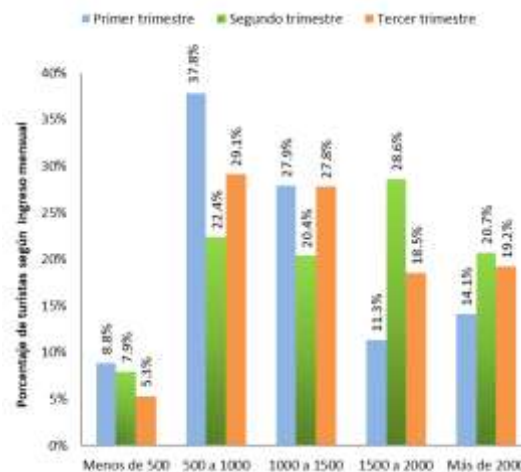
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Según la Ilustración 43, una gran proporción de turistas nacionales presentan ingresos mensuales entre 500 a 1,000 dólares (29.1%). La proporción de turistas nacionales que ganan entre 1,000 a 1,500 dólares es del 27.8%; mientras que aquellos con ingresos entre 1,500 a 2,000 dólares mensuales representan el 18.5%. Un 19.2% de visitantes tienen ingresos de más de 2,000 mensuales; mientras un 5.3% de turistas nacionales reporta percibir menos de 500 dólares. Esto nos da una media de ingresos de 1,336.09 dólares al mes, una mediana de 1,279.76 dólares y una moda de 973.68 dólares.

Esto sugiere que el turista Nacional que visita la ciudad en el trimestre comprendido entre julio y septiembre del año 2019 tiene 9.71% de ingresos más que aquel turista que lo hizo en el tercer trimestre del 2018 (media de \$1,217.83).

Ilustración 43: Ingreso mensual del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

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 julio-septiembre 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 tercer trimestre del año 2019

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero o con familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$195, es decir, un gasto diario por persona de \$97.50.
- b) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$73, es decir, un gasto diario por persona de \$24.33.
- c) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por los atractivos naturales o por su cultura como las fiestas tradicionales, que viajan en familia, solos o en pareja y prefieren alojamiento hotelero u hospedarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$146.43, es decir, un gasto diario por persona de \$48.81.

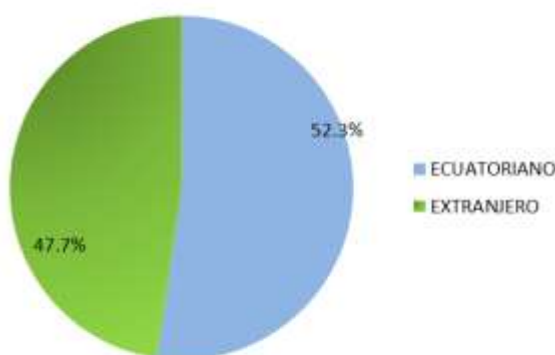
5. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

Como no todos los turistas necesariamente pueden ser relevados en los terminales, es importante contar con mecanismos que permitan aproximar el perfil y el comportamiento de aquellos que vienen directamente también por medios propios, también se realiza una encuesta complementaria en los establecimientos hoteleros con el fin de capturar las preferencias de aquellos que vienen por auto, ya que no es posible el realizar un conteo directo por limitaciones presupuestarias. Así, los resultados para el trimestre julio – septiembre 2019, se ponen a consideración a continuación.

5.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 52.3% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales y un 47.7% son extranjeros. Por lo tanto, existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros entrevistado en establecimiento hotelero frente al 25.5% reportado en el trimestre comprendido entre julio y septiembre del año 2018.

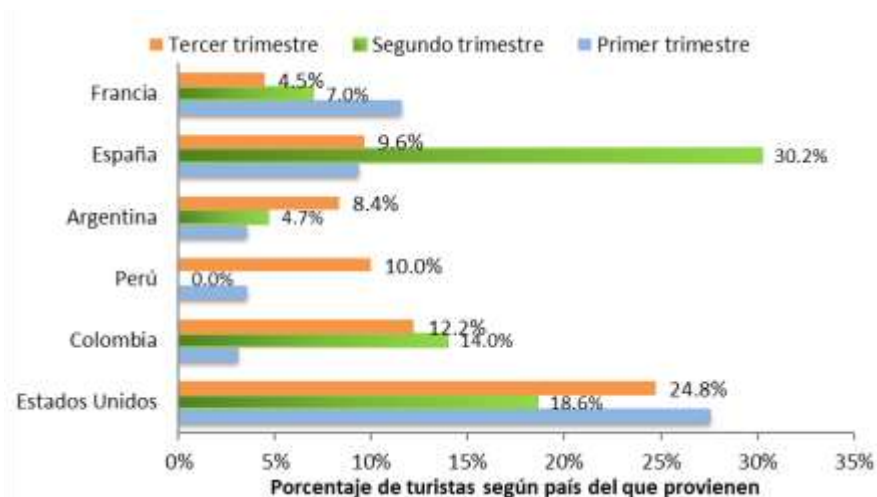
Ilustración 44: Procedencia del Turista en el Hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia una mayor proporción de turistas provenientes de Estados Unidos (24.8%) y una menor de aquellos que provienen de España (9.6%) en comparación con los datos registrados en el segundo trimestre del año 2019. La incidencia de turistas colombianos, peruanos, argentinos y franceses es del 12.2%, 10% y 8.4% respectivamente. (Ver Ilustración 45).

Ilustración 45: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene

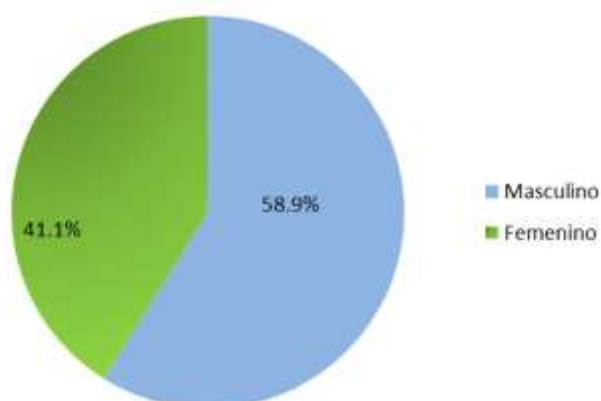


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, las dos principales ciudades de origen de los visitantes hospedados en hoteles continúan siendo Quito (25.2%), y Guayaquil (18.8%). Existe además un 7.6%, 6.5%, y 4.4% de turistas lojanos, machaleños y ambateños respectivamente. El 37.5% 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 tercer trimestre 2019 la proporción de encuestados en hoteles de sexo masculino fue de 58.9% frente a 41.1% de mujeres (Ilustración 46). En el periodo similar del año 2018 la proporción estuvo compuesta por 67% varones frente a un 33% de mujeres.

Ilustración 46: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero

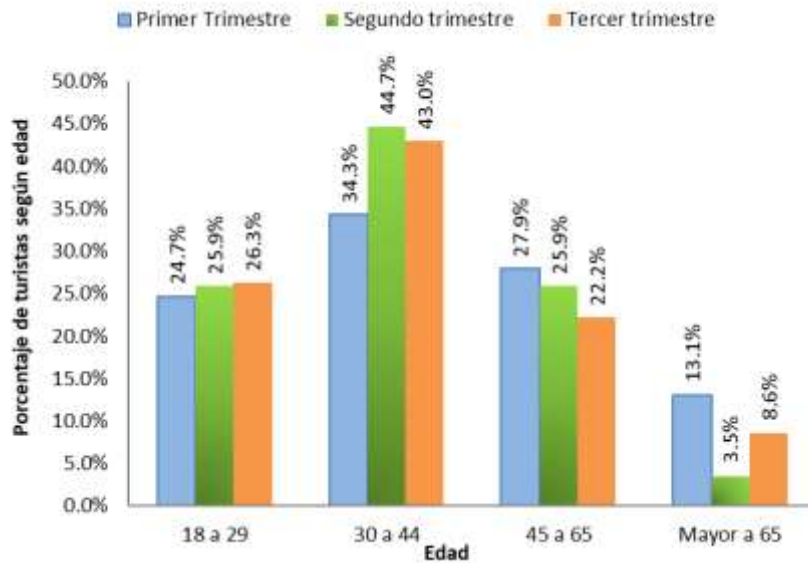


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 47 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros tienen entre 30 a 44 años de edad (43%) el cual es similar al valor obtenido en el trimestre comprendido entre julio y septiembre del 2018 (42.6%). Una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años y entre 45 a 65 años, 26.3% y 22.2%

respectivamente. A diferencia del mismo periodo en el año 2018, donde el segundo grupo mayoritario estuvo compuesto por turistas con edad entre 45 a 65 años (34.6%).

