

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN ANUAL AÑO 2019

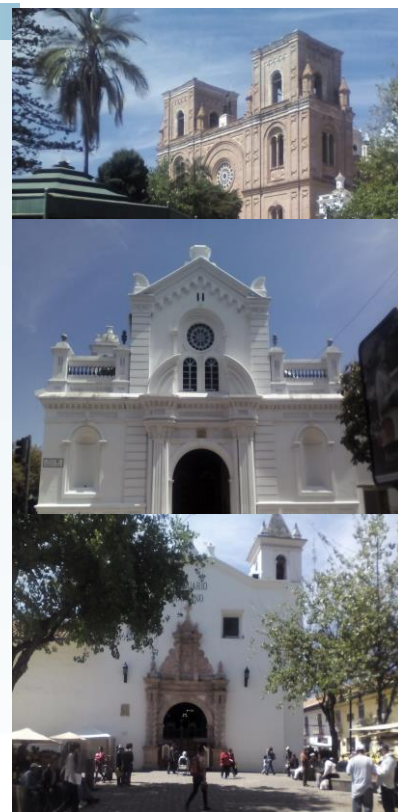
Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Febrero 2020



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda

Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

CONTENIDO

1.	Presentación	9
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	10
2.1	Metodología del Estudio	10
2.1.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	10
2.1.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	11
2.1.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	12
3.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	13
3.1	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal.....	13
3.1.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero.....	13
3.1.2	Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	20
3.1.3	Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	23
3.1.4	La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	24
3.1.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	32
3.1.6	Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	35
4.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	37
4.1.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal	37
4.1.1.	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	37
4.1.2.	Motivación del Turista.....	43
4.1.3.	Organización del Viaje.....	46
4.1.4.	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	48
4.1.5.	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal .	56
4.1.6.	Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca.....	59
5.	Comportamientos y percepciones adicionales de turistas nacionales y extranjeros”	62
5.1.	Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el periodo 2016 - 2019.....	62
5.2.	Factores que impresionaron a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019.	62
5.3.	Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019.....	64
6.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	66

6.1.	Edad, Género y Procedencia	66
6.2.	Estado Civil y Ocupación de Turista	69
6.3.	Organización del Viaje y Motivación	71
6.4.	Medios de Información Utilizados	73
6.5.	Duración de la Estancia	74
6.6.	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	74
6.7.	Medio de transporte utilizado	76
6.8.	Frecuencia de visita.....	77
7.	Estimación de la Demanda de Turistas en la Ciudad de Cuenca	78
7.1.	Estimación de la demanda Turística en un mes típico.....	78
7.2.	Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.....	79
7.3.	Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca para el año 2016, 2017, 2018 y 2019.....	79
7.4.	Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca	81
7.4.1.	Estimación de Impacto del Sector Turístico en la Economía del Cantón Cuenca. ...	82
8.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	84
8.1.	Principales indicadores de oferta turística.....	85
8.1.1.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	86
8.1.2.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	87
8.1.3.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas	88
8.1.4.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	89
8.1.5.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	90
8.1.6.	Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales	91
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	91
	<i>Hostales dos estrellas</i>	92
	<i>Hostales una estrella</i>	93
8.1.7.	Tarifa RevPar	94
8.2.	Indicadores de oferta anuales.....	95
8.2.1.	Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior	95
8.2.2.	Indicadores de oferta anuales.....	96

8.2.3.	Indicadores de oferta anuales: servicios, prestaciones y empleo.....	98
8.2.4.	Número de habitaciones y plazas disponibles	100
9.	Robustez de los resultados del estudio	102
10.	Anexos.....	103

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	13
Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca.....	14
Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene.....	14
Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	15
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	16
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	17
Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	18
Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero.....	19
Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	20
Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	21
Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	22
Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional.....	22
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca.....	23
Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo	23
Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero	25
Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro	29
Ilustración 17: Evolución de la mediana del gasto por persona durante la estancia del turista extranjero.....	31
Ilustración 18: Percepción global sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, 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.....	34
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.....	35
Ilustración 23: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	37
Ilustración 24: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	38
Ilustración 25: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	39
Ilustración 26: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	40
Ilustración 27: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	40
Ilustración 28: Sector Económico en que labora el Turista Nacional.....	41
Ilustración 29: Con quién vive el Turista Nacional	42
Ilustración 30: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	43
Ilustración 31: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca por ciudad .	44
Ilustración 32: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	45
Ilustración 33: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	46
Ilustración 34: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	46
Ilustración 35: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	47
Ilustración 36: Número de Personas en el Grupo	47
Ilustración 37: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional	49
Ilustración 38: Tipo de alojamiento del Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca según ciudad de la que provienen.....	51
Ilustración 39: Composición del gasto total turístico por rubro	54

Ilustración 40: Percepción global sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca, por parte del Turista Nacional	57
Ilustración 41: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	58
Ilustración 42: Recomendabilidad del Destino Cuenca	58
Ilustración 43: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable	59
Ilustración 44: Ingreso mensual del Turista Nacional	60
Ilustración 45: Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca en el año 2016 - 2019	62
Ilustración 46: Factores que impresionaron a los turistas en el año 2016 - 2019	63
Ilustración 47: Factores que haría desistir de una visita futura de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Cuenca	64
Ilustración 48: Factores que haría desistir de una visita futura de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Cuenca “Otros”	65
Ilustración 49: Procedencia del Turista en el Hotel.....	66
Ilustración 50: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	67
Ilustración 51: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	68
Ilustración 52: Edad del turista en el hotel	68
Ilustración 53: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	69
Ilustración 54: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	69
Ilustración 55: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	70
Ilustración 56: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	70
Ilustración 57: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	71
Ilustración 58: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	71
Ilustración 59: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	72
Ilustración 60: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	72
Ilustración 61: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista	73
Ilustración 62: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	73
Ilustración 63: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles	74
Ilustración 64: Gasto Personal Diario durante la estadía	75
Ilustración 65: Gasto Personal Diario durante la estadía por tipo de turista.....	75
Ilustración 66: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	76
Ilustración 67: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista	77
Ilustración 68: Frecuencia de visita del turista en el hotel.....	77
Ilustración 69: Estimación Mensual del Flujo de Turistas a Cuenca en el año 2016, 2017, 2018 y 2019	81
Ilustración 70: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – diciembre 2019.....	87
Ilustración 71: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –diciembre 2019	88
Ilustración 72: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	89
Ilustración 73: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	90
Ilustración 74: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019.....	91

Ilustración 75: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019	92
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019	93
Ilustración 77: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - diciembre 2019	94
Ilustración 78: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2019: Categoría general.....	95
Ilustración 79: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2018: Categoría Hoteles Cinco, Cuatro, Tres y Dos estrellas	96
Ilustración 80: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2019: Categoría Hostales Tres, Dos y Una estrella	96
Ilustración 81: Ingresos promedio mensual: Categoría Hoteles	97
Ilustración 82: Ingresos promedio mensual: Categoría Hostales.....	98
Ilustración 83: Evolución de las Habitaciones disponibles en el año 2016, 2017, 2018 y 2019.....	101
Ilustración 84: Evolución de las plazas disponibles en el año 2016, 2017, 2018 y 2019.....	101
Ilustración 85: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	104
Ilustración 86: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	104
Ilustración 87: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia.....	109
Ilustración 88: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y restaurantes que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	112
Ilustración 89: 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	113
Ilustración 90: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y restaurantes que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	114
Ilustración 91: 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.....	115
Ilustración 92: Turista Nacional por ciudad de procedencia.....	115
Ilustración 93: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros	116

Índice de Tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	19
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	24
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	26
Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero	27
Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	27
Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	28
Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros.....	30
Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo	31
Tabla 9: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	42
Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	48
Tabla 11: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional.....	50
Tabla 12: Duración de la estancia del Turista Nacional.....	52
Tabla 13: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	53

Tabla 14: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional.....	53
Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional	55
Tabla 16: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	56
Tabla 17: Estimación del número de turistas que dejó la ciudad utilizando Bus o Avión en un mes representativo en el año 2019	78
Tabla 18: Estimación de turistas que se alojaron en Establecimiento Hotelero que vinieron en bus, avión o auto propio en un mes representativo del año 2019.....	79
Tabla 19: Estimación de turistas en el Cantón Cuenca en el año 2019.....	80
Tabla 20: Estimación de Ingresos Turísticos en el Cantón Cuenca en el año 2019.....	82
Tabla 21: Estimación de Ingresos Turísticos en el Cantón Cuenca 2016-2017-2018-2019.....	82
Tabla 22: Número total de establecimientos existentes según catastro 2019	84
Tabla 23: Origen de los datos relevamiento: enero-diciembre 2019	84
Tabla 24: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-diciembre 2019.....	85
Tabla 25: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Total	86
Tabla 26: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas	87
Tabla 27: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas.....	88
Tabla 28: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas	89
Tabla 29: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas.....	90
Tabla 30: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas	91
Tabla 31: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas	92
Tabla 32: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella	93
Tabla 33: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	94
Tabla 34: Indicadores de prestación del servicio de televisión en la habitación	98
Tabla 35: Indicadores generales sobre servicios y prestaciones.....	99
Tabla 36: Indicadores de empleo en establecimientos hoteleros	99
Tabla 37: Número de habitaciones y plazas disponibles por mes en el año 2016, 2017, 2018 y 2019	100
Tabla 38: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero	103
Tabla 39: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero.....	105
Tabla 40: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional	106
Tabla 41: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero	107
Tabla 42: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional.....	108
Tabla 43: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el año 2019 de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca.....	109
Tabla 44: Perfil del Turista Extranjero	110
Tabla 45: Perfil del Turista Nacional.....	111

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 del turista – nacional y extranjero- que ha visitado el cantón Cuenca durante el año 2019 y la compara con los resultados obtenidos en el año 2018.

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.

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 años 2016, 2017, 2018 y 2019 poniendo especial énfasis en los resultados del año 2019.

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

3. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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

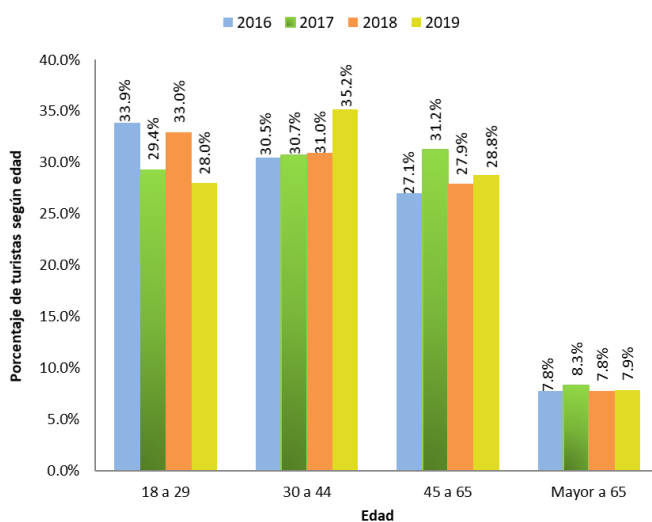
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Una de las variables que se considera como fundamental para la formulación tipológica del turista es el rango etario. Como se aprecia en la Ilustración 1, en el año 2019 se registra una mayor densidad de visitantes en las edades comprendidas entre los 30 y 44 años (35.2%) en relación al año 2018, donde hubo mayor presencia de visitantes jóvenes cuyo un rango de edad oscila entre 18-29 años (33% en el año 2018). La proporción de visitantes con edad entre 45 y 65 años o más de 65 años mantiene proporciones similares a los años anteriores.

En el año 2019, los visitantes extranjeros tenían una edad promedio de 40.5 años. La mediana y la moda de la edad es de 36 y 25 años respectivamente.

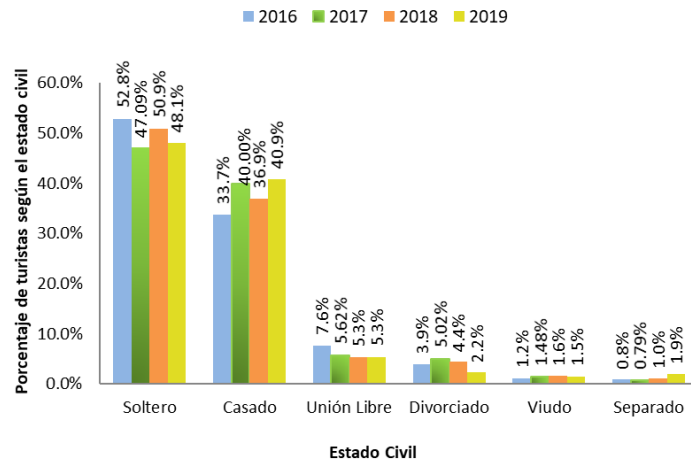
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar en la Ilustración 2, al igual que lo observado en años anteriores, los resultados evidencian una mayor presencia de visitantes extranjeros de estado civil solteros (48.1%). Aproximadamente el 40.9% de los visitantes extranjeros son casados y la proporción restante corresponde a otras formas de asociación civil. Se observa una disminución de turistas extranjeros solteros y una mayor presencia de aquellos que son casados, en relación a lo reportado en años anteriores.

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



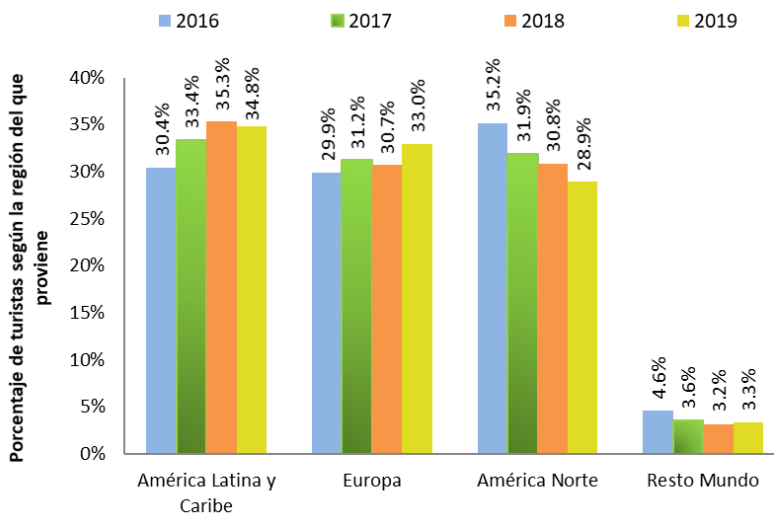
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género del turista, el relevamiento del año 2019 arrojó una proporción de visitantes mujeres con el 47.68%, versus un 52.32% de hombres, resultado que es similar en comparación con lo observado para los años 2016, 2017 y 2018, con una proporción de turistas mujeres de 48.1%, 46.21% y 48.49% respectivamente.

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 este año, hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de América Latina (34.8%). El segundo lugar lo ocupan quienes provienen de Europa (33%). Se observa ligeros incrementos progresivos año tras año de turistas que provienen de América Latina, lo que está acompañado de disminuciones progresivas de visitantes norteamericanos. Los turistas provenientes del resto del mundo siguen representando una fracción baja (3.3%) (ver Ilustración 3).