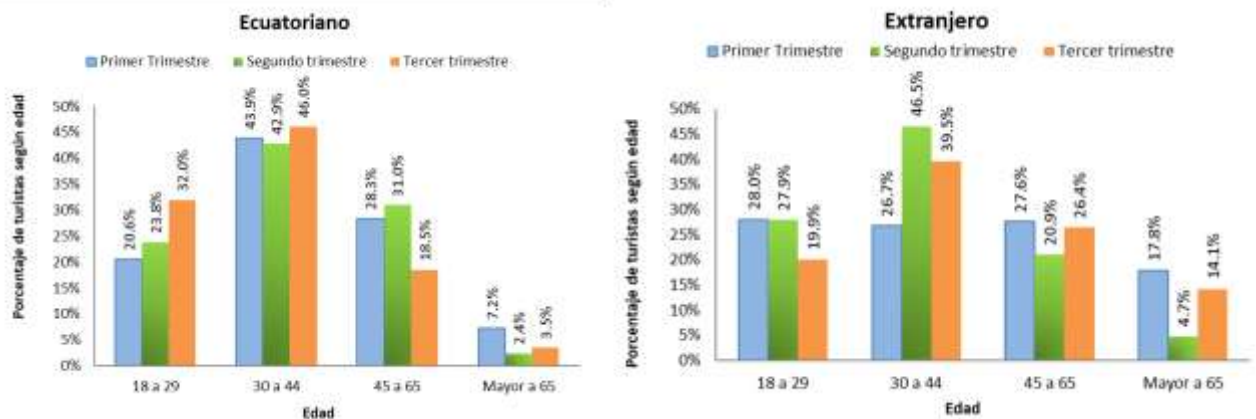
Ilustración 47: Edad del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 48), estas muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre los 30 a 44 años (46%). Este rango etario en el turista extranjero es del 39.5%. Una distinción importante, es que ahora el turista nacional es más joven que aquel que visitó la ciudad en el tercer trimestre del 2018. De igual manera, en el caso de turistas extranjeros, actualmente predominan grupos de visitantes con menor rango etario en relación con el tercer parcial del año 2018; en donde un 47.9% de ellos estaban entre los 45 a 65 años.

Ilustración 48: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

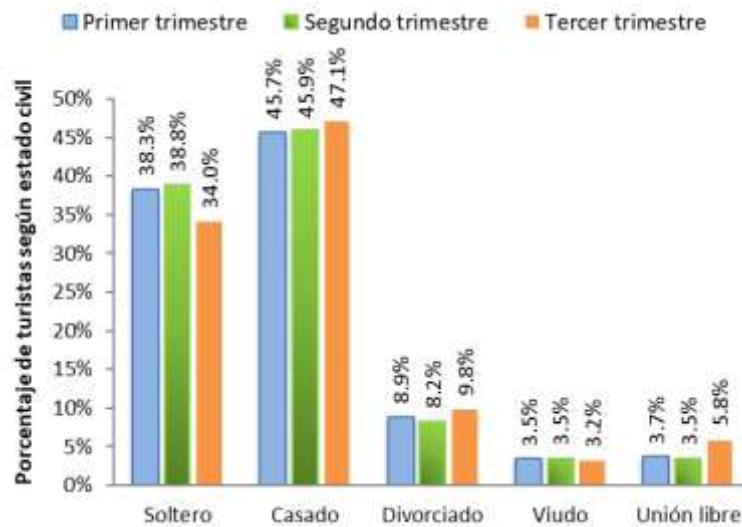


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (47.1%), al igual que en el tercer trimestre del 2018 (52.7%). En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros 34%, valor relativamente similar al obtenido en el tercer parcial del 2018 (31.4%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

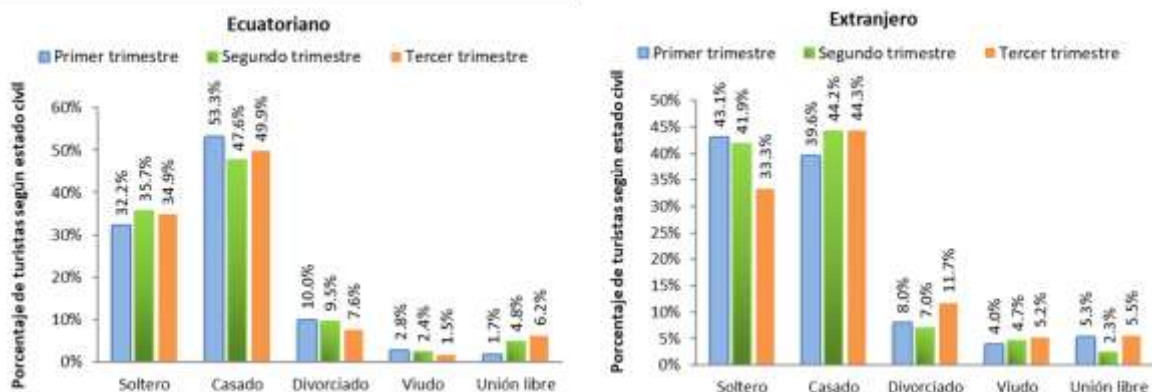
Ilustración 49: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si comparamos las formas de asociación civil observada entre turistas ecuatorianos y extranjeros, en el trimestre actual se aprecia que el visitante nacional y extranjero son mayoritariamente casados (49.9% y 44.3% respectivamente). Además, se registra menor prevalencia de turistas extranjeros solteros respecto al segundo trimestre del 2019.

Ilustración 50: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



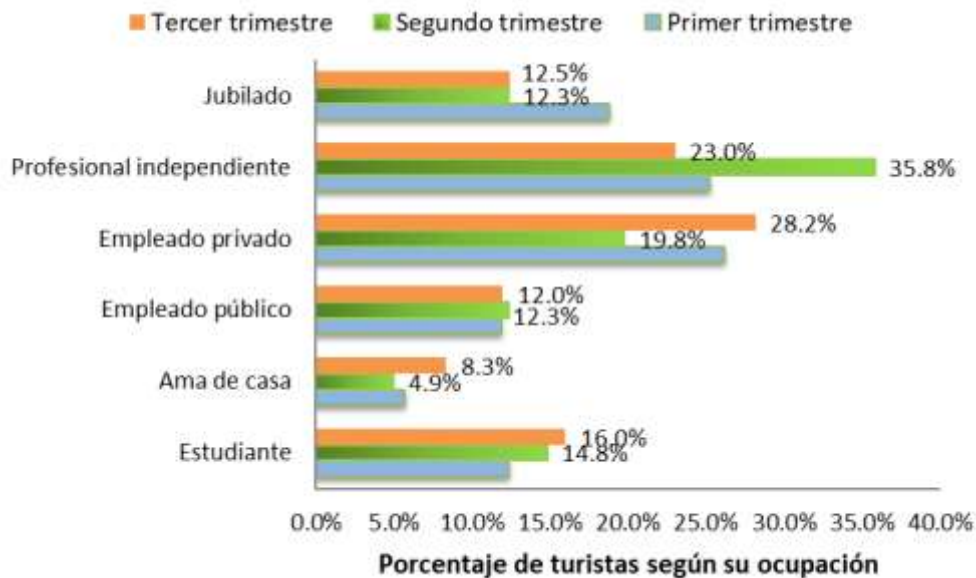
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 51, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados y profesionales independientes, 28.2% y 23% respectivamente. El cambio más notable frente a lo ocurrido en 2018

es la disminución de turistas que laboran como empleados públicos a favor de una mayor representatividad de aquellos jubilados (22.9% y 3.2% respectivamente en el tercer trimestre del 2018).

Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos laboran básicamente como empleados privados (32.5%), profesionales independientes (21.9%), o son estudiantes (17.9%). Mientras que el visitante extranjero trabaja como profesional independiente (24.4%), empleado privado (23.4%) o es jubilado (22.4%).

Ilustración 51: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 52: 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

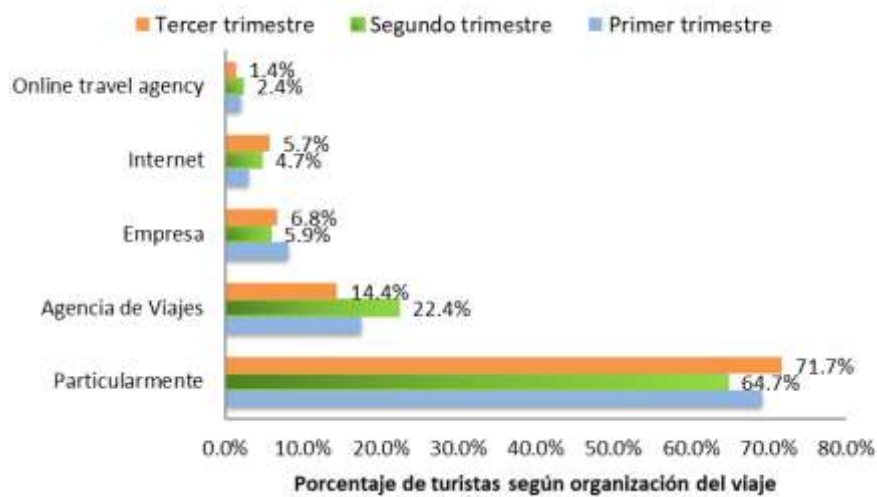
La forma de organización de viaje que predomina entre los turistas que pernoctan en hoteles es el viaje organizado de manera independiente (71.7%). Turistas que organizan su viaje a través de su

empresa o por agencia de viajes alcanzan únicamente el 6.8% y el 14.4%, respectivamente. El uso de internet y de agencias de viaje online es menos de 6% en cada caso (ver Ilustración 53).

Los turistas que se hospedan en hoteles continúan organizado su viaje de manera independiente y ahora también organizan por medio de agencia de viajes en relación con el tercer parcial del año 2018 (70.6% y 7.5% respectivamente).

Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos organizan su viaje de forma particular (85%), o a través de su empresa (9%). Mientras que el turista extranjero la gran mayoría de visitantes organiza su viaje de forma particular (56.8%) y un 27.3% organiza por medio de una agencia de viajes.

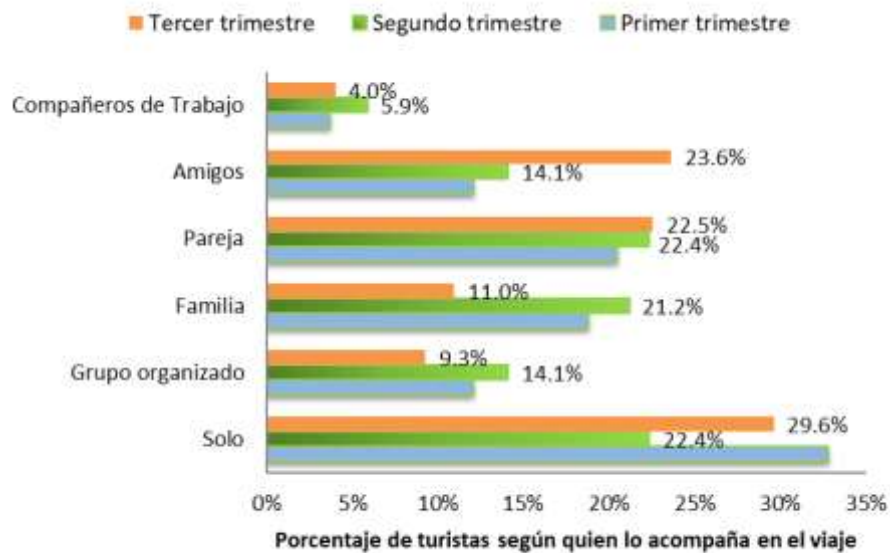
Ilustración 53: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos, con amigos o en pareja (29.6%, 23.6% y 22.5% respectivamente), mientras que en el tercer trimestre del año 2018 los turistas prefirieron viajar solos en una proporción del 31.4%, o en familia (29.8%). En este parcial, los turistas hospedados en hoteles que viajaron a Cuenca en familia son del 11%, y los que viajan con sus compañeros de trabajo representa el 4% del total (ver Ilustración 54).

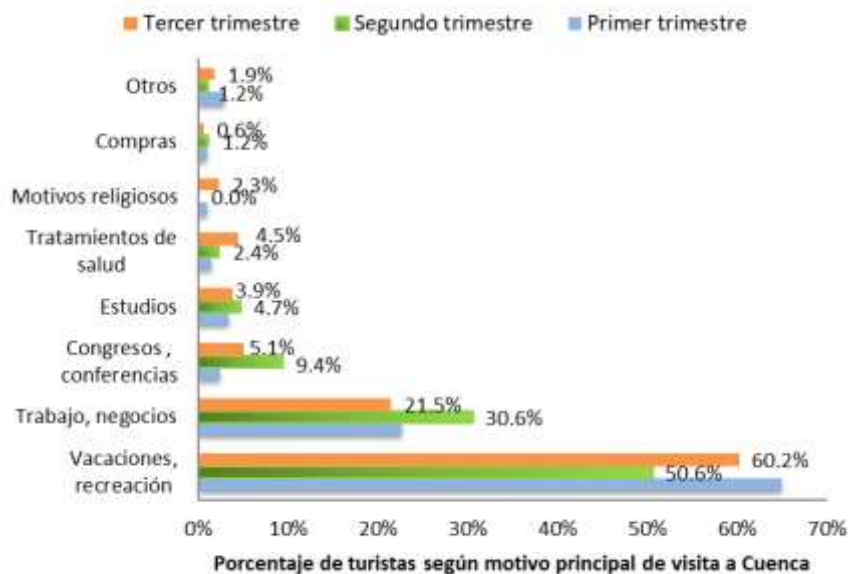
Ilustración 54: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



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 (60.2%) proporción que es 9.7 puntos porcentuales más que el registrado en el tercer trimestre del año 2018 (50.5%). Hay un 21.5% que viene por motivos de trabajo o negocios, valor menor al presentado en el periodo similar del año 2018 (36.7%). La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 6% cada una.

Ilustración 55: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros

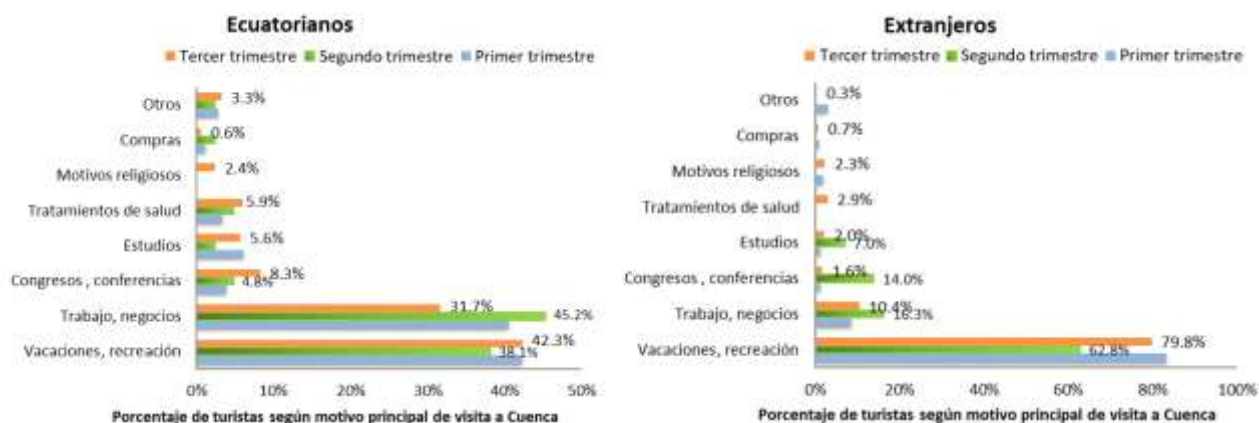


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 56 evidencia un comportamiento disímil en cuanto al motivo principal del viaje, entre los turistas nacionales y los extranjeros hospedados en hoteles. El motivo recreacional explica 4 de

cada 5 visitas de los turistas internacionales, mientras que, para el turismo nacional, solo explica casi 2 de cada 5 visitas. La fuerte proporción de turistas nacionales hospedados en hoteles que visitan la ciudad por trabajo/negocios o estudios es otra de las diferencias fundamentales.

Ilustración 56: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



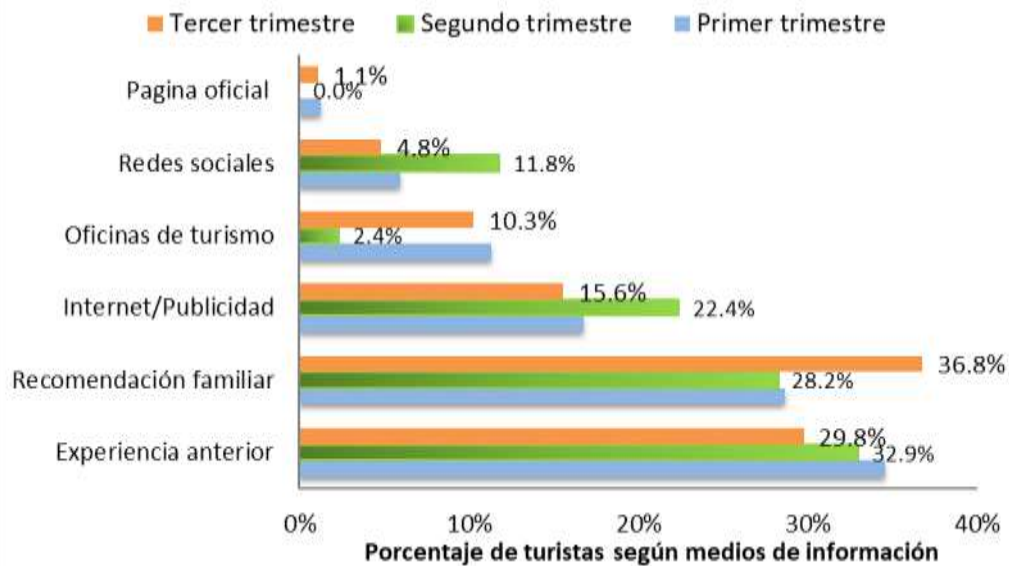
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4. Medios de Información Utilizados

Las experiencias pasadas y las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 66.6% de las fuentes de información sobre la ciudad, utilizadas por el turismo alojado en hoteles. Ahora, también el uso de oficinas de turismo, e internet y publicidad es mayor en el trimestre actual (10.3% y 15.6% respectivamente) en relación con el tercer trimestre del año del año 2018 (5.3% y 9.6% respectivamente). El uso de redes sociales y páginas oficiales es mínimo o nulo ya que representa menos del 5% del total en cada caso. (Ver Ilustración 57).

En el caso particular de los turistas ecuatorianos, éstos continúan basando su información acerca de la ciudad en experiencias anteriores (47.3%), y un porcentaje menor en recomendaciones familiares (33.5%). Para el turista extranjero, en cambio, la fuente principal, por largo, sigue siendo la recomendación de familiares/amigos (40.2%) (Ver anexo 10).

Ilustración 57: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



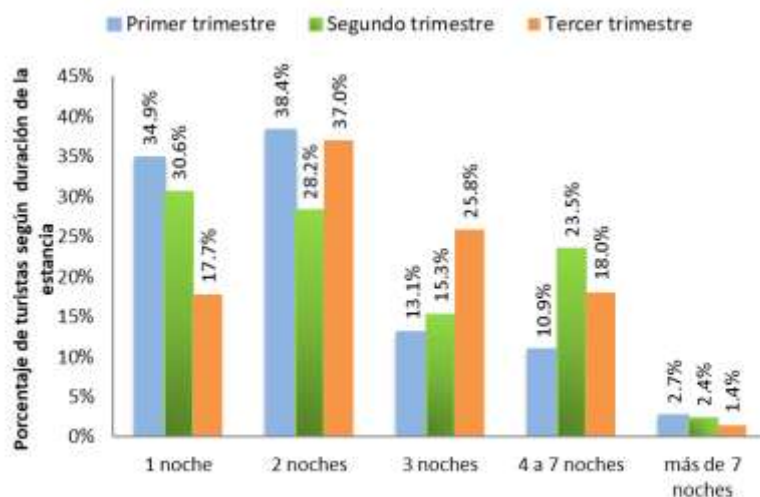
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5. Duración de la Estancia

En la Ilustración 58 se revela que en el trimestre actual, el 37% de los turistas hospedados en hoteles pernoctó dos noches, mientras que 25.8% lo hizo por tres noches. Quienes se hospedan solamente una noche representan el 17.7% del total de visitantes. Resultados que son congruentes a lo registrado en el mismo parcial del año 2018.