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene

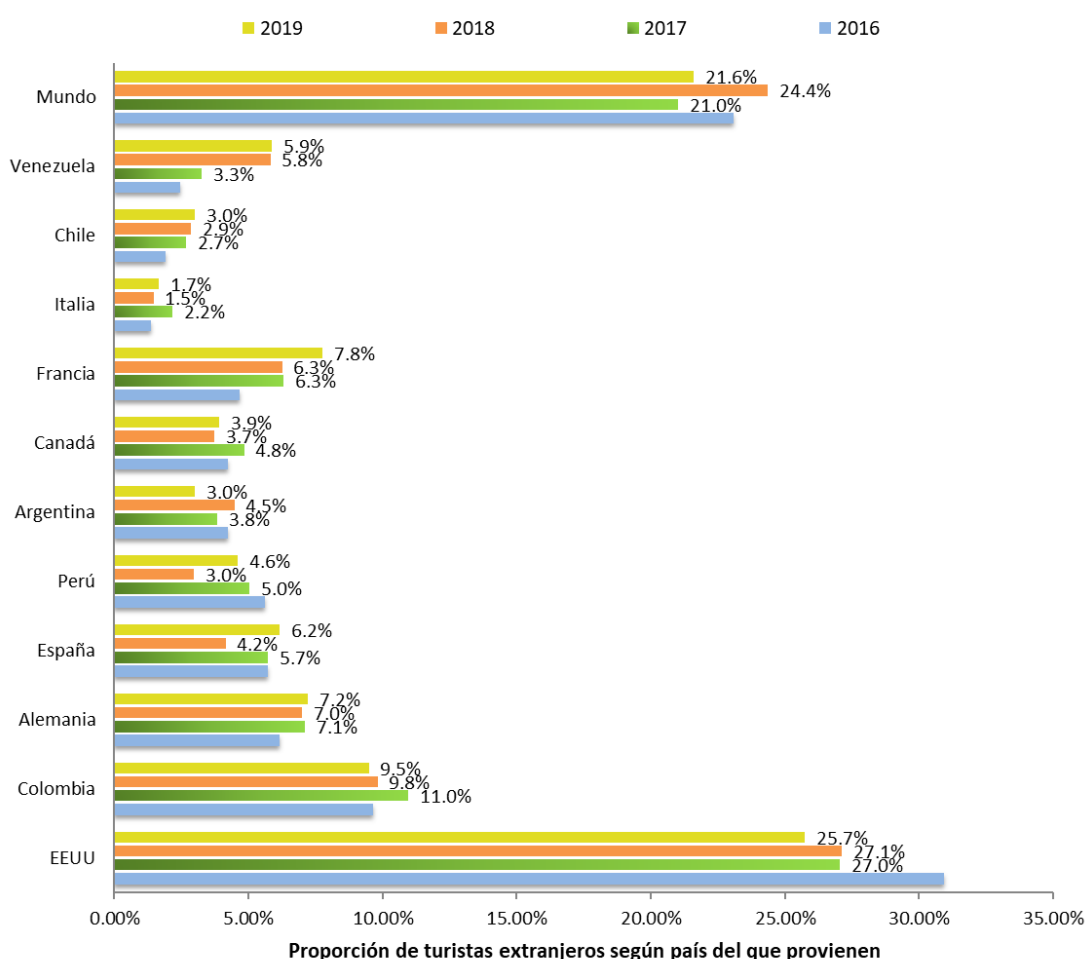


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, es posible identificar algunas nacionalidades predominantes, de ahí que, once proveniencias extranjeras constituyen alrededor del 78.4% de los turistas que visitaron la ciudad en el año 2019. Entre los países de origen más populares están: Estados Unidos de América del Norte, Colombia, Venezuela, Perú de Latinoamérica y Francia, Alemania, España de Europa.

En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (25.7%). Con respecto a turistas provenientes de la región de América Latina y el Caribe se destaca los turistas de Colombia (9.5%), Venezuela (5.9%) y Perú (4.6%). En el caso de Europa se destaca Francia (7.8%), Alemania (7.2%) y España (6.2%). La presencia del resto de nacionalidades representa menos del 4% en cada caso. Se observa que la proporción de visitantes de otras partes del mundo es significativa (21.6%). Dicho conglomerado se encuentra impulsado por el ingreso de turistas brasileños, mexicanos, holandeses, ingleses y suizos. Los datos son consistentes en los cuatro años analizados.

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

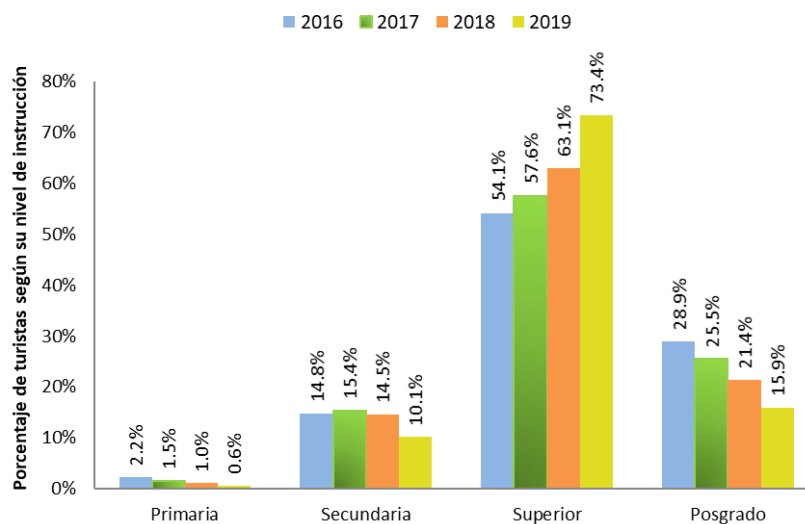
3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

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 **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** revela que el turista extranjero que visita la ciudad posee un nivel de instrucción superior o postgrado (89.3%), y la proporción de turistas con educación secundaria fue de 10.1%. Se registra un aumento progresivo en el porcentaje de visitantes con educación superior, acompañado de una disminución progresiva de turistas con nivel de postgrado. Esto en comparación con lo reportado en años anteriores.

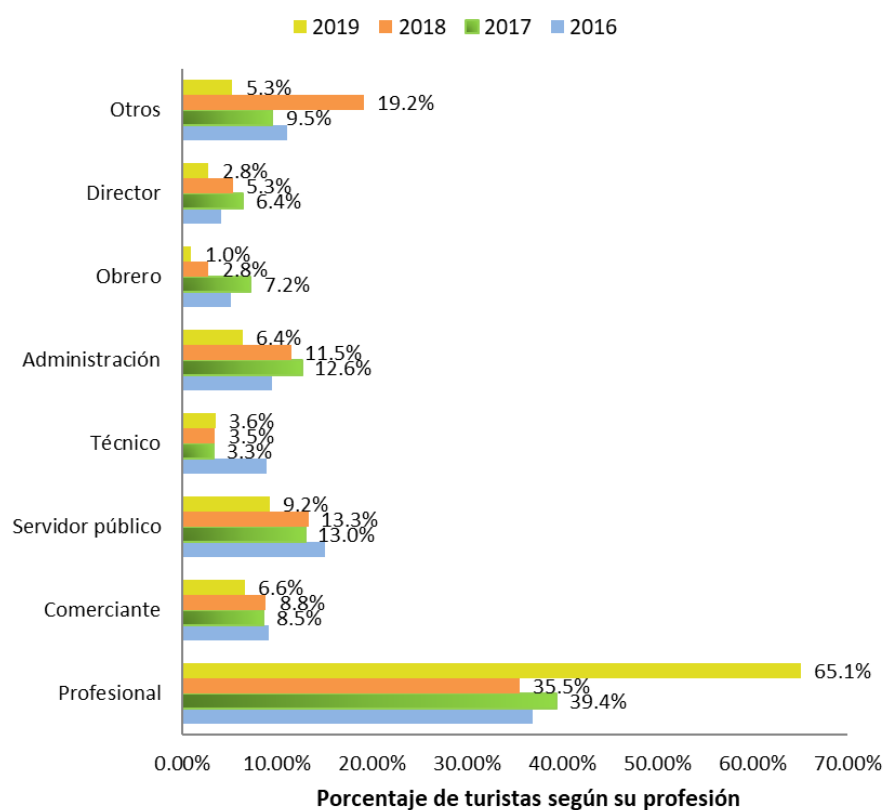
La mayor parte de los turistas extranjeros labora como profesional independiente (65.1%). En comparación con años anteriores, se registra una mayor presencia de turistas con esta categoría ocupacional y una ligera disminución de los visitantes que labora en el resto de categorías. En segundo y tercer lugar se encuentran los visitantes que son servidores públicos y comerciantes, con 9.2% y 6.6% respectivamente (Ilustración 6).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

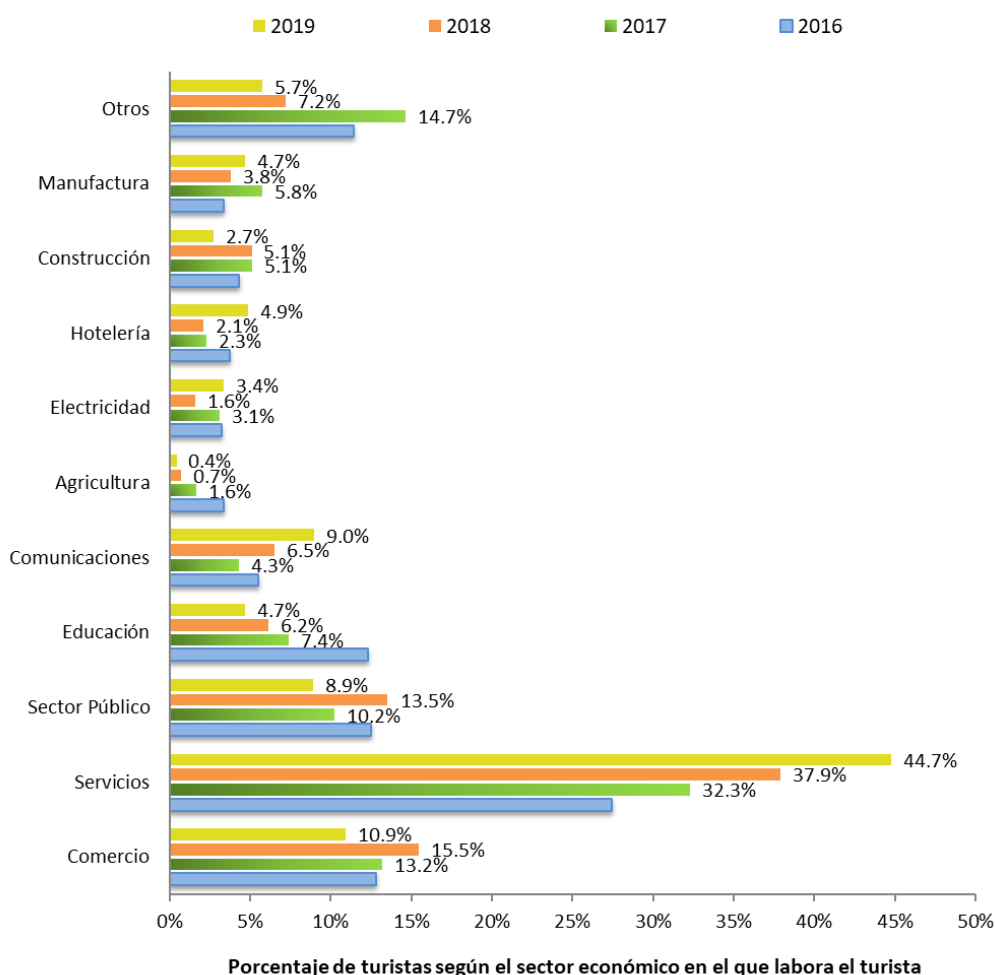
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

A modo de conclusión parcial y en concordancia con la Ilustración 7, se aprecia que la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca se dedican a actividades en el sector de servicios (44.7%) en mayor proporción que en los años 2016, 2017 y 2018 (27.5%, 32.3%, 37.9% respectivamente). Adicionalmente se observa un importante porcentaje de visitantes que laboran en el sector comercio (10.9%), comunicaciones (9%), y en el sector público (8.9%). De aquellos turistas que laboran en otros sectores (5.7%), las actividades son demasiado desagregadas para resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7).

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero

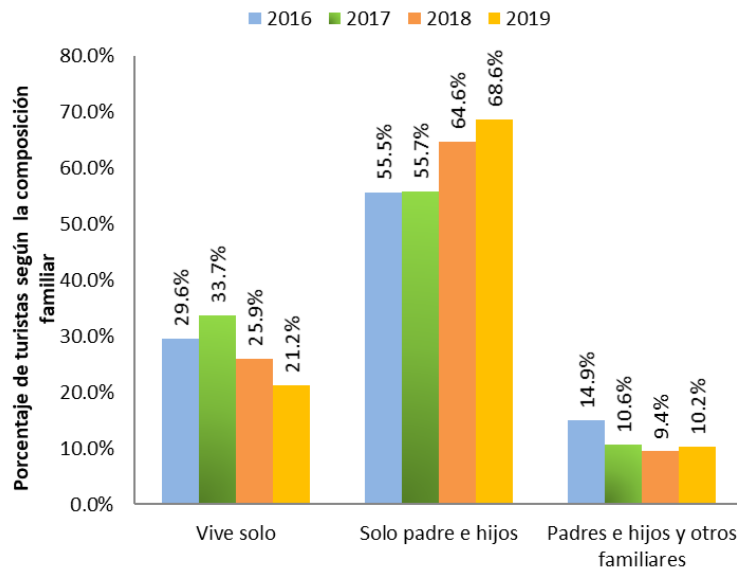


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 8, el 68.6% de turistas extranjeros viven en un núcleo familiar compuesto de padres e hijos; una proporción no menos importante está compuesta por aquellos turistas que viven solos 21.2%. Los turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares (familia ampliada) representan el 10.2% de todos los visitantes. En relación al año 2016, hubo disminución en la proporción de turistas extranjeros que viven solos a favor de un aumento de aquellos que viven solo padres e hijos.

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	AÑO	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	2016	22.8%	1.3%	1.8%	0.5%	2.0%	0.9%	29.4%
	2017	24.3%	1.6%	3.7%	0.4%	3.1%	0.7%	33.7%
	2018	21.2%	0.3%	1.1%	0.3%	2.0%	1.1%	25.9%
	2019	17.6%	0.2%	0.9%	0.4%	1.3%	0.8%	21.1%
Solo padre e hijos	2016	22.5%	4.8%	25.9%	0.1%	1.7%	0.3%	55.4%
	2017	17.7%	2.7%	33.1%	0.2%	1.5%	0.5%	55.7%
	2018	23.9%	4.6%	33.4%	0.6%	1.8%	0.3%	64.6%
	2019	25.8%	4.4%	36.0%	1.2%	0.7%	0.5%	68.6%
Padres e hijos y otros familiares	2016	7.5%	1.3%	5.6%	0.2%	0.2%	0.0%	14.9%
	2017	5.2%	1.3%	3.2%	0.2%	0.5%	0.3%	10.6%
	2018	5.7%	0.4%	2.5%	0.2%	0.5%	0.2%	9.4%
	2019	4.8%	0.6%	3.9%	0.4%	0.3%	0.2%	10.2%
Total	2016	52.9%	7.4%	33.6%	0.9%	4.0%	1.2%	100.0%
	2017	47.2%	5.6%	39.9%	0.8%	5.1%	1.5%	100.0%
	2018	50.9%	5.2%	36.9%	1.0%	4.4%	1.6%	100.0%
	2019	48.2%	5.3%	40.8%	2.0%	2.3%	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 (36%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 27%, y el porcentaje de visitantes que viven solos y son solteros (25.8%). Proporciones que son mayores en relación a los años anteriores.

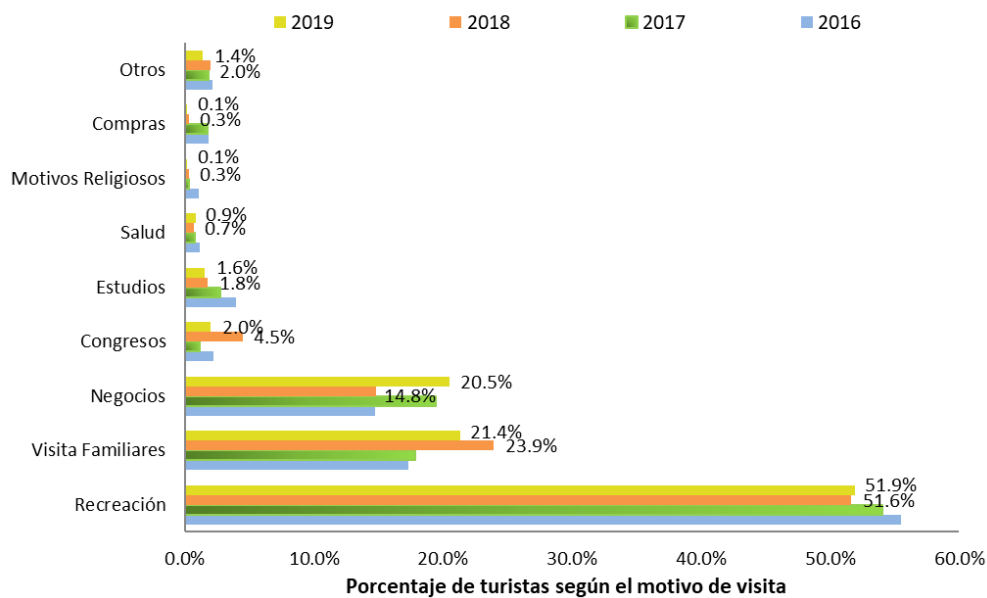
3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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 (51.9%) al igual que en el año 2018 (51.6%). La proporción de turistas que arriban a la ciudad para por negocios es de 20.5%, y el porcentaje de turistas que llegan a la ciudad para visitar a sus familiares es de 21.4%. El porcentaje de turistas que visitan la ciudad por negocios es mayor al observado durante el año 2018 (14.8%) (Ver Ilustración 9).

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

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



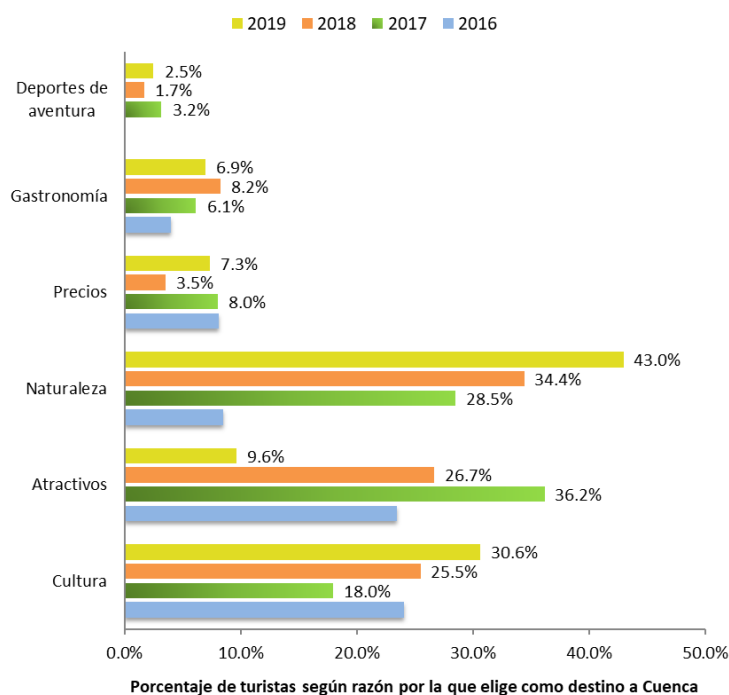
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el año 2019, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales y culturales (43% y 30.6% respectivamente). El porcentaje de visitantes que manifestaron venir a la ciudad por sus atractivos turísticos es del 9.6%. El porcentaje de turistas extranjeros que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por deportes de aventura es pequeño (2.5%). Se observa, además, que la incidencia de visitantes que arriban a la ciudad atraídos por el precio de los bienes y servicios es de 7.3%. En relación con lo observado en los años 2017 y 2018, se concluye en este epígrafe que, las razones por las que los visitantes extranjeros eligen la ciudad como destino turístico son los atractivos naturales y la cultura

característicos de la ciudad, y estas razones han ido tomando un mayor peso a la hora de elegir el destino en declive de los atractivos turísticos (Ver Ilustración 10)².

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 (55.38%), mientras que existe una tasa de retorno del 44.62%. 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 años anteriores con tasas de retorno de 40.2%, 39.11% y 38.1% para los años 2016, 2017 y 2018 respectivamente.

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 continúa recibiendo información a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente en ella (63.9%) y este medio de información ha ido tomando un mayor peso a la hora de informarse sobre la ciudad en declive de medios digitales.

Un 17% utilizan medios como Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad, mientras que la incidencia de uso de oficinas de turismo y páginas oficiales sigue siendo muy baja. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información representan el 7.4%, de los cuales, la mayoría manifiesta informarse sobre la ciudad en su lugar de trabajo (Ver Ilustración 11).

² Las proporciones de turistas según la razón por la que eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico del año 2016 no son directamente comparables con los años 2017, 2018 y 2019. Esto se debe a que a partir del año 2017, esta pregunta no incluye la opción de clima.

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 el buscador Google (18.1%), en guías de viaje como Lonely planet (16.4%) o en redes sociales (14.7%). En relación a los años anteriores, se observa un mayor uso de Lonely Planet y las redes sociales como medio de internet para informase sobre la ciudad en detrimento del buscador Google que fue predominante en los periodos anteriores.

Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional

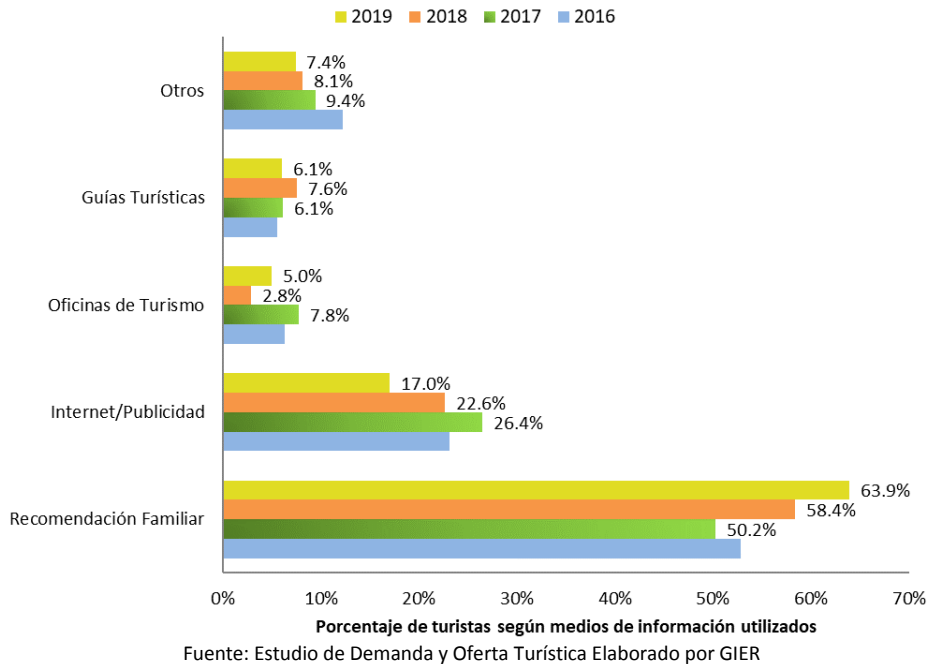
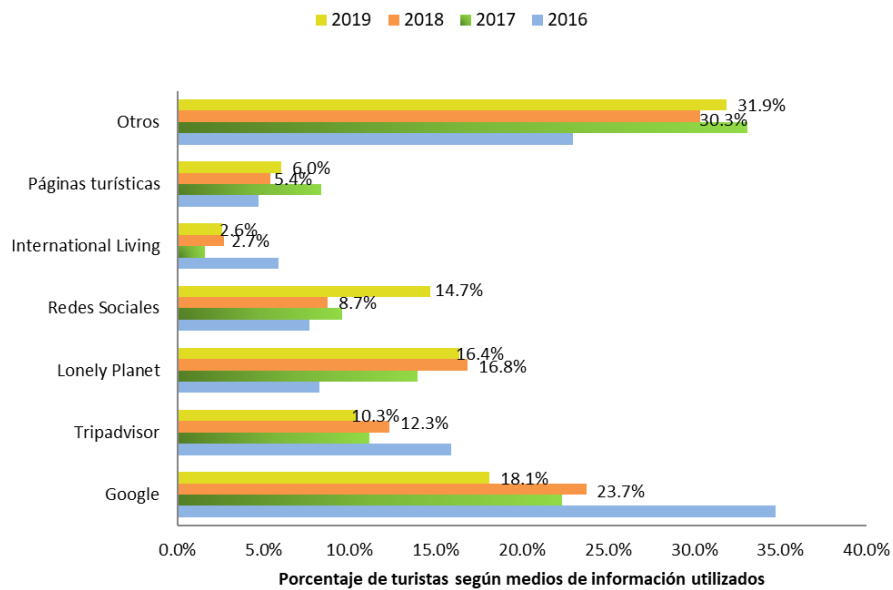


Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional

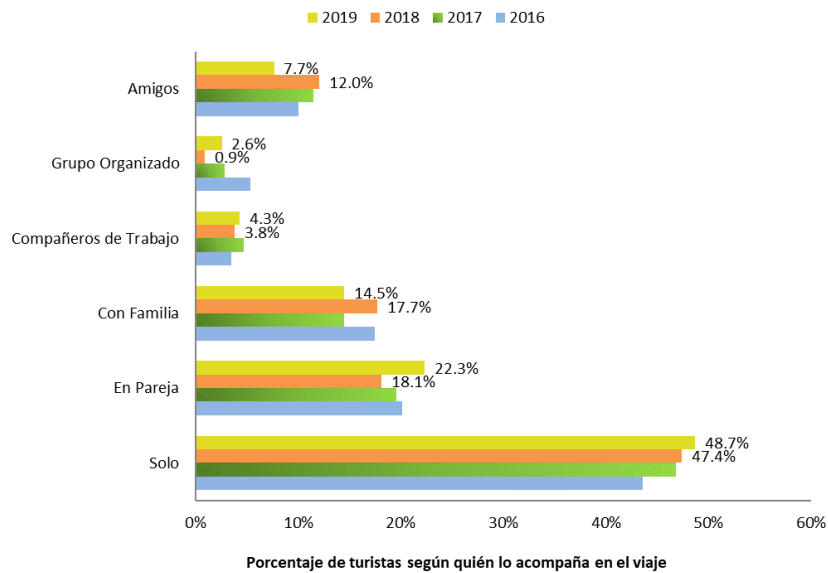


3.1.3 Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.3.1 Con quién viaja el Turista

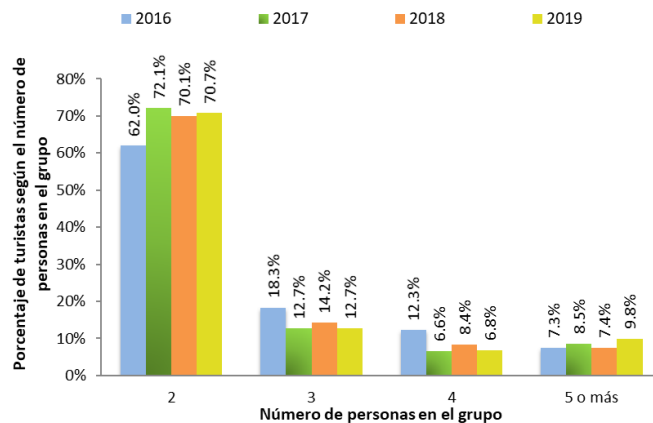
En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, 48.7%, continúan viniendo solos, 22.3% arriban con sus parejas y un 14.5% vienen acompañados de sus familias. Aquellos que vienen con compañeros de trabajo es 4.3%, en grupo organizado es 2.6%. Los resultados son congruentes a lo reportado en los años 2016, 2017 y 2018 (Ver Ilustración 13).

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 (70.7%). Este dato es alrededor de 8.7 puntos porcentuales más al observado en el año 2016 (62%) pero similar a los años 2017 y 2018 (72.1% y 70.1% respectivamente). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos representan el 12.7% y el 6.8% 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 (36.8%), con su pareja (31.7%) o con su familia (15.3%). Aquellos que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen mayormente solos (54.9%), en familia (21.3%) o en pareja (18.2%). La gran mayoría de turistas que visitan la ciudad por negocios viajan solos (67.2%) o con compañeros de trabajo (17.2%), tal como se muestra en la Tabla 2.

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

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Año	¿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	2016	32.4%	3.3%	18.3%	28.4%	14.9%	2.7%	100.0%
		2017	36.5%	2.9%	13.1%	29.6%	17.2%	0.7%	100.0%
		2018	37.3%	1.0%	17.7%	25.5%	17.7%	0.7%	100.0%
		2019	36.8%	4.2%	15.3%	31.7%	11.5%	0.6%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2016	50.3%	1.9%	27.3%	14.9%	4.3%	1.2%	100.0%
		2017	54.1%	2.2%	28.2%	9.4%	5.0%	1.1%	100.0%
		2018	52.0%	0.0%	25.9%	15.8%	5.6%	0.7%	100.0%
		2019	54.9%	2.8%	21.3%	18.2%	2.4%	0.3%	100.0%
	Negocios, actividades	2016	69.1%	9.6%	6.6%	2.2%	2.2%	10.3%	100.0%
		2017	65.5%	1.0%	8.1%	4.1%	3.0%	18.3%	100.0%
		2018	69.8%	1.1%	7.3%	4.4%	4.0%	13.5%	100.0%
		2019	67.2%	3.6%	5.8%	4.7%	1.5%	17.2%	100.0%
Total		2016	43.5%	5.2%	17.4%	20.3%	10.1%	3.5%	100.0%
		2017	46.8%	2.9%	14.5%	19.5%	11.5%	4.7%	100.0%
		2018	47.4%	0.9%	17.7%	18.1%	12.0%	3.8%	100.0%
		2019	48.0%	4.0%	14.3%	22.0%	7.5%	4.3%	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 (92.8%). Este resultado es ligeramente mayor a lo reportado en el año 2018 (88.5%).

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

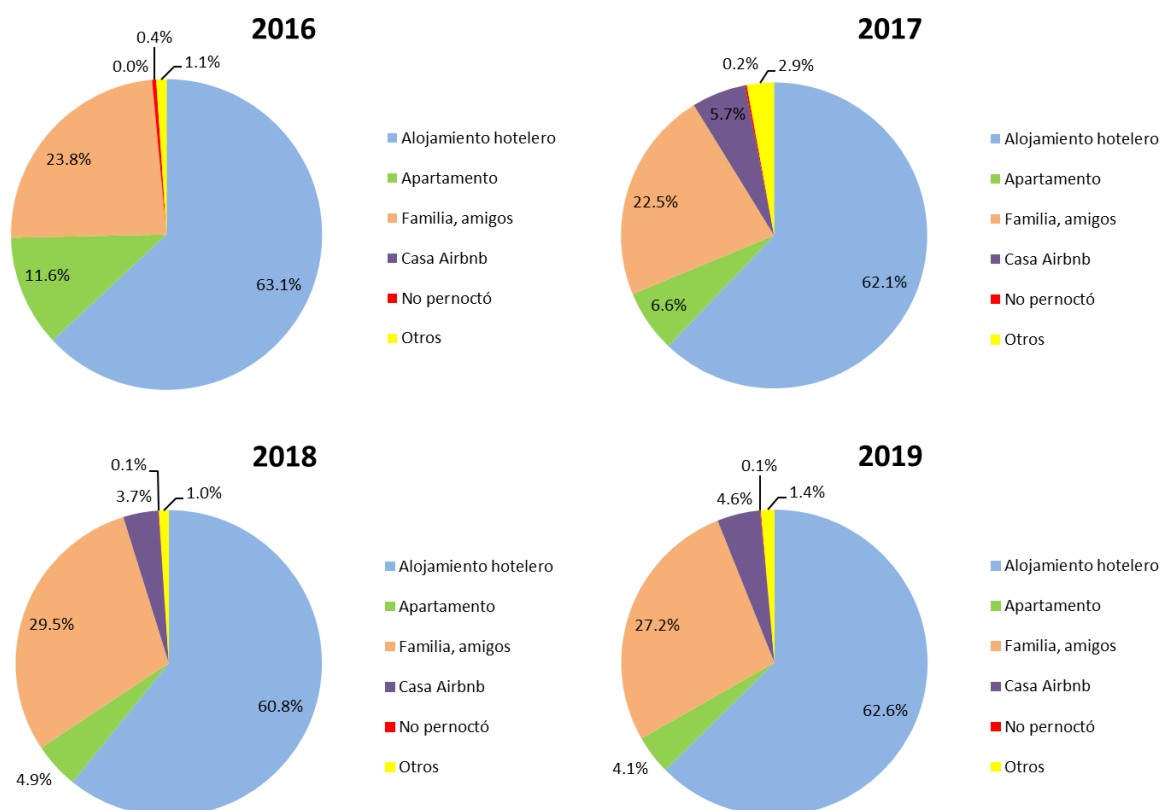
3.1.4.1 Elección del Alojamiento

El tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el año 2019 continúa siendo el establecimiento hotelero con un 62.6% de las preferencias. El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es del 27.2% del total. Un apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 4.1%, y el servicio Airbnb lo fue para el 4.6%. Estos porcentajes no presentan variaciones significativas con respecto a lo encontrado en los años 2017 y 2018. En este año la

³ En el anexo 4 se presenta el resto de información del motivo principal vs compañía de viaje.

proporción de turistas que no pernoctan en la ciudad fue del 0.1%⁴. El número de visitantes que dice elegir otro tipo de alojamiento no es significativo (Ver Ilustración 15).⁵

Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 3⁶ revela que, de todos los turistas recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (77.7%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos tan diferentes como negocios (72.6%), participar de congresos o conferencias (92.6%). 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 (73.4%). Quienes arriban por estudios o investigación eligen el hospedarse con familiares en un porcentaje de 42.9% y un 28.6% de este grupo eligió establecimiento hotelero. Los resultados son congruentes a los valores registrados en el año 2018.