Se encontró además que 82.4% de los visitantes que abandonan el hotel indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento; solamente 17.6% reveló que se quedará noches adicionales en otro establecimiento, siendo la más común la respuesta una noche extra.

Ilustración 58: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles

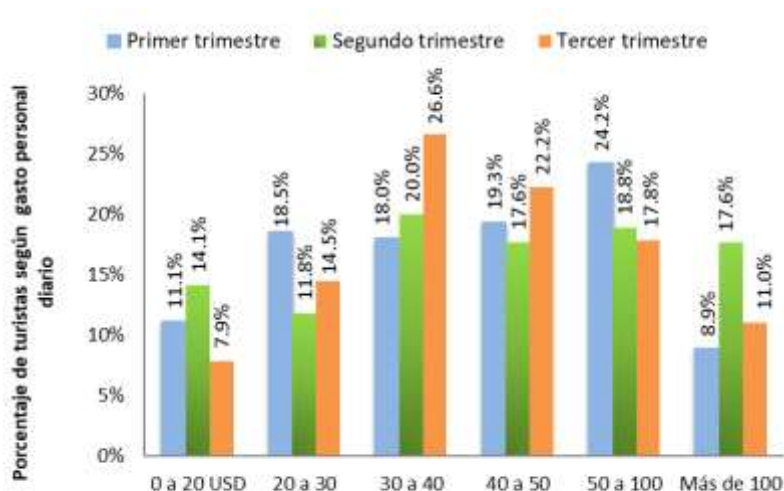


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 59 revela el patrón de gasto del turista hospedado en hoteles, para el tercer trimestre 2019. Se observa que en 2019 la mayor proporción de turistas gastó diariamente entre 30 a 40 dólares durante la estadía (26.6%); otro tanto (22.2%) erogó entre 40 y 50 dólares. Se observa un incremento de alrededor de 8.5 puntos porcentuales en la proporción que gastan diariamente un valor entre 30 a 40 dólares en comparación con el tercer trimestre 2018 (18.1%), en detrimento del grupo de turistas que erogan un monto entre 50 a 100 dólares que fue del 23.4% en el periodo en comparación.

Ilustración 59: Gasto Personal Diario durante la estadía

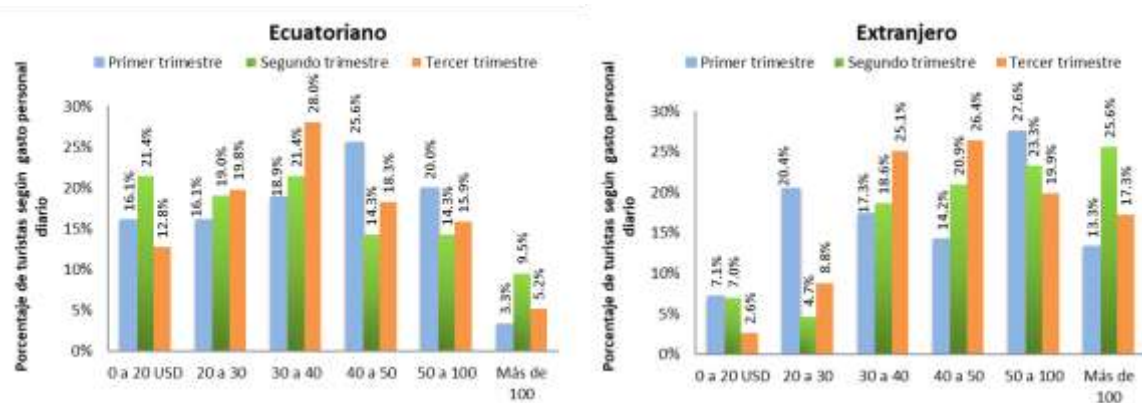


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 60 se puede apreciar un comportamiento en forma de montículo en la distribución del gasto del turista nacional, mientras que la distribución del gasto del turista extranjero presenta cierta aglomeración a la derecha de la distribución.

Se obtuvo un promedio ponderado del gasto, resultando que los visitantes ecuatorianos gastaron en el tercer trimestre 2019 aproximadamente \$USD 42.39, frente al extranjero que gastó \$USD58.73. El gasto promedio ponderado del turista nacional es menor al presentado en el tercer trimestre del año 2018 (\$USD 47.71), mientras que en el caso del turista extranjero el gasto fue mayor respecto a su periodo similar 2018 (\$USD 49.48).

Ilustración 60: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista

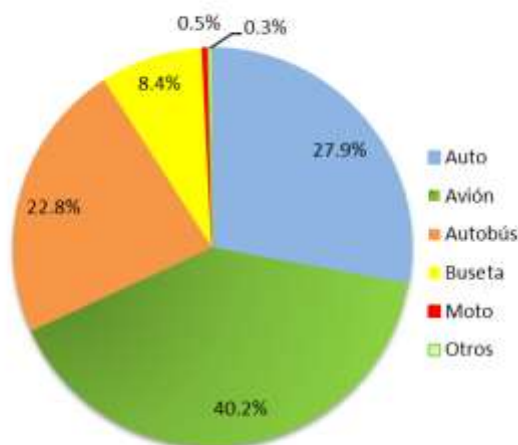


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.7. Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en establecimiento hotelero, 40.2% llegó a la ciudad utilizando avión, y un 27.9% vino en auto. Aquellos que utilizaron autobús o buseta corresponden al 22.8% y 8.4%, respectivamente. Es interesante notar que el auto como medio de transporte, disminuye de manera importante su participación, pasando de 42.4% a 27.9%, entre los terceros trimestres de 2018 y 2019.

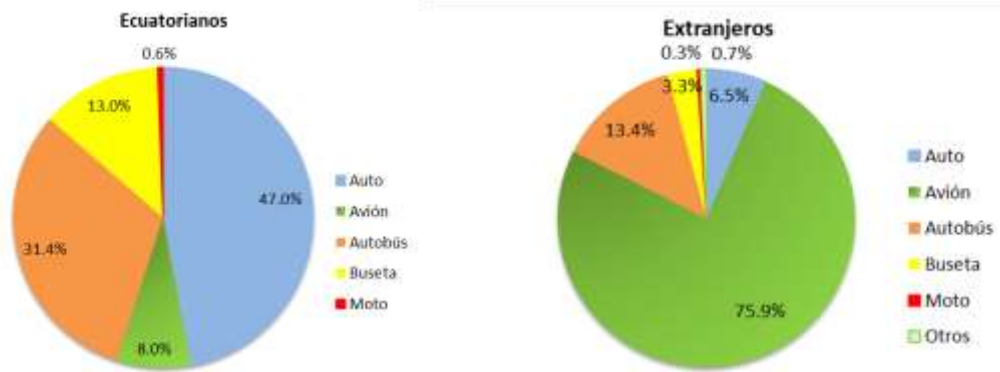
Ilustración 61: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



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 62), la mayoría de turistas nacionales utilizó auto para visitar la ciudad (47%) y un 31.4% usó autobús; mientras que un 75.9% de los turistas extranjeros llegaron en avión y un 13.4% en autobús.

Ilustración 62: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

6. La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

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

En la Tabla 17 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 17: 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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Es importante señalar que la recolección de información se realiza por medio aplicación de encuestas online. La Tabla 18 resume el número de encuestas realizadas durante cada mes en el periodo enero-septiembre 2019. En promedio, el número de establecimientos relevados al mes es de 42, lo que implica un 20% respecto al catastro.

Tabla 18: Origen de los datos relevamiento: enero-septiembre 2019

Mes	Encuestas online
Enero	47
Febrero	41
Marzo	41
Abril	44
Mayo	46
Junio	37
Julio	47
Agosto	32
Septiembre**	42
TOTAL	377

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 19 se presenta el tamaño y la distribución de la muestra, por tipo de alojamiento, en el periodo enero-septiembre 2019. Cabe anotar que el mes de septiembre es un dato semidefinitivo.

Tabla 19: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-septiembre 2019

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre **
Hotel Cinco estrellas	3	3	3	2	1	2	2	2	2
Hotel Cuatro estrellas	3	3	2	4	2	2	6	4	3
Hotel Tres estrellas	12	9	9	9	11	6	8	6	9
Hotel Dos estrellas	8	5	7	7	5	6	5	4	4
Hostal Tres estrellas	3	5	5	5	8	7	7	5	7
Hostal Dos estrellas	7	6	6	7	7	4	8	3	7
Hostal Una estrellas	8	6	6	7	9	7	7	5	6
Hosterías	1	2	2	1	2	2	3	2	2
Categoría única	2	2	1	2	1	1	1	1	2
TOTAL	47	41	41	44	46	37	47	32	42

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 hostales¹².

¹² Se excluye de este análisis pensiones y hosterías, debido fundamentalmente a que la muestra obtenida para estas categorías es muy pequeña, y puede acarrear incluso problemas con la confidencialidad de la información individual. Los cambios en el catastro también en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re-categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

6.1.1. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 20 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 66.4% y 75.7% en el tercer trimestre, siendo el promedio de 72.4%. La proporción de huéspedes extranjeros fue mayor en el mes de agosto (33.6%) en el periodo enero – septiembre 2019.