⁴ 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.

⁵ La encuesta del año 2016 no incluye la opción Casa Airbnb.

⁶ 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		AÑO	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?				TOTAL
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2016	77.7%	8.7%	12.2%		100.0%
		2017	70.3%	5.5%	13.3%	7.1%	100.0%
		2018	76.3%	4.1%	12.9%	5.9%	100.0%
		2019	77.7%	2.7%	12.2%	6.5%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2016	22.8%	11.7%	65.4%		100.0%
		2017	24.3%	6.6%	64.6%	3.9%	100.0%
		2018	17.1%	5.2%	75.5%	1.4%	100.0%
		2019	18.2%	3.8%	73.4%	2.8%	100.0%
	Negocios, actividades	2016	68.8%	13.0%	16.7%		100.0%
		2017	82.7%	6.1%	9.1%	1.0%	100.0%
		2018	72.7%	6.2%	20.4%	0.0%	100.0%
		2019	72.6%	6.6%	19.0%	0.7%	100.0%
Total		2016	63.2%	11.5%	23.8%		100.0%
		2017	62.1%	6.6%	22.5%	5.7%	100.0%
		2018	60.8%	4.9%	29.5%	3.7%	100.0%
		2019	62.6%	4.1%	27.2%	4.6%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la Tabla 4 se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta por 30 días. En el año 2019, la estancia promedio fue de 6.37 días, estancia que es relativamente similar a la estancia promedio del turista extranjero que vino en los años 2016, 2017 y 2018. No obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos atípicos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable; en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana. El 25% de turistas con menor tiempo de permanencia en la ciudad, mantienen una estancia de 2 días o menos, mientras que la mediana indica que el 50% de turistas permanecen en la ciudad 3 días o menos. Solamente un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 7 días. Finalmente la respuesta más común entre todos los turistas extranjeros fue que permanecían 2 días en la ciudad. Estos resultados son congruentes con los reportados en los años anteriores analizados.

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

	2016	2017	2018	2019
Media	6.27	6.68	6.90	6.37
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	3.00	3.00	4.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	7.00	7.00	7.00	7.00
Moda	2.00	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 desagregación del tiempo de la estancia por motivo de viaje. La Tabla 5 revela que el turista recreativo y aquel que visita la ciudad por negocios o trabajo permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Aquel que visita a familiares o amigos reporta una estancia mediana de 7 días, al igual que en los años 2017 y 2018, y es un día más que en el año 2016. Los turistas que llegan a la ciudad con el fin de participar en congresos o conferencias lo hacen en estancias cortas de 3 días. Los demás visitantes presentan estancias más largas, pero corresponden a grupos poco o nada significativos. Los patrones de la estancia de los grupos más representativos son consistentes a lo registrado en los años 2016, 2017 y 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)			
		2016	2017	2018	2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	6.0	7.0	7.0	7.0
	Negocios, actividades	3.0	3.0	3.0	3.0
	Congresos, conferencias	3.5	7.0	5.0	3.0
	Estudios, investigación	7.0	6.0	7.0	20.5
	Tratamiento de salud	2.5	5.0	2.0	3.5
	Motivos religiosos	4.5	1.0	6.0	4.0
	Compras o servicios personales	2.5	5.0	2.0	3.0
	Otros	4.5	6.0	5.0	7.0

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 los años 2016, 2017 y 2018. De hecho, un 65.42% de los turistas extranjeros que utilizaron este tipo de alojamiento, pasaron hasta 3 días en la ciudad (Anexo 6).

La duración de la estancia de quienes se alojaron en un apartamento, fue de 13 días; este es un tiempo que, aunque alto, es menor al encontrado en el año 2017 (21 días), pero igual que en el año 2018 (13 días). Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de 7 días, al igual que en los años anteriores; finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (normalmente por Airbnb) presentan estancias de hasta 5 días, 0.5 y 1.5 días más que los observados en el año 2018 y 2017 respectivamente.

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)			
		2016	2017	2018	2019
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3.0	3.0	3.0	3.0
	APARTAMENTO	7.0	21.0	13.0	13.0
	FAMILIA, AMIGOS	7.0	7.0	7.0	7.0
	CASA AIR BNB	N/D	3.5	4.5	5.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	1.0	1.5	10.0	1.0
	OTROS	4.0	5.0	7.0	11.5

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 año 2019 una media de \$465.79 por grupo⁷ durante toda su estancia; este valor es menor al gasto registrado en los años 2018 (\$536.22), 2017 (\$548.77) y 2016 (\$621.49). 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 \$347.40, valor que es mayor al registrado en el año 2016 (\$339.40) y 2018 (\$329.74), pero ligeramente menor que en el año 2017 (\$352.88). Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en el año 2019⁸ fue de \$76.92, valor que es mayor al gasto diario personal observado en el año 2018 (\$64.08), pero similar al monto obtenido en los años 2016 y 2017 (\$74.9 y \$74.98 respectivamente).

La

Ilustración 16, revela la composición del gasto turístico para los años 2016, 2017, 2018 y 2019. Del total de gastos realizados por los turistas extranjeros, un 48.2% corresponde a transporte en el año 2019. El 22.7% del gasto se erogó en alimentación, un 19.4% se utilizó en alojamiento. Por último,

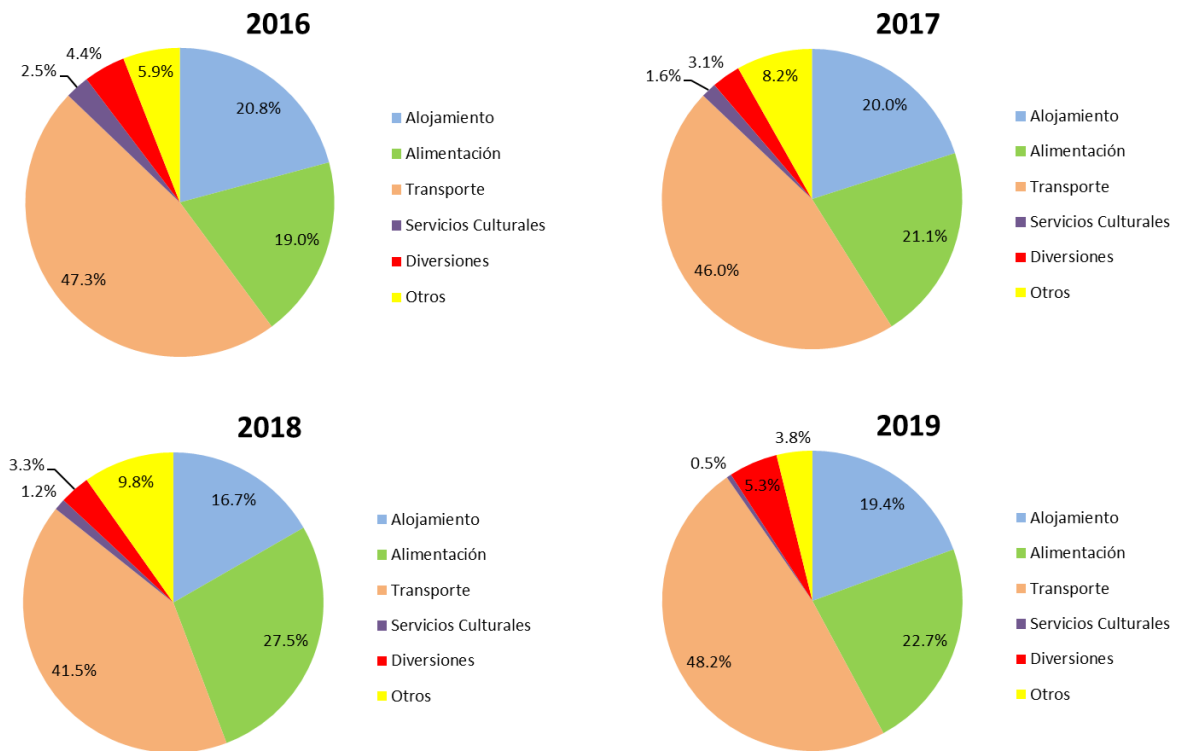
⁷ Los gastos totales por grupo se calculan como la suma de los diversos tipos de gasto en alojamiento, alimentación, transporte, servicios culturales, diversiones y otros, que cada turista informa que fueron realizados por el grupo con el que viajó, pudiendo ser el número de personas en el grupo desde uno, dos, tres, etc.

⁸ 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.

los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 5.3% y 0.5% del total, respectivamente. Se observa que la composición del gasto turístico 2019 es congruente con lo reportado en el año 2016 y 2017. Mientras que a diferencia del año 2018, existe mayor gasto en los servicios de transporte y menor en alimentación en el año 2019 frente al 41.5% y 27.5% correspondiente a estos rubros en el año 2018 respectivamente.

En resumen, ahora el turista extranjero distribuye una mayor proporción del gasto total al rubro de transporte respecto al 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 mismo, y los días de estancia. En ese sentido, y a modo de ilustración, se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud presente niveles de gasto muy diferentes, a aquellos que vienen por motivos recreativos.

Se ha calculado, además del promedio, la mediana del gasto del turista extranjero, debido a su carácter más representativo del conglomerado de estudio. En este sentido, con respecto a los viajeros con estadías de hasta 30 días, tal como aprecia en la Tabla 7, la mediana del gasto va de la mano con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, se encuentran los turistas que vienen por congresos y conferencias. El alto gasto reportado se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$169.97) y alojamiento (\$80.47); no obstante, es importante considerar que la incidencia de estos grupos con respecto al total no es representativa. Otro grupo con gastos elevados durante la estancia está conformado por quienes vinieron a la ciudad por negocios o actividades profesionales, al igual que en el caso anterior este elevado gasto se debe especialmente al pago en alojamiento (\$65.06) y en transporte (\$67.63).

Otro grupo con altos niveles de gasto se encuentra conformado por turistas que visitan la ciudad por estudios o investigación, lo cual responde principalmente a los gastos por alimentación, alojamiento y transporte.

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

Turista Extranjero		AÑO	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	\$22.80	\$21.94	\$28.12	\$1.19	\$2.63	\$8.32	\$85.00
		2019	\$25.57	\$20.92	\$41.53	\$1.95	\$13.29	\$11.74	\$115.00
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$13.05	\$98.45	\$138.75	\$3.19	\$11.77	\$29.79	\$295.00
		2019	\$26.26	\$56.61	\$120.27	\$3.01	\$22.28	\$29.08	\$257.50
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$46.30	\$46.57	\$83.92	\$1.69	\$3.67	\$10.34	\$192.50
		2019	\$65.06	\$34.60	\$67.63	\$0.09	\$9.02	\$8.60	\$185.00
	Congresos, conferencias	2018	\$105.21	\$81.84	\$225.67	\$7.14	\$6.81	\$49.33	\$476.00
		2019	\$80.47	\$50.38	\$169.97	\$13.62	\$36.31	\$41.76	\$392.50
	Estudios, investigación	2018	\$46.44	\$48.03	\$59.47	\$0.52	\$4.73	\$30.81	\$190.00
		2019	\$43.02	\$45.80	\$49.27	\$3.11	\$12.05	\$21.76	\$175.00
	Tratamiento de salud	2018	\$8.25	\$7.80	\$23.39	\$0.00	\$0.55	\$0.00	\$40.00
		2019	\$57.24	\$54.44	\$212.23	\$0.00	\$3.47	\$52.62	\$380.00
	Motivos religiosos	2018	\$33.07	\$94.48	\$163.32	\$1.69	\$0.00	\$9.45	\$302.00
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	2018	\$70.37	\$39.10	\$24.04	\$10.43	\$3.26	\$22.81	\$170.00
		2019	\$10.00	\$5.00	\$2.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$17.50
	Otros	2018	\$47.76	\$53.34	\$140.51	\$3.38	\$13.25	\$41.76	\$300.00
		2019	\$17.74	\$18.81	\$71.22	\$0.00	\$13.72	\$0.00	\$121.50
Total	2018	\$28.71	\$47.20	\$74.11	\$2.07	\$5.31	\$16.46	\$173.87	
	2019	\$35.16	\$32.32	\$67.87	\$2.02	\$14.67	\$15.74	\$167.78	

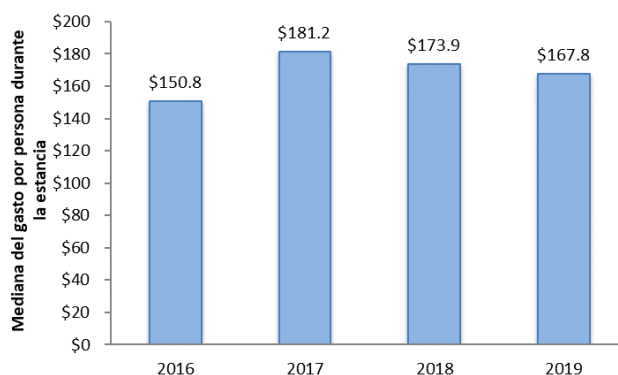
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

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 (\$115 contra \$167.78). Este grupo de turistas presenta también un gasto en diversión (\$13.29) similar al global general (\$14.67) pero menor respecto a otros grupos; aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo, los turistas que visitan la ciudad por congresos y conferencias, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$36.31).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por participar en congresos o conferencias o por negocios o actividades profesionales. En general, el gasto en alojamiento realizado en el año 2019 presenta una mediana por persona de \$35.16, mayor a los \$28.71 registrados en el 2018. Mientras que el gasto mediano por persona en alimentación disminuye de \$47.20 en 2018 a \$32.32 en 2019. Es importante notar que el rubro de diversión ha incrementado de \$5.31 a \$14.67 que se debe especialmente a los gastos realizados por turistas que vienen por motivos de participar en congresos o conferencias, por sus estudios o investigaciones cortas y quienes vienen a visitar a sus familiares o amigos. El gasto en alojamiento es el más alto de todos.

El gasto diario por persona durante la estancia ha disminuido de \$173.87 reportado en el año 2018 a \$167.78 en el año 2019, lo que en general se debe a menores gastos en alimentación y transporte. Esto es una disminución de 3.5% frente al año 2018, 7.42% menos que el año 2017, y es 11.27% mayor que en el año 2016 (ver Ilustración 17).

Ilustración 17: Evolución de la mediana del gasto por persona durante la estancia del turista extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Esta disminución en el gasto en el año 2019 frente al año 2018 se debe fundamentalmente a menores erogaciones que el turista destina a los servicios de transporte y alimentación.