Tabla 20: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Total

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$ 32.2	\$ 34.1	\$ 30.1	\$ 32.1	\$ 31.2	\$ 29.6	\$ 31.4	\$ 30.8	\$ 37.4	\$ 38.4	\$ 29.9	\$ 35.2
Porcentaje de huéspedes nacionales	70.3%	72.0%	73.4%	71.9%	73.2%	76.1%	69.3%	72.8%	75.1%	66.4%	75.7%	72.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	29.7%	28.0%	26.6%	28.1%	26.8%	23.9%	30.7%	27.2%	24.9%	33.6%	24.3%	27.6%
Tasa de ocupación	30.2%	38.3%	33.5%	34.0%	31.2%	31.4%	31.2%	31.3%	38.8%	41.0%	34.5%	38.1%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

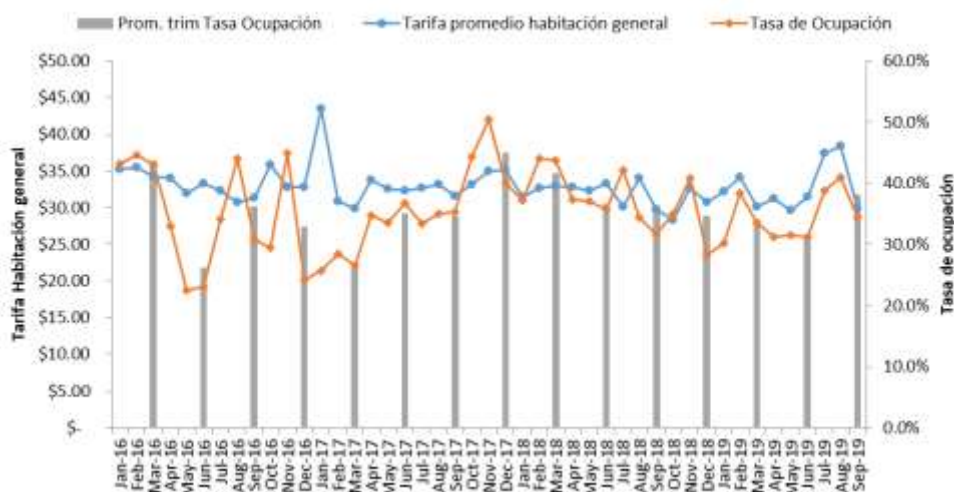
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la tasa de ocupación, la ciudad registró una ocupación mensual promedio en el tercer trimestre de 38.1%; esta tasa es ligeramente mayor a la registrada en el mismo periodo 2018 (36%), y al observado en el segundo trimestre 2019 (31.3%). En el mes de agosto se registró la mayor tasa de ocupación hotelera (41%) del periodo enero-septiembre 2019.

Con respecto a la tarifa promedio de una habitación general, ha oscilado entre \$29.9 y \$38.4 en el trimestre actual, registrando un valor promedio de \$35.2, en el periodo de estudio, este indicador muestra un incremento respecto al tercer trimestre 2018 (\$31.3) y segundo parcial 2019 (\$30.8).

De acuerdo a la Ilustración 63, los indicadores obtenidos para la categoría Total se ven muy estables a lo largo del tiempo, sin embargo, éstos tienden a fluctuar más cuando se los calcula por categoría de establecimiento hotelero, como se verá en los siguientes acápite.

Ilustración 63: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.2. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

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

Tabla 21: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría cinco estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$ 106.5	\$ 98.9	\$ 101.8	\$ 102.4	\$ 111.0	\$ 144.0	\$ 115.0	\$ 123.3	\$ 117.5	\$ 131.0	\$ 112.9	\$ 120.5
Porcentaje de huéspedes nacionales	69.8%	72.4%	67.3%	69.8%	57.8%	32.1%	54.7%	48.2%	74.9%	57.2%	66.2%	66.1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	30.2%	27.6%	32.7%	30.2%	42.2%	67.9%	45.3%	51.8%	25.1%	42.8%	33.8%	33.9%
Tasa de ocupación	44.8%	50.8%	44.7%	46.8%	48.6%	30.5%	37.9%	39.0%	53.4%	62.8%	57.2%	57.8%

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 66.1% al mes en el trimestre actual, siendo el mes de mayo el que presenta el mayor porcentaje de huéspedes extranjeros (67.9%) de todo el periodo analizado. Por otro lado, la proporción de huéspedes extranjeros es más baja durante el mes de julio (25.1%) (ver Tabla 21).

La tarifa promedio de una habitación general varió entre \$112.9 y \$131, mientras que el promedio fue de \$120.5. Este rubro es similar respecto a la tarifa promedio registrada durante el segundo trimestre 2019 (\$123.3), y es 8.85% mayor al promedio mensual en el tercer trimestre 2018 (USD\$ 110.7). La Tabla 21 muestra que la mayor tarifa en este periodo enero-septiembre 2019, se dio en el mes de mayo y agosto.

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 57.8% durante el trimestre analizado, valor que es menor al nivel de ocupación promedio mensual en el tercer parcial 2016, 2017 y 2018 (35.3%, 53.8% y 49.4% respectivamente). En promedio, los niveles de ocupación en el trimestre comprendido entre julio y septiembre 2019 son 18.8 puntos porcentuales más que en el segundo parcial del año 2019. Fue en el mes de agosto donde se observó la mayor tasa de ocupación (62.8%) en todo el periodo analizado, lo que puede estar relacionado con la época de periodo vacacional de la región sierra del país (ver Tabla 21).

De acuerdo a la Ilustración 64 se observa un incremento de la tarifa de una habitación general que alcanza su segundo mayor pico en el mes de mayo 2019 en el periodo enero 2016 a septiembre 2019, lo que está acompañado de una caída en la tasa de ocupación hotelera con respecto a trimestres anteriores, no obstante en el tercer trimestre las tasas de ocupación incrementan igualando niveles observados en el primer trimestre del año 2016.

Ilustración 64: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.3. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

En general este grupo de establecimientos mantiene tasas de ocupación y tarifas que son menores a los de cinco estrellas. En cuanto al origen de los huéspedes, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 34.9%, que es similar al registrado en hoteles cinco estrellas. Esta proporción es 7.1 puntos porcentuales por debajo de la observada en el trimestre anterior. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de marzo en todo el periodo analizado.

Tabla 22: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Cuatro Estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$53.9	\$53.2	\$57.5	\$54.9	\$59.1	\$57.7	\$57.6	\$58.1	\$64.4	\$57.4	\$52.3	\$58.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	40.3%	49.9%	30.8%	40.3%	66.7%	63.3%	44.0%	58.0%	67.9%	66.4%	60.9%	65.1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	59.7%	50.1%	69.2%	59.7%	33.3%	36.7%	56.0%	42.0%	32.1%	33.6%	39.1%	34.9%
Tasa de ocupación	34.9%	49.1%	39.5%	41.2%	43.5%	46.9%	32.2%	40.8%	52.7%	61.0%	57.8%	57.2%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$52.3 y USD \$64.4, lo que dio un promedio de USD \$58 al mes en el trimestre actual (ver Tabla 22). La comparación interanual de la tarifa promedio en esta categoría de establecimientos ha incrementado en 11.32% respecto al tercer trimestre 2018 (\$52.1).

Al igual que en el caso de hoteles cinco estrellas, el mes de agosto presentó mayor tasa de ocupación en el periodo enero-septiembre 2019 (61%). Además de la tarifa, la tasa de ocupación promedio mensual en el trimestre actual (57.2%) es mayor respecto a los niveles presentados en años anteriores, 39.4%; 30.5%; y 48.8% en el mismo trimestre de los años 2016, 2017, y 2018 respectivamente.

De acuerdo a la Ilustración 65, los niveles de ocupación promedio mensual entre el segundo y tercer trimestre 2019, incrementa significativamente en 16.4 puntos porcentuales, en este periodo se observa los mayores niveles de ocupación en todo el periodo enero 2016- septiembre 2019.

Ilustración 65: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.4. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

A diferencia de las dos categorías analizadas previamente, en los hoteles de tres estrellas el porcentaje de huéspedes extranjeros es bastante bajo en relación al total de huéspedes. En la Tabla 23 vemos que este porcentaje fue en promedio de 20.1% al mes, pero mayor respecto al segundo trimestre del año. Este comportamiento se vuelve la norma a partir de esta categoría.

Tabla 23: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría: tres estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$ 36.6	\$ 37.2	\$ 29.1	\$ 34.3	\$ 34.4	\$ 28.7	\$ 28.9	\$ 30.7	\$ 37.5	\$ 30.8	\$ 28.9	\$ 32.4
Porcentaje de huéspedes nacionales	76.5%	80.5%	91.8%	82.9%	87.4%	86.2%	93.8%	89.1%	85.1%	65.1%	89.6%	79.9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	23.5%	19.5%	8.2%	17.1%	12.6%	13.8%	6.2%	10.9%	14.9%	34.9%	10.4%	20.1%
Tasa de ocupación	19.0%	25.6%	23.9%	22.8%	25.3%	24.1%	18.9%	22.8%	30.2%	42.3%	31.7%	34.7%

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 \$32.4, valor relativamente similar que la tarifa promedio mensual presentado en el segundo trimestre \$30.7. Al igual que en las categorías anteriores, en la categoría hoteles tres estrellas el nivel de ocupación ha incrementado significativamente en 11.9 puntos porcentuales en el trimestre actual (34.7%) en comparación con el segundo parcial (22.8%).

De acuerdo a la Ilustración 66, a pesar de la estabilidad de la tarifa de una habitación general, la tasa de ocupación de este tipo de establecimiento hotelero sufre un desplome desde el mes de noviembre del año 2017, pero a partir de enero 2019 parece recuperarse.

La tarifa de una habitación general en el tercer trimestre 2019 es similar al registrado en el mismo parcial 2018, pero los niveles de ocupación presentan una mejora respecto al tercer trimestre 2018, de hecho, existe un incremento de 8.7 puntos porcentuales.

Ilustración 66: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.5. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En la Tabla 24 se puede revisar la ocupación, los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 24: Indicadores de oferta enero- septiembre: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.1	\$ 21.8	\$ 21.7	\$ 22.2	\$ 22.8	\$ 22.1	\$ 15.3	\$ 20.1	\$ 22.3	\$ 29.1	\$ 17.2	\$ 22.9
Porcentaje de huéspedes nacionales	74.2%	47.0%	70.7%	63.9%	72.4%	69.8%	64.9%	69.1%	66.0%	57.4%	64.8%	62.8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	25.8%	53.0%	29.3%	36.1%	27.6%	30.2%	35.1%	30.9%	34.0%	42.6%	35.2%	37.2%
Tasa de ocupación	32.5%	35.5%	32.2%	33.4%	27.5%	24.0%	34.8%	28.8%	25.4%	27.4%	35.7%	29.5%

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 37.2%. 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% en todo el periodo analizado.

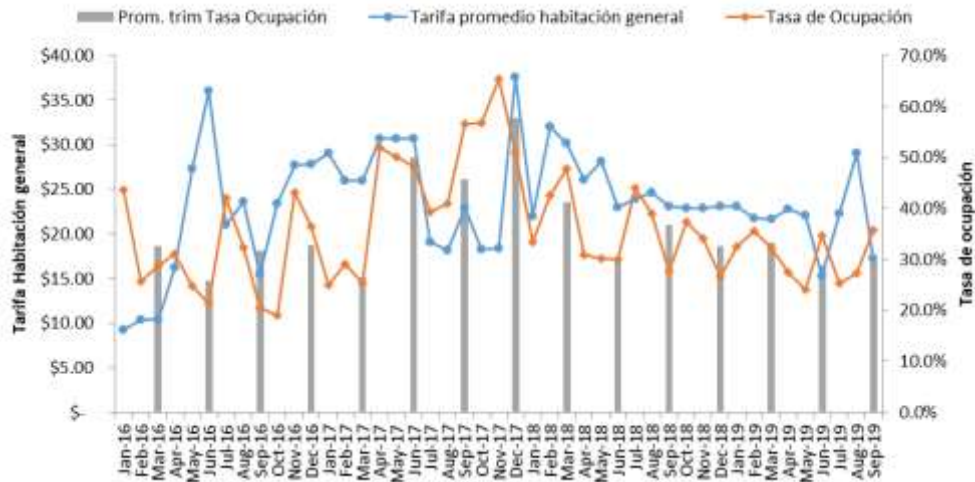
La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$22.9 dólares en el trimestre comprendido entre julio y septiembre 2019. Este rubro es relativamente similar al observado en el tercer trimestre 2017 y 2018 (USD \$20 y \$23.9 respectivamente), al igual que en el segundo trimestre 2019 (USD \$20.1).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio de 29.5% al mes, por lo que presenta niveles similares de ocupación con respecto al

segundo parcial 2019 (28.8%) pero menor a su similar 2017 y 2018 (45.6% y 36.8% respectivamente).

De acuerdo a la Ilustración 67, la tarifa de una habitación general muestra estabilidad a partir de junio 2018 cuyos valores fluctúan entre 22 y 24 dólares. Pero a partir de junio 2019 los valores empiezan a fluctuar. Por otra parte, la tasa de ocupación muestra el mismo patrón de variación a partir de enero 2018, con ligero sesgo hacia la baja.

Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.6. Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales

Hostales Tres Estrellas

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

Tabla 25: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

INDICADORES	Meses				Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril		mayo	junio	julio		agosto	septiembre **		
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.6	\$ 26.6	\$ 23.5	\$ 24.6	\$ 25.2	\$ 22.7	\$ 24.2	\$ 24.0	\$ 26.6	\$ 29.1	\$ 23.7	\$ 26.5	
Porcentaje de huéspedes nacionales	60.8%	60.7%	83.0%	68.2%	68.4%	76.7%	72.7%	72.6%	64.5%	65.4%	70.6%	66.8%	
Porcentaje de huéspedes extranjeros	39.2%	39.3%	17.0%	31.8%	31.6%	23.3%	27.3%	27.4%	35.5%	34.6%	29.4%	33.2%	
Tasa de ocupación	30.5%	38.3%	44.2%	37.7%	44.5%	36.3%	39.3%	40.0%	35.9%	42.6%	32.1%	36.9%	

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 33.2%. Resulta interesante notar que esta proporción está alrededor de 13.1 puntos porcentuales por encima de la observada en los establecimientos de

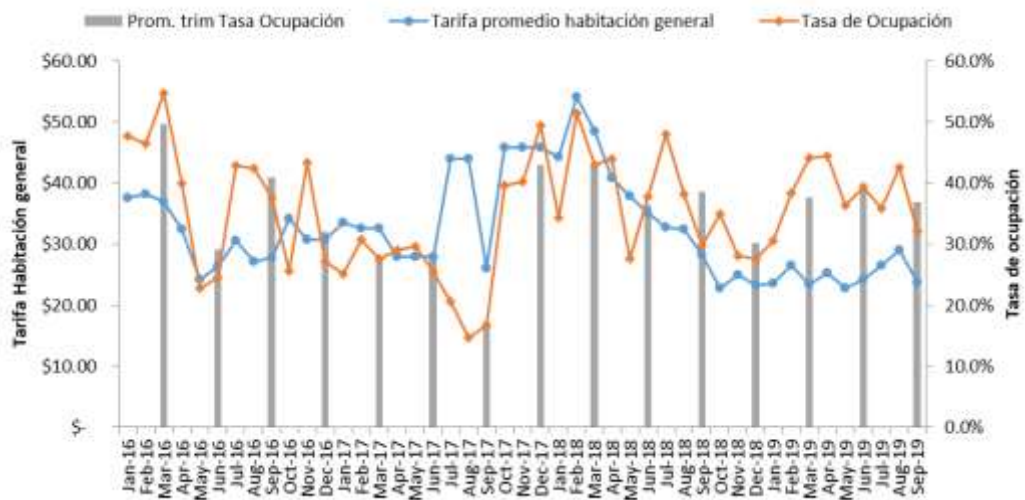
hoteles tres estrellas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en los meses de enero y febrero.

La tarifa de una habitación general, podemos ver que en promedio ésta fue de USD \$26.5 en promedio mensual. Este rubro, sufre una caída del 14.79% respecto al registrado en el periodo comprendido entre julio y septiembre 2018 (\$USD 31,1). La tarifa promedio de esta categoría en el trimestre actual es ligeramente mayor a la tarifa de la categoría hotel dos estrellas.

Con respecto a la tasa de ocupación, en promedio mensual es de 36.9% en el parcial analizado, valor que es solamente 1.8 puntos porcentuales menos que en trimestre comprendido entre julio y septiembre 2018 (38.7%). Esta categoría presenta menores tasas de ocupación en el trimestre actual en relación al segundo trimestre del mismo año.

De acuerdo a la Ilustración 68, a partir de marzo 2018 sufre un desplome consecutivo en la tarifa de una habitación general, hasta octubre 2018, desde entonces, el indicador se mantiene estable con pequeñas variaciones en un rango de 22.9 a 29.1 dólares.

Ilustración 68: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - septiembre 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 26 se puede revisar la ocupación, los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 26: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre **	
Tarifa promedio habitación general	\$ 20.1	\$ 18.0	\$ 15.4	\$ 17.8	\$ 16.9	\$ 19.4	\$ 19.6	\$ 18.6	\$ 19.2	\$ 21.4	\$ 15.7	\$ 18.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	54.3%	83.9%	64.2%	67.5%	73.2%	86.1%	51.5%	70.2%	82.2%	40.7%	83.1%	68.7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	45.7%	16.1%	35.8%	32.5%	26.8%	13.9%	48.5%	29.8%	17.8%	59.3%	16.9%	31.3%
Tasa de ocupación	40.9%	54.0%	37.1%	44.0%	26.7%	39.1%	27.0%	30.9%	38.0%	42.7%	33.4%	38.1%

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 categoría hotel tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 31.3%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de agosto.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$18.8, tres dólares más que en el tercer trimestre 2018 (\$15.8).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio al mes de 38.1%, ocupación que es mayor respecto al segundo trimestre (30.9%). Esta categoría hotelera mantiene una ocupación relativamente similar al registrado en el mismo periodo 2017 y 2018 (38.8% y 37% respectivamente).

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

Ilustración 69: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - septiembre 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 14.3% 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 mayo.