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

Turista Extranjero		2018	2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$28.33	\$38.33
	Visita a familiares o amigos	\$42.14	\$36.79
	Negocios, actividades profesionales	\$64.17	\$61.67
	Congresos, conferencias	\$95.20	\$130.83
	Estudios, investigación	\$27.14	\$8.54
	Tratamiento de salud	\$20.00	\$108.57
	Motivos religiosos	\$50.33	N/D
	Compras o servicios personales	\$85.00	\$5.83
	Otros	\$60.00	\$17.36
	GLOBAL	\$40.70	\$44.62

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 \$3.92, frente a lo registrado durante el periodo 2018, y en particular, de aquellos grupos más representativos, el mayor aumento se observa en los turistas extranjeros que visitan la ciudad por motivos recreacionales.

3.1.5. Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

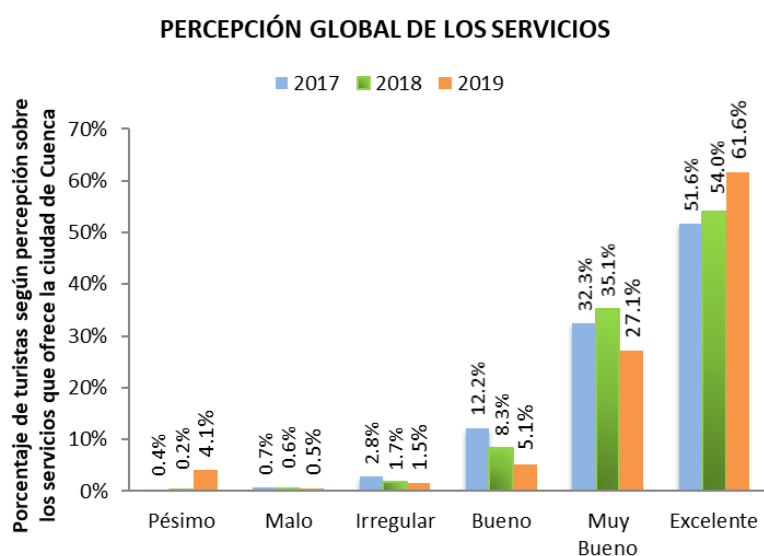
Los resultados del año 2019 revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que las erogaciones por alojamiento, transporte y alimentos son justos, en una proporción de 93.1%, 92.1% y 92.8% respectivamente, resultados muy similares a los observados en el año 2018 (93%, 91.8% y 93.2% 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 de boletines anteriores demostraron 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. Este comportamiento se mantuvo en el año 2019. Además, hubo una percepción de alta seguridad en la ciudad, se evaluó como excelente a sus zonas verdes y otros atractivos; tuvieron muy buenas apreciaciones, además, la atención y trato por parte de los cuencanos y la calidad en el servicio de transporte urbano.

Al calcular la percepción global de todos los servicios mencionados en los años 2017, 2018 y 2019, se evidencia que hubo una mejora en la percepción del turista extranjero, ya que se incrementó la proporción de turistas que califican como excelentes a los servicios que oferta la ciudad de Cuenca. Esto se puede apreciar en la Ilustración 18⁹. Esta mejora en la percepción es más notable en los servicios de información, señalización, servicios urbanos y alojamiento, en el anexo 9 se encuentra el detalle de estas evaluaciones.

Ilustración 18: Percepción global sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, 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

⁹ Se debe señalar que en las ilustraciones de percepción de servicios se presenta la proporción de turistas que califican los servicios, sin tomar en cuenta aquellos que no aplican para contestar la pregunta; esto se realizó con el fin de hacer comparable los resultados de los distintos relevamientos 2017 y 2018.

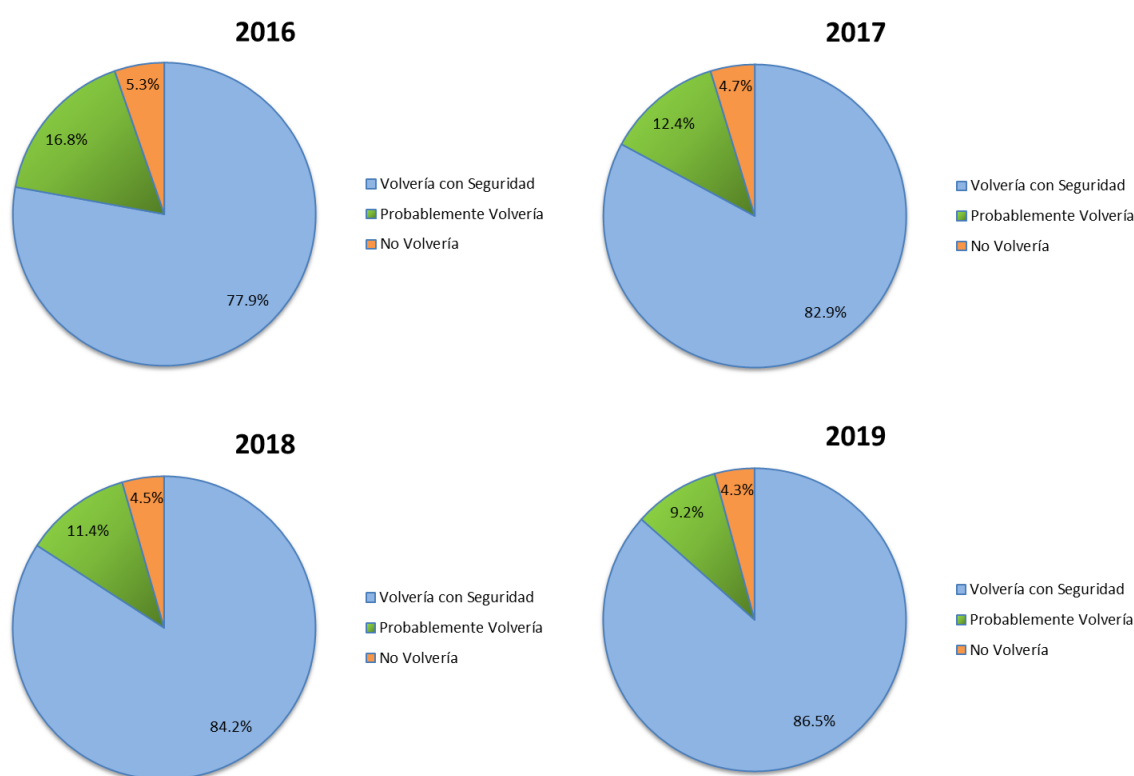
3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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 86.5% de los turistas extranjeros volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 9.2% probablemente regresaría y un 4.3% anunció que probablemente o seguramente no volvería. Se observa incrementos progresivos en la proporción de visitantes extranjeros que volverían con seguridad pasando de 77.9% en el año 2016 a 86.5% en el año 2019.

De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 86.1% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 13.2% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son de apenas el 0.7%.

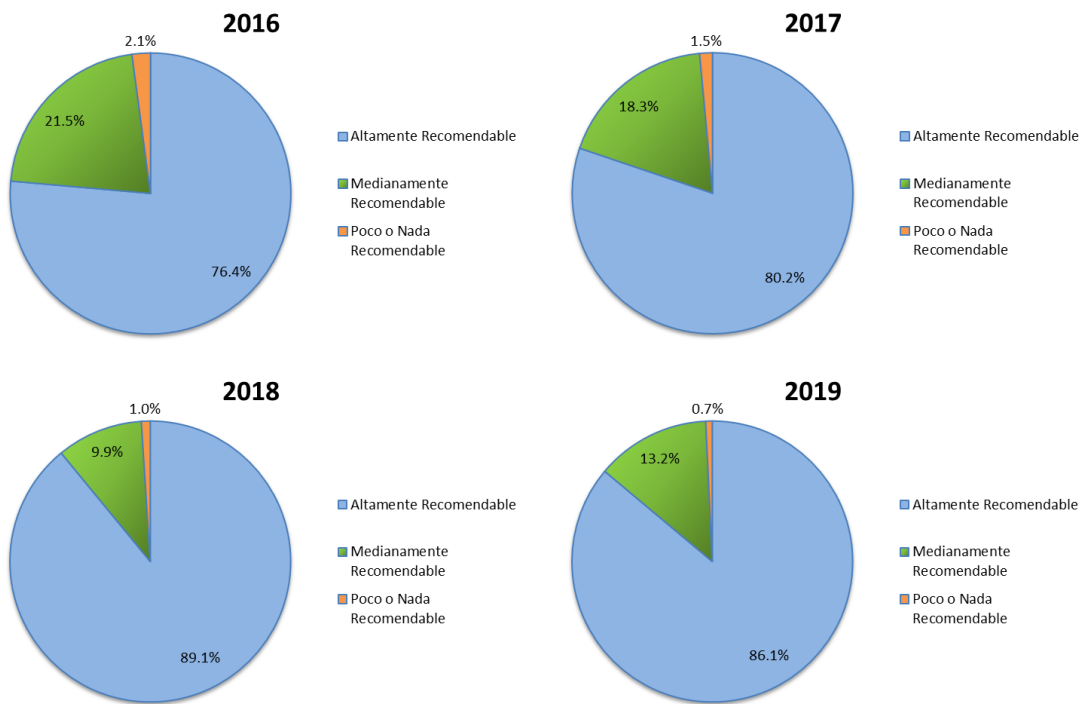
Los resultados muestran un ligero descenso en el indicador de recomendabilidad con respecto a lo obtenido en el año 2018, ya que hubo una disminución de 3 puntos porcentuales en la recomendación a la ciudad de Cuenca como destino turístico.

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca

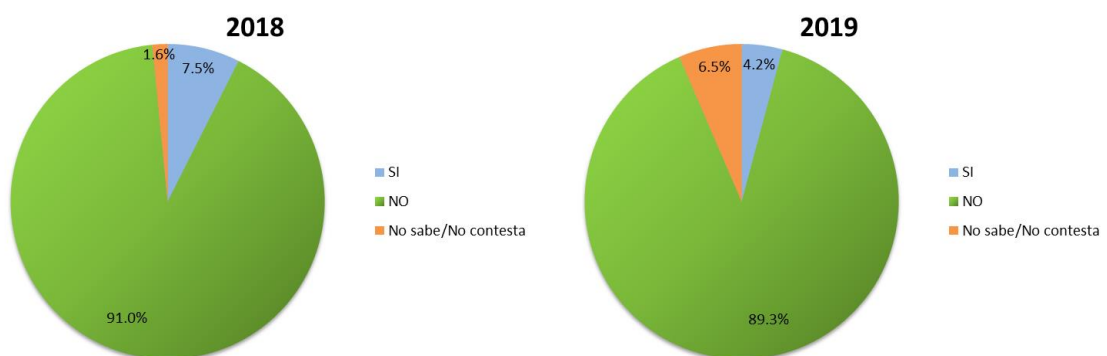


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 87% de los turistas internacionales ya poseían información acerca de la ciudad, antes de su visita. Solo una minoría (13%), la escogió como destino turístico en su ruta después de arribar al país. Un 28% 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 4.2% de turistas extranjeros estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable, proporción que es menor a lo reportado en el año 2018 (7.5%).

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

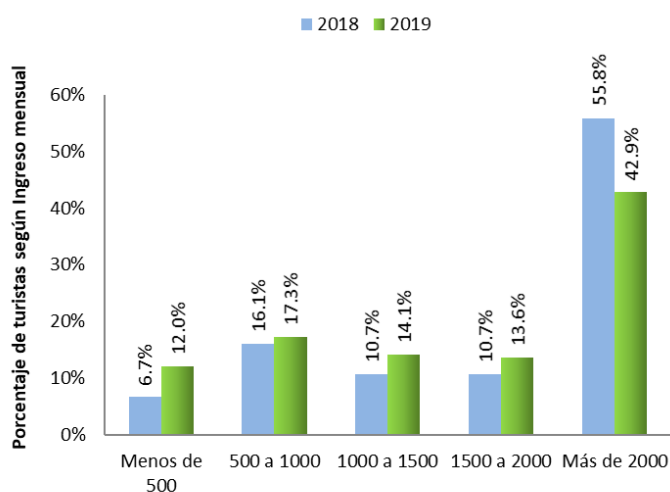


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 (42.9%), que es menor al reportado en el año 2018 (55.8%). Un 13.6% percibe ingresos de 1500 a 2000 dólares, 14.1% entre 1000 a 1500 dólares mensual, frente al 10.7% y 10.7% respectivamente registrado en el año 2018. Esto da una media de ingresos de 1,540.58 dólares al mes, por lo que aquel turista que visitó a la ciudad de Cuenca en el año 2019 tuvo 10.1% menos ingresos en promedio, que aquel que visitó la ciudad en igual periodo del 2018. La mediana es de 1,731.48 dólares y una moda de 2,202.9 dólares.

Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero



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

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

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el año 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 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 \$115, es decir, un gasto diario por persona de \$38.33.
- 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 \$257.5, es decir, un gasto diario por persona de \$36.79.
- 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 \$185, es decir, un gasto diario por persona de \$61.67.

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

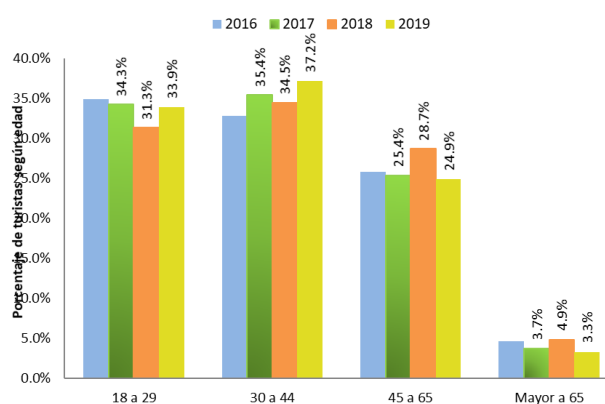
4.1.1. Características Socio Demográficas del Turista Nacional

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 (37.2%). Este grupo de visitantes ha ido tomando mayor fuerza respecto a años anteriores, lo que está acompañado de un ligero declive de los visitantes jóvenes. El porcentaje de turistas nacionales entre los 18 y los 29 años se mantiene en 33.9% en el año 2019. Esto lo caracteriza, al igual que con su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. Grupos de turistas mayores de 65 años representan solamente el 3.3%.

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que media de la edad de los turistas nacionales se ubica alrededor de los 37.01 años, con una mediana de 35 años y una moda de 36 años.

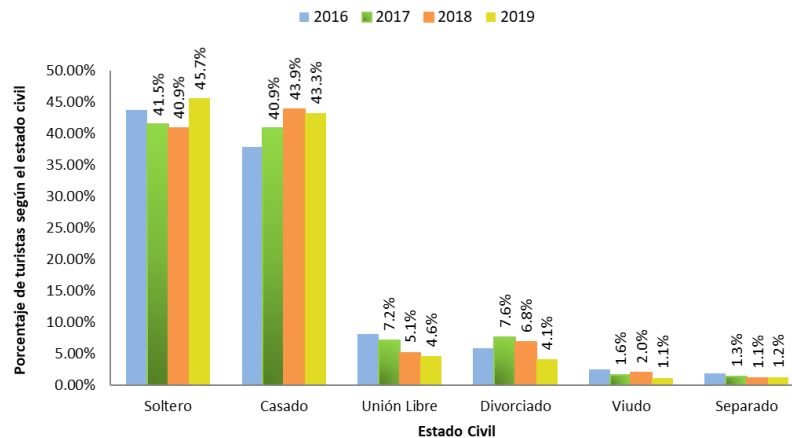
Ilustración 23: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



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 (45.7%), proporción que es mayor a lo obtenido en el año 2018 (40.9%). Otro grupo representativo es aquel conformado por aquellos turistas casados (43.3%). Este dato es similar al 43.9% registrado en el año 2018. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. Existe una mayor presencia de visitantes nacionales que son solteros o casados en relación a lo reportado en el año 2016 y 2017, en declive de otras formas de asociación civil.

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 50.7%-49.3% de varones frente a mujeres en este año 2019. Esto frente 53.8% - 46.2% respectivo en el año 2018. Finalmente, es importante señalar que el comportamiento de los turistas nacionales es mucho más estable que el de su contraparte extranjera.

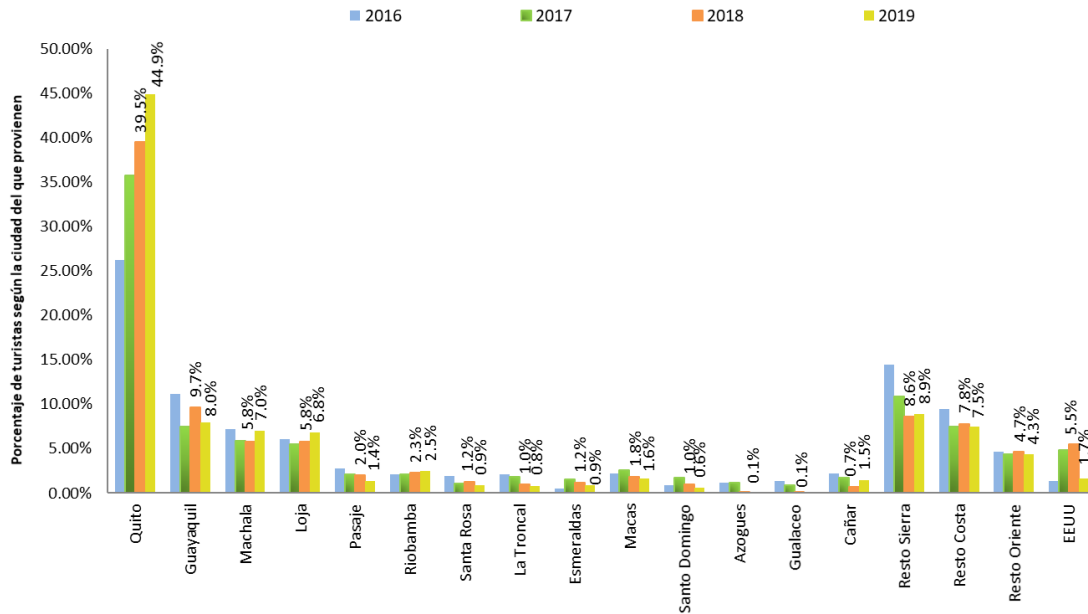
4.1.1.2 Procedencia del Turista

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todas las regiones del Ecuador; sin embargo, existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 25, la mayor porción de turistas con un origen común está compuesta por turistas quiteños (44.9%), la cual es mayor a la registrada en los años 2016, 2017 y 2018, con proporciones de 26.3%, 35.8% y 39.5% respectivamente. Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (8%)¹⁰, machaleños (7%), y turistas lojanos (6.8%).

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 8.9% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de Ambato. Un 7.5% son turistas de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 4.3% provienen de la región amazónica principalmente de la provincia de Morona Santiago.

¹⁰ 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



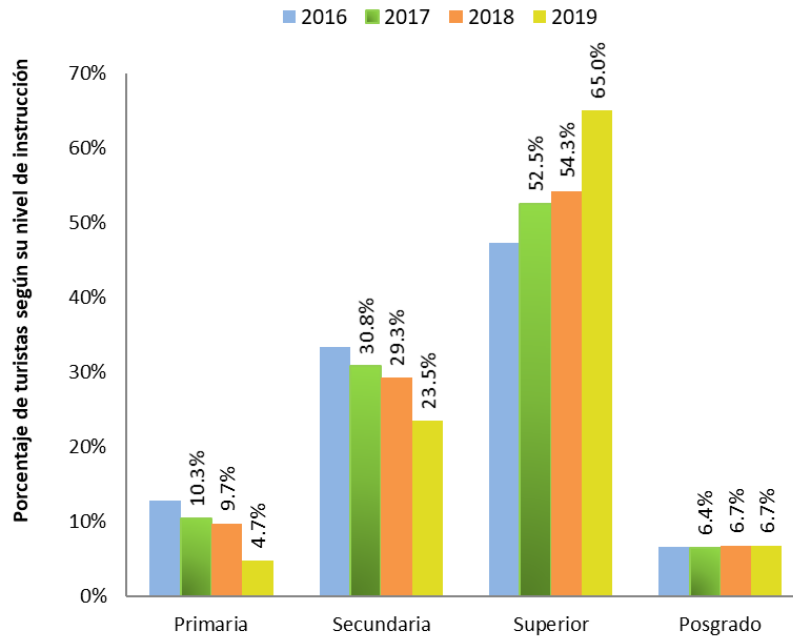
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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) o postgrado es del 71.8% y con un título de bachiller del 23.5%. Los resultados muestran que los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca en el año 2019 tienen mayores niveles de educación en comparación con aquellos que vinieron en los años 2016, 2017 y 2018, donde los porcentajes de visitantes con educación superior o postgrado estuvieron en el orden de 54%, 58.9% y 61% respectivamente. Los datos sugieren que el 52.6% de los turistas nacionales son profesionales independientes (Ilustración 27), la incidencia de este tipo de turistas es mayor a la de aquellos visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en los años 2016, 2017 y 2018 la cual fue de un 25.6%, 30.6% y 31.9% respectivamente. Este hecho estuvo acompañado de menor presencia de visitantes con el resto de actividades laborales.

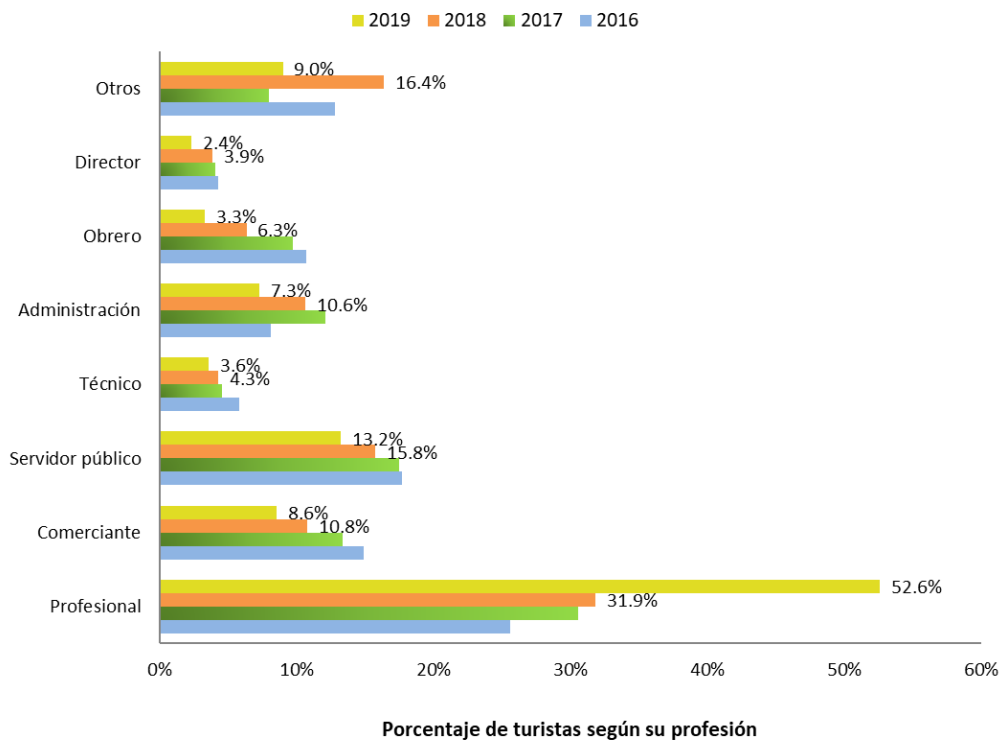
Se evidencia además, que la proporción de turistas que laboran como servidores públicos o comerciante es de 13.2% y 8.6% respectivamente. Igual comportamiento se observa entre quienes laboran como administradores o técnicos. Entre los que reportan otro tipo de profesión se encuentran turistas que laboran 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

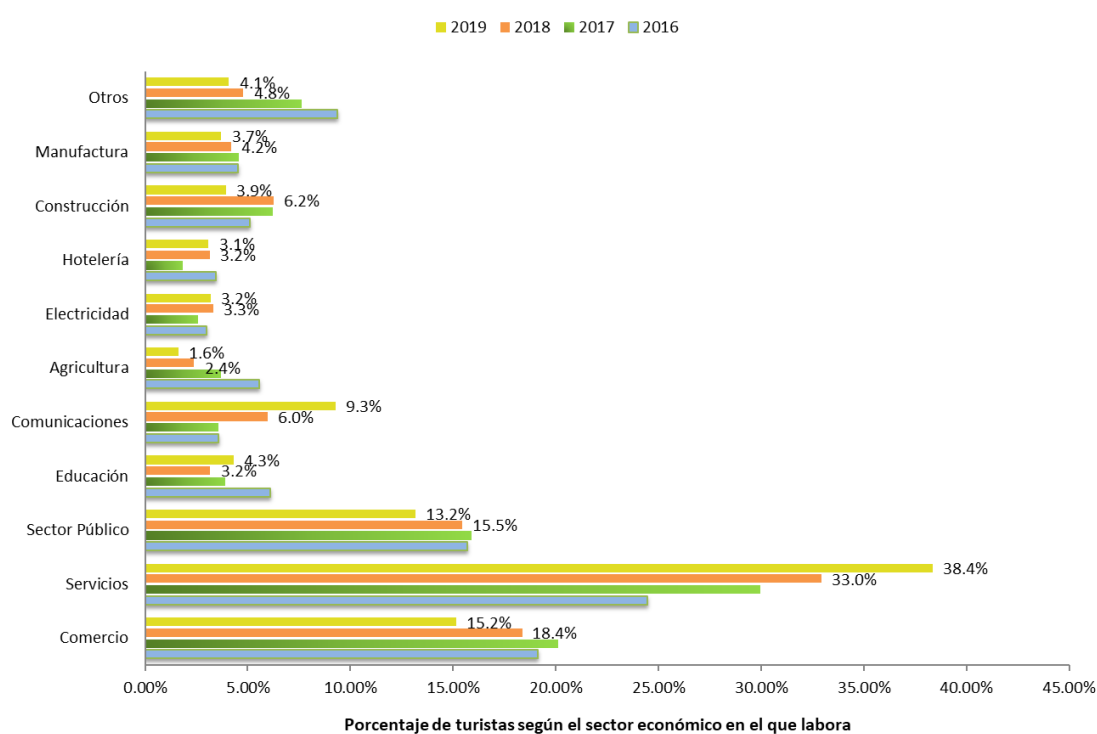


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector de servicios profesionales (38.4%), proporción que ha tomado mayor peso en relación a los años anteriores (33% en el año 2018), en declive de otros sectores. También se observa un importante porcentaje de visitantes nacionales que laboran en el sector de comercio (15.2%), sector público (13.2%) y comunicaciones (9.3%) (Ilustración 27).

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 (4.1%), la mayor porción trabaja en el sector salud y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 28: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



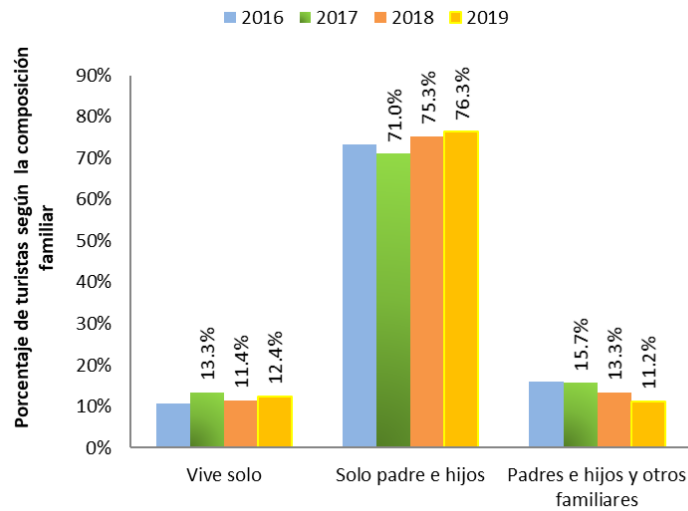
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la Ilustración 29, en el año 2019, el 76.3% de los turistas nacionales viven solo entre padres e hijos. Este resultado es congruente a lo obtenido en el año 2018 (75.3%). Los turistas que viven solos son el 12.4% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está

conformado por padres, hijos y otros familiares es del 11.2%. Resultados que son consistentes con los hallazgos de los años anteriores.

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	AÑO	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	2016	7.4%	0.3%	0.8%	0.5%	1.2%	0.6%	10.8%
	2017	9.0%	0.2%	1.1%	0.4%	2.3%	0.3%	13.3%
	2018	8.4%	0.1%	0.7%	0.1%	1.6%	0.3%	11.4%
	2019	10.1%	0.1%	0.7%	0.1%	1.2%	0.2%	12.4%
Solo padre e hijos	2016	28.1%	6.9%	32.1%	1.1%	3.7%	1.4%	73.1%
	2017	24.2%	5.3%	35.8%	0.6%	4.1%	0.9%	71.0%
	2018	26.0%	4.2%	38.6%	0.9%	4.3%	1.3%	75.3%
	2019	30.4%	4.1%	37.5%	1.0%	2.6%	0.8%	76.3%
Padres e hijos y otros familiares	2016	8.2%	0.9%	4.9%	0.3%	1.0%	0.5%	15.9%
	2017	8.4%	1.6%	3.9%	0.3%	1.1%	0.4%	15.7%
	2018	6.5%	0.8%	4.6%	0.1%	0.9%	0.4%	13.3%
	2019	5.1%	0.4%	5.2%	0.1%	0.3%	0.2%	11.2%
Total	2016	43.9%	8.1%	37.8%	1.9%	5.9%	2.5%	100.0%
	2017	41.5%	7.2%	40.8%	1.3%	7.5%	1.6%	100.0%
	2018	40.9%	5.1%	43.9%	1.1%	6.8%	2.0%	100.0%
	2019	45.6%	4.6%	43.3%	1.2%	4.1%	1.1%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

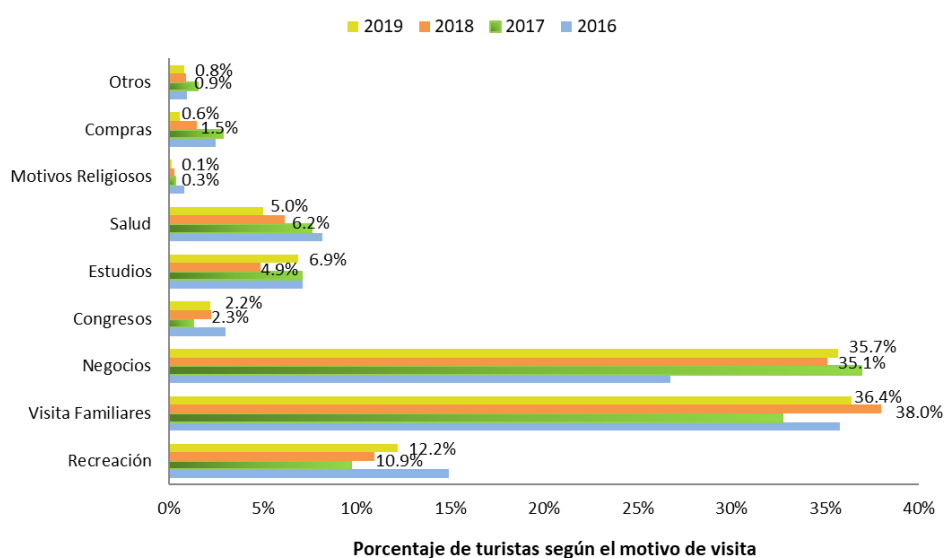
En el año 2019, alrededor del 30.4% de los visitantes viven con sus familias y son solteros. Asimismo, un 37.5% de ellos forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. Resultados que son congruentes a lo reportado en el año 2018.

4.1.2. 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 este año es por visitar a sus familiares o amigos (36.4%) y por realizar negocios o actividades profesionales (35.7%), proporciones similares a lo registrado en el año 2018 (38% y 35.1% respectivamente). La fracción de turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos recreacionales en el año 2019 es del 12.2%.