Tabla 27: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Hostales Una Estrella

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre**	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17.1	\$ 20.2	\$ 16.8	\$ 18.0	\$ 19.9	\$ 26.5	\$ 26.4	\$ 24.2	\$ 21.2	\$ 19.8	\$ 23.1	\$ 21.4
Porcentaje de huéspedes nacionales	86.5%	83.3%	89.6%	86.5%	86.3%	82.0%	83.7%	84.0%	83.2%	87.0%	86.8%	85.7%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	13.5%	16.7%	10.4%	13.5%	13.7%	18.0%	16.3%	16.0%	16.8%	13.0%	13.2%	14.3%
Tasa de ocupación	30.0%	33.0%	32.1%	31.7%	30.7%	31.9%	24.4%	29.0%	37.1%	29.5%	30.3%	32.3%

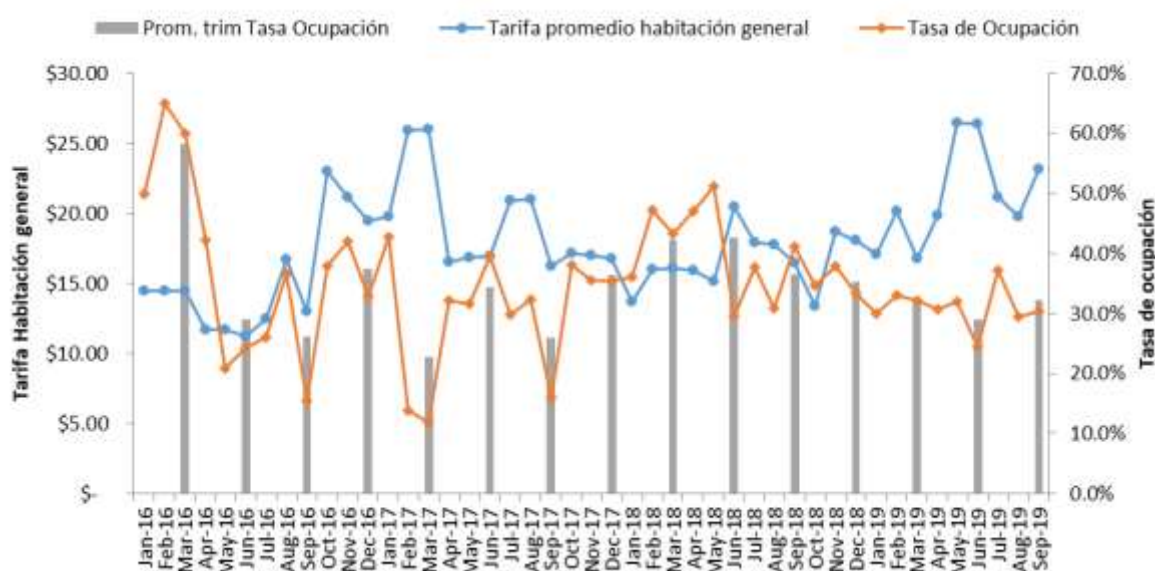
Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$19.8 y USD \$23.1, registrando un promedio de USD \$21.4 al mes, tarifa que es mayor al presentado en el tercer trimestre 2018 (USD \$17.4), esto implica un crecimiento de 22.99%. Con respecto a la tasa de ocupación, fue de 32.3% en promedio mensual en el trimestre analizado, valor que es 4.3 puntos porcentuales menos respecto al mismo parcial 2018.

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

Ilustración 70: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - septiembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.1.7. Tarifa RevPar

La tarifa RevPar se refiere a la renta que se obtiene por habitación disponible y significa Revenue Per Available Room (Renta Por Habitación Disponible). En esta ocasión se usó la fórmula de los ingresos totales del establecimiento (ventas) de alojamiento dividido para el número total de habitaciones disponibles.

Tabla 28: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos

Enero - septiembre 2019

Categoría establecimiento	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*		abril	mayo	junio		julio	agosto	septiembre**	
Total	\$ 10.5	\$ 14.0	\$ 11.3	\$ 11.9	\$ 11.2	\$ 9.4	\$ 10.0	\$ 10.2	\$ 14.7	\$ 19.3	\$ 12.6	\$ 15.5
Hotel Cinco estrellas	44.78	49.23	44.07	\$ 46.0	\$ 50.7	\$ 44.1	\$ 51.8	\$ 48.8	\$ 57.3	\$ 80.2	\$ 55.5	\$ 64.3
Hotel Cuatro estrellas	\$ 19.2	\$ 24.6	\$ 24.4	\$ 22.7	\$ 27.0	\$ 25.3	\$ 18.3	\$ 23.5	\$ 31.7	\$ 33.7	\$ 28.8	\$ 31.4
Hotel Tres estrellas	\$ 6.3	\$ 11.6	\$ 7.2	\$ 8.4	\$ 11.1	\$ 8.2	\$ 7.9	\$ 9.1	\$ 12.6	\$ 15.8	\$ 10.7	\$ 13.0
Hotel Dos estrellas	\$ 8.4	\$ 8.1	\$ 7.1	\$ 7.8	\$ 6.8	\$ 4.2	\$ 7.0	\$ 6.0	\$ 7.6	\$ 9.5	\$ 8.2	\$ 8.4
Hostal Tres estrellas	\$ 10.1	\$ 11.1	\$ 15.9	\$ 12.4	\$ 9.6	\$ 10.3	\$ 7.5	\$ 9.1	\$ 10.4	\$ 15.5	\$ 10.8	\$ 12.2
Hostal Dos estrellas	\$ 6.9	\$ 9.0	\$ 5.8	\$ 7.2	\$ 5.1	\$ 6.9	\$ 4.9	\$ 5.7	\$ 8.0	\$ 8.8	\$ 6.7	\$ 7.9
Hostal Una estrella	\$ 5.9	\$ 7.4	\$ 5.7	\$ 6.3	\$ 5.3	\$ 5.7	\$ 4.7	\$ 5.2	\$ 8.0	\$ 6.2	\$ 5.0	\$ 6.4

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 \$64.3 y \$31.4, respectivamente, durante el periodo analizado. Para las demás categorías los valores disminuyen sensiblemente, llegando a \$13 para hoteles tres estrellas y \$8.4 para hotel dos estrellas. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$12.2. En promedio los hostales dos estrellas presentan una tarifa RevPar con un valor de 7.9 dólares y los hostales una estrella tiene la tarifa más baja de todas las categorías (6.4 dólares en promedio mensual). Todas las categorías registran incrementos en la tarifa RevPar respecto al segundo trimestre 2019, lo que se debe fundamentalmente al incremento en la tasa de ocupación.

Se observa que las categorías de hoteles: cinco, cuatro y tres estrellas incrementan su rentabilidad por habitación en relación al mismo trimestre del año 2018, mostrando respectivamente, un incremento de 27%, 7.7%, y 52.1%. Mientras que las categorías: hotel dos estrellas, hostales tres, dos y una estrella presentaron una desmejora en su rentabilidad, mostrando respectivamente, un decrecimiento de 8.9%, 9.3%, 14.3% y 8.1%; lo que se debe principalmente a menores tasas de ocupación.

7. Anexos

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

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)		
	Primer trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre
Terminales	908	742	662
Aeropuerto	606	602	626
Hoteles	405	85	654
Total	1919	1429	1942

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

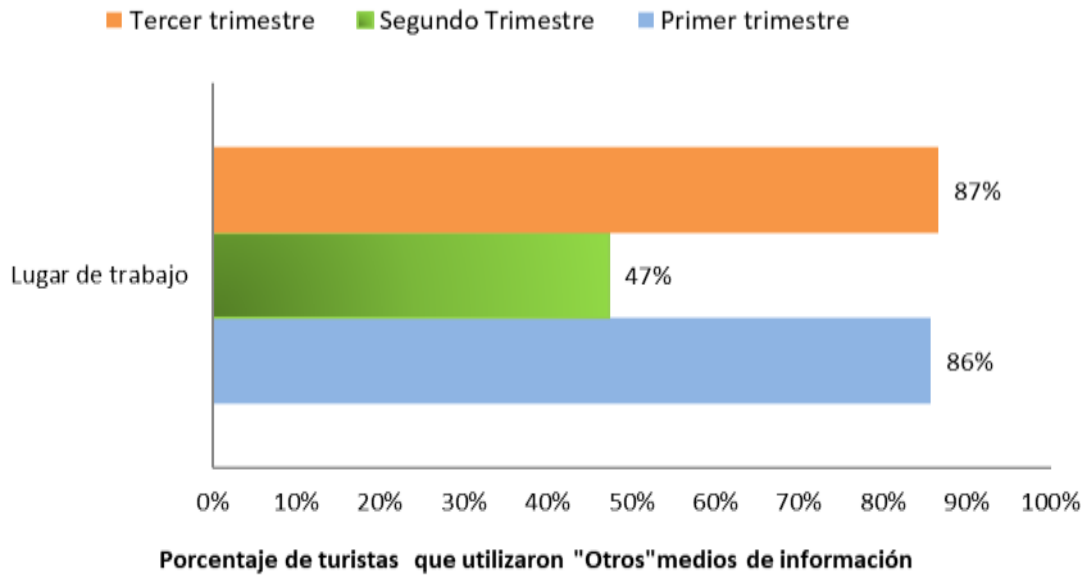
Tabla 29: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero

Turista Extranjero	Motivo de visita				
	Recreación	Visita Familiares	Negocios	Otros motivos	Total
EEUU	36.62%	42.25%	12.68%	8.45%	100.00%
Colombia	25.93%	25.93%	44.44%	3.70%	100.00%
Alemania	72.73%	18.18%	9.09%	0.00%	100.00%
España	47.62%	23.81%	28.57%	0.00%	100.00%
Perú	21.43%	28.57%	28.57%	21.43%	100.00%
Argentina	42.86%	14.29%	28.57%	14.29%	100.00%
Canadá	62.50%	0.00%	37.50%	0.00%	100.00%
Francia	91.30%	2.17%	4.35%	2.17%	100.00%
Italia	0.00%	0.00%	66.67%	33.33%	100.00%
Chile	50.00%	25.00%	25.00%	0.00%	100.00%
Venezuela	8.70%	52.17%	34.78%	4.35%	100.00%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