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

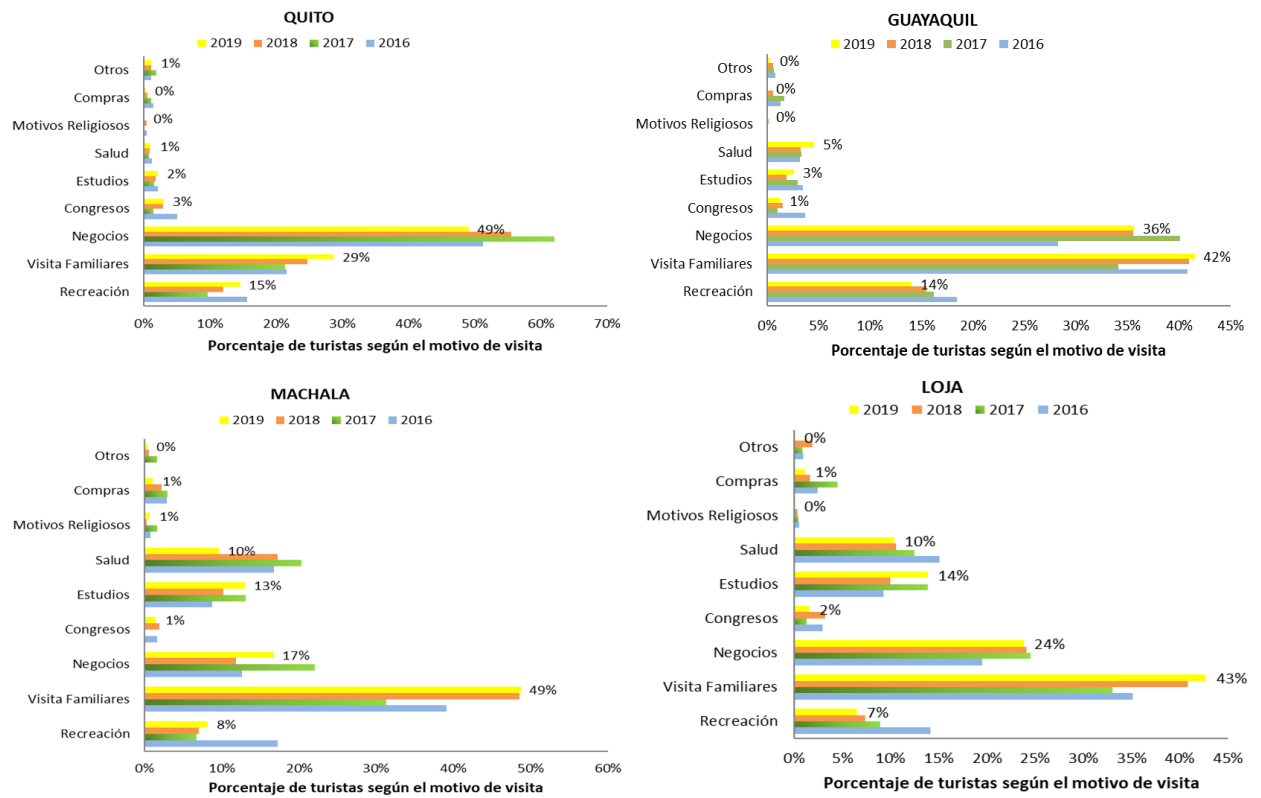


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cabe hacerse la pregunta de si la motivación de la visita del turista nacional varía en función de su ciudad de origen. En la Ilustración 31, se puede observar que las motivaciones de visita de los turistas quiteños son bastante regulares en cuanto a posiciones entre 2018 y 2019, siendo el principal motivo, los negocios. En cuanto al turismo procedente de Guayaquil, tampoco muestra cambios muy marcados, el principal motivo de su visita continúa siendo por visitar a familiares, y en segundo lugar por motivos de negocios. El turismo de recreación mantiene, al igual que con los quiteños, la tercera posición.

En el caso de los visitantes de Machala y Loja se observan proporciones significativas en la razón por visita a familiares o amigos. Otro aspecto a resaltar del turismo de estas dos ciudades es que la tercera y cuarta posición no la ocupa el turismo recreativo, sino el de salud y el de estudios.

Ilustración 31: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca por ciudad

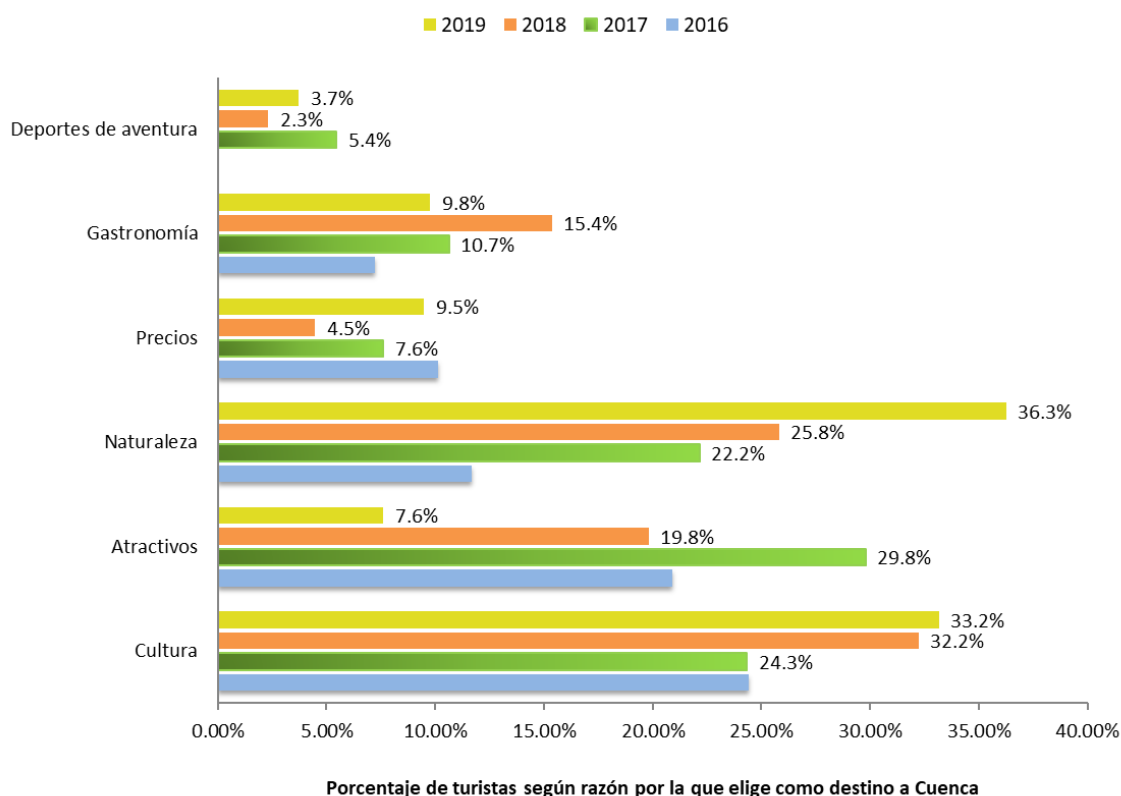


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 (36.3%) y la cultura (33.2%). Es con los atractivos de la ciudad, que los resultados no reportan una proporción significativa (7.6%). Eso resaltando el hecho de que sí lo hicieron en el año 2017 y 2018 (con un 29.8% y 19.8% respectivamente). Cabe señalar que la gastronomía ha perdido importancia que pasó de 15.4% en el año 2018 a 9.8% en el año actual.

Ilustración 32: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca (Solo para turistas que vinieron por razones recreativas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 91.4% de los entrevistados han visitado la ciudad en más de una ocasión, mientras que el 8.6% 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 los años 2016, 2017 y 2018 (con una proporción del 91.7%, 92.6% y 91.2% respectivamente).

4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista nacional

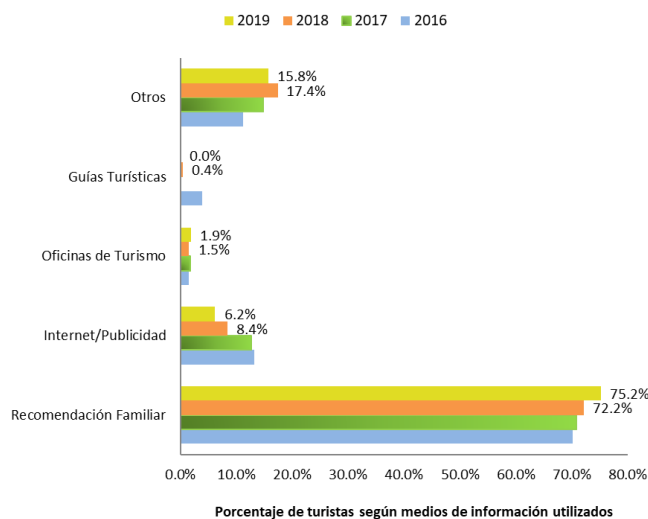
Al evaluar los medios utilizados, los resultados revelan que el turista nacional recibe información principalmente a partir de las recomendaciones de amigos y de familiares que ya han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente en ella en un 75.2%, frente a los hallazgos del año 2018 (72.2%). No utiliza guías turísticas, y solo un 6.2% acude a internet o publicidad para informarse sobre la ciudad de Cuenca (ver

Ilustración 33). Por otro lado, del 15.8% 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). Los resultados son congruentes a lo reportado en años anteriores.

Con respecto a los medios de internet utilizados (Ilustración 34), los hallazgos revelan que en el año 2019 un 30.8% de los turistas nacionales recurre al uso de redes sociales al igual que en el año 2018

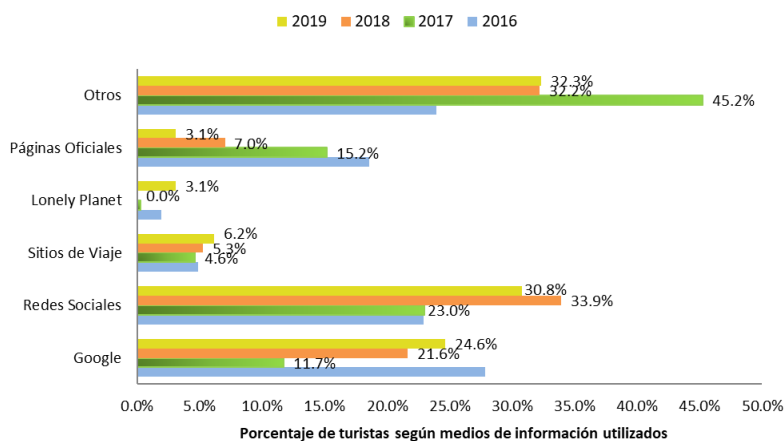
(33.9%). El 24.6% de los visitantes utilizó herramientas como Google y el 6.2% sitios de viaje. Estos resultados se presentan en las Ilustraciones 37 y 38.

Ilustración 33: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 34: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3. Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (62.1%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias representan el 20%. Solamente el 7.4% y 5.6% de turistas vienen en pareja o con sus compañeros de trabajo respectivamente. Estos resultados son similares a los observados en los años 2016, 2017 y 2018.

Ilustración 35: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca

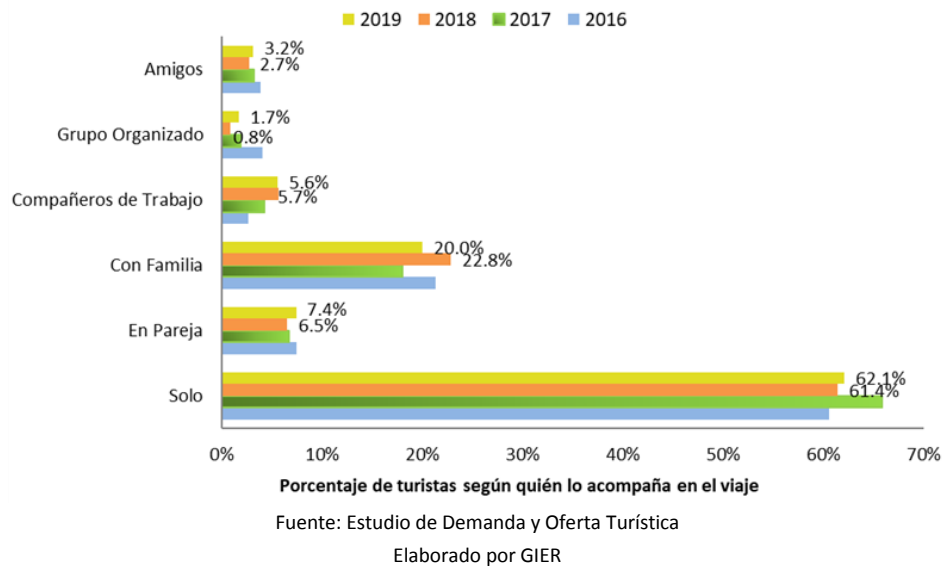
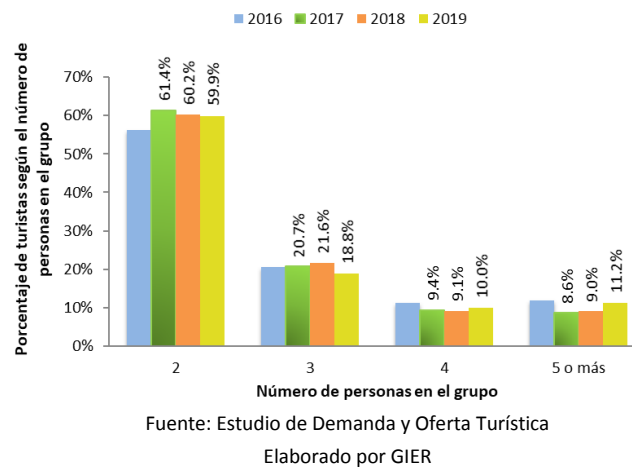


Ilustración 36: Número de Personas en el Grupo



Además, en la Ilustración 36 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 los años anteriores.

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 37.5%, solos en un 27.3% y en pareja en un 23%. Esto sugiere que el turista recreativo prefiere visitar la ciudad acompañado de su familia, solo o en pareja en este año. Esto es diferente a lo registrado en el año 2016 y 2017, donde hubo una mayor proporción de visitantes nacionales de este grupo que vino solo (35.2% y 38.1% respectivamente). Aquel turista nacional que visita la ciudad por motivos de visita a familiares o amigos vienen solos (62.9%) al igual que la mayoría de turistas nacionales que visitan la ciudad por negocios, por participar de congresos o conferencias, o por estudios o investigación (ver anexo 4).

Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Nacional		AÑO	¿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	2016	35.2%	5.1%	33.7%	16.1%	8.9%	1.0%	100.0%
		2017	38.1%	4.1%	36.3%	13.6%	7.9%	0.0%	100.0%
		2018	27.9%	0.9%	45.5%	17.4%	8.0%	0.3%	100.0%
		2019	27.3%	3.0%	37.5%	23.0%	8.3%	0.9%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2016	64.8%	0.6%	25.3%	6.9%	2.3%	0.2%	100.0%
		2017	63.8%	0.6%	25.1%	8.1%	2.1%	0.2%	100.0%
		2018	59.2%	0.6%	31.4%	7.0%	1.6%	0.2%	100.0%
		2019	62.9%	0.4%	27.3%	7.3%	1.7%	0.4%	100.0%
	Negocios, actividades	2016	71.9%	5.7%	7.9%	3.7%	2.9%	7.8%	100.0%
		2017	75.4%	2.6%	5.5%	3.4%	2.5%	10.7%	100.0%
		2018	75.4%	0.8%	5.2%	2.4%	2.0%	14.1%	100.0%
		2019	73.4%	2.3%	5.2%	3.0%	2.7%	13.5%	100.0%
Total		2016	60.8%	3.8%	21.4%	7.5%	3.9%	2.7%	100.0%
		2017	65.8%	1.9%	18.1%	6.7%	3.2%	4.3%	100.0%
		2018	61.4%	0.8%	22.8%	6.5%	2.7%	5.7%	100.0%
		2019	62.0%	1.7%	20.0%	7.4%	3.2%	5.6%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

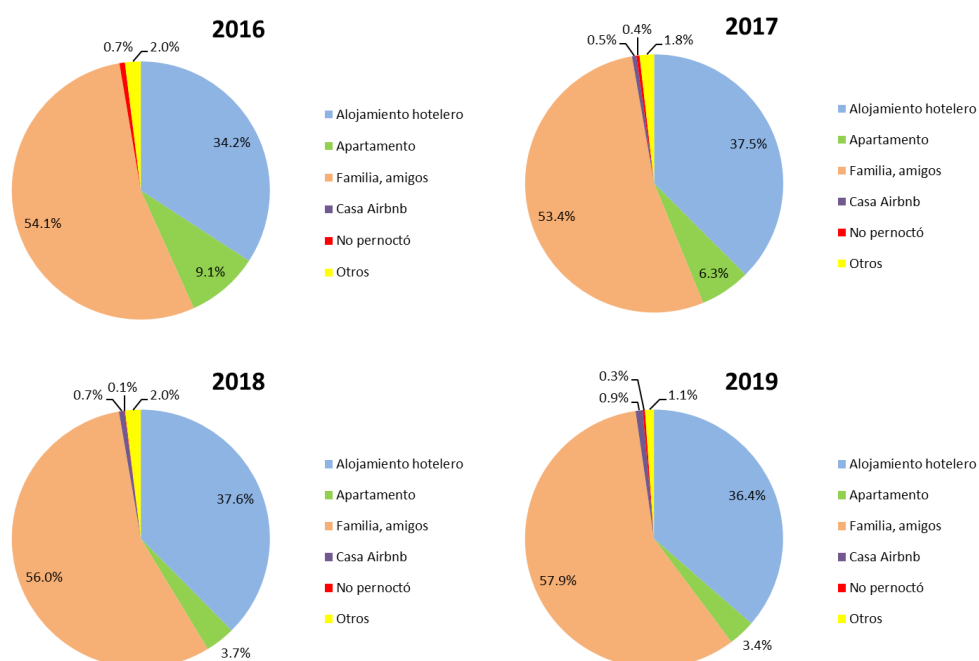
Los resultados revelan que una amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (con un 93.9% en el año 2019 vs. 89%, en el año 2018). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquetes ofertados por una agencia turística es alrededor del 6.1%.

4.1.4. 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% de turistas con la misma preferencia en el año 2018. Aquellos que eligen un establecimiento hotelero corresponden al 36.4% del total. El uso de un apartamento aplica solamente para el 3.4% de los visitantes. Los hallazgos, nuevamente son consistentes con los reportados en el año 2018.

Ilustración 37: 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 61.5% prefiere un establecimiento hotelero tradicional, mientras que un 33.8% se aloja con familiares o amigos. Este resultado es similar con respecto a lo obtenido en el año 2018 (60.6% y 35.3% respectivamente).

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		AÑO	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?				TOTAL
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones ⁶	2016	46.7%	8.9%	43.0%		100.0%
		2017	51.5%	1.5%	44.9%	1.0%	100.0%
		2018	60.6%	1.5%	35.3%	1.5%	100.0%
		2019	61.5%	2.6%	33.8%	2.1%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2016	10.9%	4.4%	84.1%		100.0%
		2017	9.0%	4.3%	85.1%	0.5%	100.0%
		2018	7.4%	2.0%	88.7%	0.5%	100.0%
		2019	9.8%	1.4%	87.4%	0.7%	100.0%
	Negocios, actividades	2016	61.2%	10.0%	25.5%		100.0%
		2017	65.3%	6.2%	25.3%	0.4%	100.0%
		2018	66.2%	5.3%	25.3%	0.6%	100.0%
		2019	58.4%	3.7%	34.9%	0.7%	100.0%
Total		2016	34.3%	8.8%	54.2%		100.0%
		2017	37.5%	6.3%	53.4%	0.5%	100.0%
		2018	37.6%	3.7%	56.0%	0.7%	100.0%
		2019	36.4%	3.4%	57.9%	0.9%	100.0%

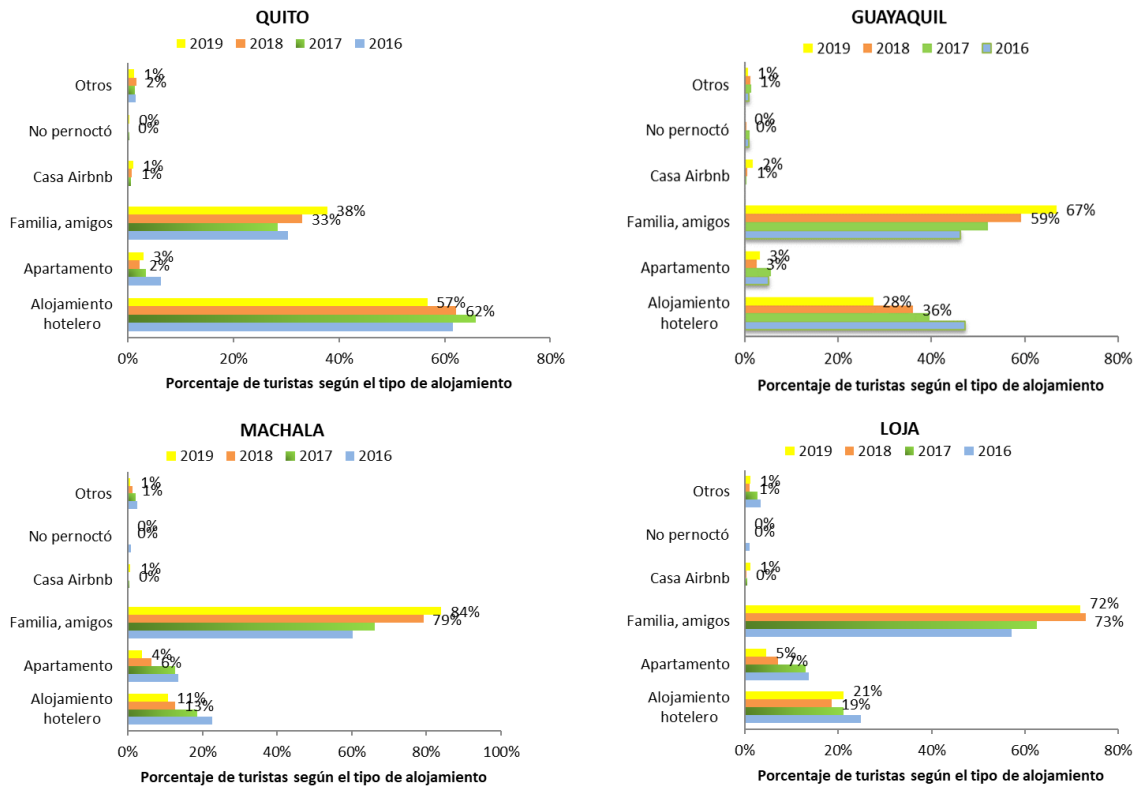
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En la Ilustración 38 se presenta el tipo de alojamiento elegido por los turistas nacionales, de acuerdo con su ciudad de origen. Se aprecia que las tendencias del año 2018 se mantienen en el año 2019, ya que los quiteños continúan eligiendo alojamiento hotelero (57%), con un no menos importante 38% que se aloja con sus familiares o amigos. El visitante guayaquileño, en un 67%, prefieren alojarse con sus familiares o amigos y en un 28% prefiere utilizar alojamiento hotelero. Visitantes

machaleños y lojanos deciden, en una gran proporción, alojarse con sus amigos o familiares (84% y 72%, respectivamente).

Ilustración 38: Tipo de alojamiento del Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca según ciudad de la que provienen



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 año 2019, la estancia promedio es de 4.7 días que es ligeramente menor en un día en relación al mismo periodo del año 2018 (5.09 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 los años 2016, 2017 y 2018.

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

	2016	2017	2018	2019
Media	4.42	4.91	5.09	4.70
Cuartil 1 (25% de los casos)	2.00	2.00	2.00	2.00
Mediana (Cuartil 2)	2.00	3.00	3.00	3.00
Cuartil 3 (75% de los casos)	4.00	5.00	5.00	5.00
Moda	2.00	2.00	2.00	2.00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Bajo estas condiciones, se realiza una desagregación por motivo de viaje, para determinar con certeza la duración de la estadía de acuerdo con el motivo principal de viaje. La Tabla 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 motivos de estudios e investigación. El turista que viene por negocios, por congresos o conferencias, tratamiento de salud o por realizar compras o servicios personales 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 años anteriores.

Tabla 13: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional
(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista Nacional		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Mediana)			
		2016	2017	2018	2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	2.0	3.0	3.0	3.0
	Negocios, actividades	2.0	2.0	2.0	2.0
	Congresos, conferencias	3.0	2.5	3.0	2.0
	Estudios, investigación	3.0	3.5	3.0	3.0
	Tratamiento de salud	2.0	2.0	2.0	2.0
	Motivos religiosos	2.0	2.0	3.0	3.0
	Compras o servicios personales	2.0	2.0	2.0	2.0
	Otros	2.0	2.5	2.5	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 al registrado en el año 2016, 2017 y 2018. 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 de 3 días, un día menos que en el año 2018. Con estos hallazgos se puede confirmar que, en el caso de turista nacional, el tipo de alojamiento es un factor que influye en la duración de la estancia dados los resultados robustos que se presentan en todos los periodos analizados.

Tabla 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)			
		2016	2017	2018	2019
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2.0	2.0	2.0	2.0
	APARTAMENTO	5.0	5.0	7.0	5.0
	FAMILIA, AMIGOS	3.0	3.0	3.0	3.0
	CASA AIR BNB	N/D	4.5	4.0	3.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	1	1.0	5.0	1.0
	OTROS	3	3.0	5.0	5.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

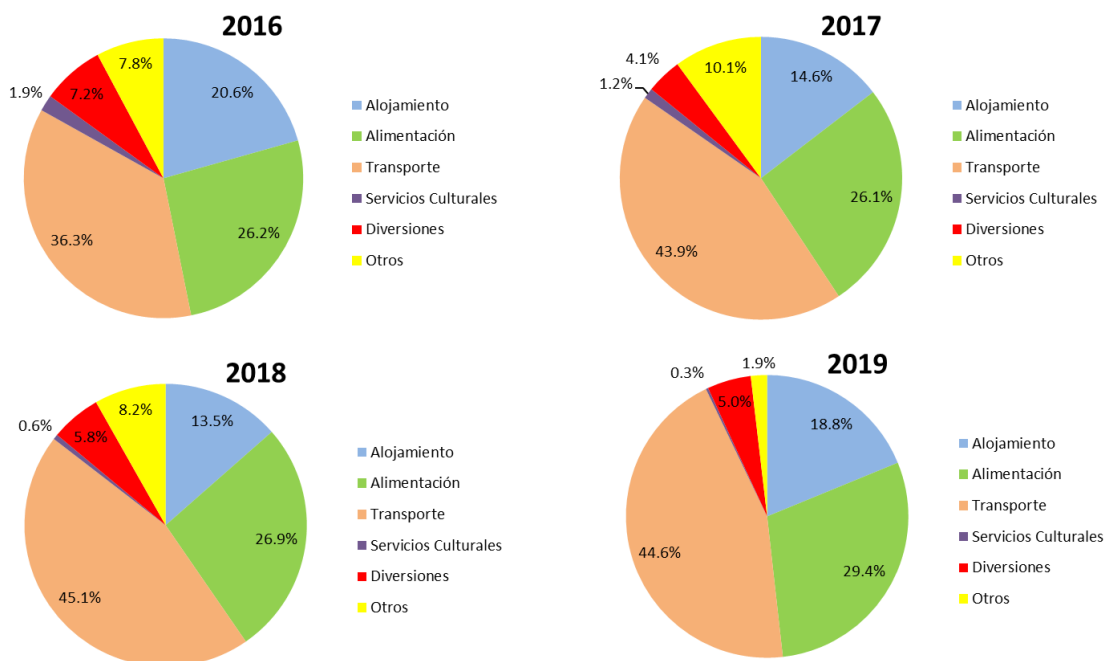
Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca erogan en promedio \$213.16 por grupo¹¹ durante toda su estancia en el año 2019, valor que es inferior al gasto promedio obtenido en el año 2017 y 2018 (\$269.97 y \$281.09) pero mayor al reportado en el año 2016 (\$198.24). 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 \$165.18 en promedio, por persona en el año 2019, dato menor al \$190.02 y \$189.52 por persona reportado en el año 2017 y 2018 respectivamente. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona se calculó en \$52.48, valor similar al gasto diario por turista obtenido en el año 2017 y 2018 (\$54.68 y \$53.03 respectivamente)¹².

La Ilustración 39, revela la composición del gasto turístico en los años 2016, 2017, 2018 y 2019. Del total de erogaciones realizadas por los turistas nacionales, el 44.6% se destina a transporte, el 29.4% a alimentación, y un 18.8% a alojamiento. El 5% del gasto se destina a entretenimiento. En relación al año 2018, la composición del gasto con respecto a alojamiento es mayor en el año 2019 (18.8%) frente al 13.5% registrado en el año 2018.

Ilustración 39: 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

¹¹ 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.

¹² 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.

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 un incremento leve en el gasto turístico del turista recreativo al comparar el año 2018 y 2019. Así, se puede apreciar un incremento de 30 dólares con respecto al año 2018. Este responde a un incremento significativo en todos los rubros de gasto. Aquellos turistas que vienen a la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos o que viene por motivos de negocios o actividades profesionales gastan \$65.83 y \$125 respectivamente. En los dos rubros se registra un considerable incremento en comparación al año 2018. Aquellos visitantes que vinieron por participar de congresos y conferencias presentaron un incremento en su gasto mediano durante la estancia. Esta tendencia al incremento hace que el promedio de gasto mediano durante la estancia en el año 2019 (\$97.81) sea mayor al obtenido en el año 2018 (\$82.96).

Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional

Turista Nacional		AÑO	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	\$24.57	\$28.78	\$44.56	\$1.48	\$7.59	\$13.02	\$120.00
		2019	\$40.01	\$31.05	\$53.10	\$2.89	\$12.40	\$10.55	\$150.00
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$1.45	\$15.87	\$28.78	\$0.29	\$4.33	\$4.29	\$55.00
		2019	\$7.80	\$20.76	\$26.19	\$0.27	\$8.58	\$2.23	\$65.83
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$32.44	\$30.30	\$46.27	\$0.34	\$2.78	\$4.86	\$117.00
		2019	\$42.04	\$28.39	\$43.74	\$0.31	\$5.79	\$4.72	\$125.00
	Congresos, conferencias	2018	\$21.22	\$17.85	\$40.20	\$0.20	\$1.35	\$4.68	\$85.50
		2019	\$47.59	\$29.45	\$56.08	\$1.82	\$8.07	\$18.98	\$162.00
	Estudios, investigación	2018	\$14.12	\$18.19	\$12.97	\$0.13	\$1.62	\$0.97	\$48.00
		2019	\$22.14	\$18.03	\$13.08	\$0.00	\$5.50	\$1.25	\$60.00
	Tratamiento de salud	2018	\$3.64	\$11.31	\$11.38	\$0.11	\$0.69	\$2.87	\$30.00
		2019	\$6.50	\$8.51	\$11.65	\$0.06	\$1.54	\$1.74	\$30.00
	Motivos religiosos	2018	\$8.51	\$13.55	\$19.61	\$0.22	\$1.37	\$6.31	\$49.58
		2019	\$0.00	\$15.06	\$43.94	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$59.00
	Compras o servicios personales	2018	\$3.30	\$6.09	\$7.40	\$0.03	\$0.52	\$29.65	\$47.00
		2019	\$8.66	\$14.72	\$17.60	\$0.00	\$6.54	\$12.99	\$60.50
	Otros	2018	\$18.52	\$20.07	\$37.96	\$0.22	\$3.88	\$9.86	\$90.50
		2019	\$36.55	\$20.67	\$50.14	\$0.00	\$12.64	\$0.00	\$120.00
Total		2018	\$16.27	\$22.12	\$34.84	\$0.42	\$3.66	\$5.67	\$82.96
		2019	\$26.01	\$24.13	\$35.07	\$0.61	\$7.51	\$4.48	\$97.81

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Turista Nacional		2018	2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$40.00	\$50.00
	Visita a familiares o amigos	\$18.33	\$21.94
	Negocios, actividades profesionales	\$58.50