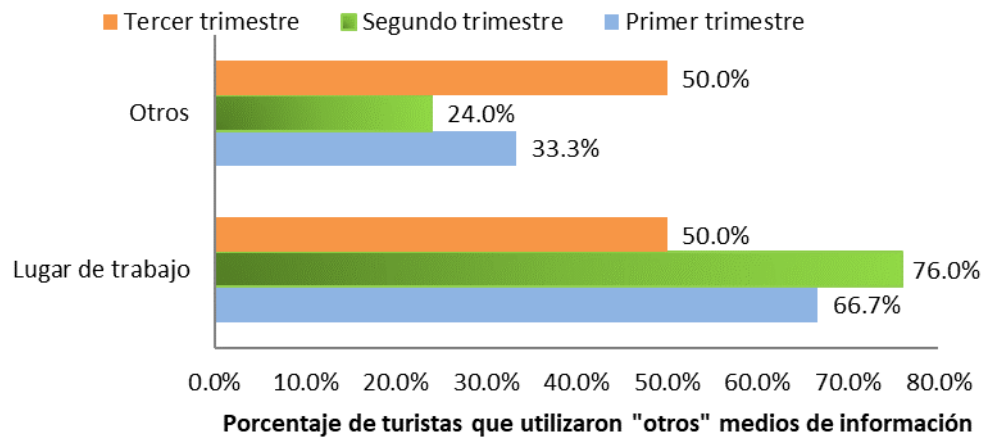
ANEXO 3: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 71: Medios de Información "Otros" utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 72: 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 30: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero

Turista Extranjero		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?					Total	
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS		TRABAJO
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	42.9%	7.6%	11.8%	31.8%	5.3%	0.6%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	3	59.2%	1.3%	22.4%	14.5%	2.6%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	3	63.4%	5.6%	9.9%	5.6%	0.0%	15.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	100.0%
	Estudios, investigación	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	3	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	3	80.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	3	51.9%	6.0%	13.1%	21.2%	3.9%	3.9%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 31: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional

Turista Nacional		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	23.5%	3.1%	41.8%	20.4%	9.2%	2.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	3	60.4%	0.3%	32.7%	4.6%	2.0%	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	3	73.7%	2.5%	4.7%	3.1%	0.8%	15.1%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	47.4%	0.0%	21.1%	5.3%	10.5%	15.8%	100.0%
	Estudios, investigación	3	75.0%	2.5%	15.0%	1.3%	5.0%	1.3%	100.0%
	Tratamiento de salud	3	41.5%	0.0%	48.8%	9.8%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	3	71.4%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	3	61.7%	1.6%	22.2%	5.6%	2.6%	6.3%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero

Turista Extranjero		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIO EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	77.6%	1.8%	11.2%	8.8%	N/D	0.6%	100.0%
	Visita a familiares o	3	15.8%	6.6%	73.7%	3.9%	N/D	0.0%	100.0%
	Negocios, actividades	3	70.4%	7.0%	22.5%	0.0%	N/D	0.0%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%	N/D	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	3	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	N/D	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	3	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	N/D	20.0%	100.0%
	Motivos religiosos	3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	N/D	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Otros	3	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	N/D	20.0%	100.0%
Total	3	60.9%	4.2%	28.4%	5.7%	N/D	0.9%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

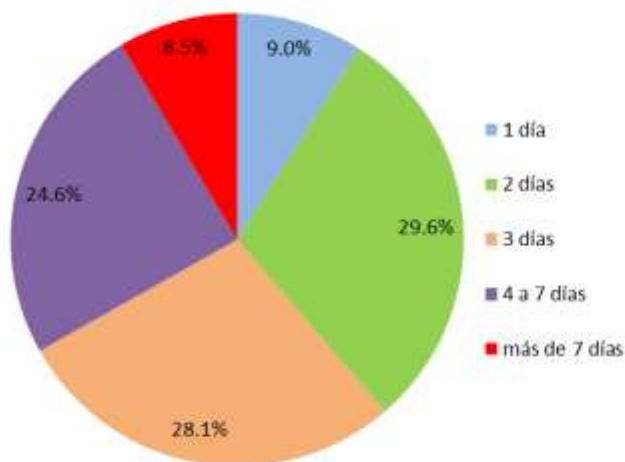
Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

Turista Nacional		Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIO EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	65.3%	2.0%	28.6%	4.1%	0.0%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o	3	7.2%	1.4%	89.9%	1.2%	0.0%	0.3%	100.0%
	Negocios, actividades	3	62.6%	3.1%	32.7%	0.8%	0.8%	0.0%	100.0%
	Congresos, conferencias	3	73.7%	0.0%	26.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	3	11.3%	15.0%	70.0%	2.5%	1.3%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	3	23.8%	0.0%	69.0%	2.4%	4.8%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	3	57.1%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	3	36.8%	3.2%	57.9%	1.5%	0.6%	0.1%	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 73: 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 34: 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		
	Tercer trimestre 2018	Tercer trimestre 2019	Diferencia 2019-2018	Promedio tercer trimestre 2018	Promedio tercer trimestre 2019	Diferencia* 2019-2018
Hotel Cinco estrellas	23.2%	23.4%	0.1%	\$ 110.7	\$ 120.5	\$ 9.8
Hotel Cuatro estrellas	20.7%	30.5%	9.8%	\$ 52.1	\$ 58.0	\$ 5.9
Hotel Tres estrellas	13.2%	10.6%	-2.6%	\$ 33.7	\$ 32.4	(\$ 1.3)
Hotel Dos estrellas	12.7%	7.0%	-5.8%	\$ 23.9	\$ 22.9	(\$ 1.0)
Hostal Tres estrellas	7.1%	11.0%	4.0%	\$ 31.1	\$ 26.5	(\$ 4.7)
Hostal Dos estrellas	9.6%	9.3%	-0.2%	\$ 15.8	\$ 18.8	\$ 3.0
Hostal Una estrella	8.0%	3.7%	-4.3%	\$ 17.4	\$ 21.4	\$ 4.0
Total**	100.0%	100.0%		\$ 31.3	\$ 35.2	\$ 4.0

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 35: Perfil del Turista Extranjero

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	40.5%	10.4%
	30 a 44 años	42.5%	37.0%
	45 a 65 años	15.7%	44.4%
Nivel de Instrucción	Primaria	0.0%	0.7%
	Secundaria	9.7%	4.4%
	Superior	80.5%	80.0%
	Postgrado	9.7%	14.8%
Profesión del Turista Extranjero	Director	1.9%	0.0%
	Técnico Superior	0.0%	1.0%
	Profesional Independiente	76.4%	68.3%
	Servidor público	6.6%	6.7%
	Administración	1.9%	6.7%
	Comerciante	7.5%	10.6%
	Obrero	0.0%	2.9%
	Otros	5.7%	3.8%
Composición núcleo familiar	Vive solo	39.6%	3.0%
	Solo padres e hijos	48.7%	83.0%
	Padres e hijos y otros familiares	11.7%	14.1%

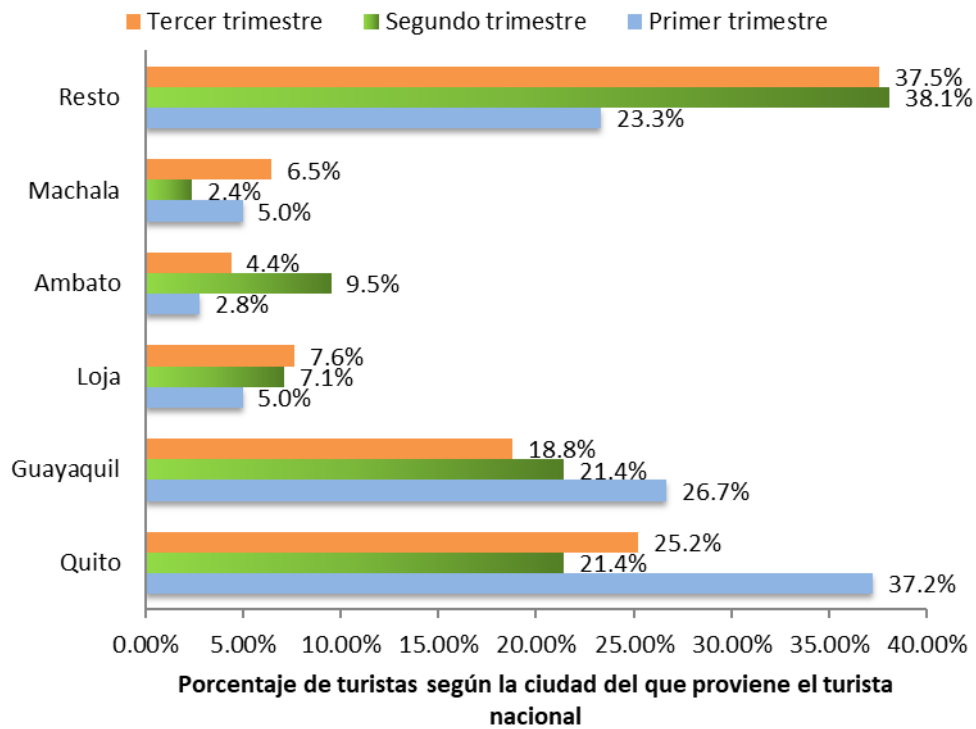
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 36: Perfil del Turista Nacional

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	58.4%	10.6%
	30 a 44 años	30.8%	46.6%
	45 a 65 años	8.5%	39.6%
Nivel de Instrucción	Primaria	1.3%	3.4%
	Secundaria	18.9%	15.6%
	Superior	76.4%	73.8%
	Postgrado	3.4%	7.2%
Profesión del Turista Extranjero	Director	0.3%	4.8%
	Técnico Superior	1.7%	0.6%
	Profesional Independiente	62.9%	55.3%
	Servidor público	12.9%	15.9%
	Administración	3.5%	3.3%
	Comerciante	7.0%	13.2%
	Obrero	2.8%	0.9%
	Otros	8.7%	6.0%
Composición núcleo familiar	Vive solo	21.8%	1.4%
	Solo padres e hijos	66.7%	84.9%
	Padres e hijos y otros familiares	11.5%	13.7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 9: PROCEDENCIA DEL TURISTA NACIONAL POR CIUDAD EN ESTABLECIMIENTO HOTELERO
Ilustración 74: 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 75: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER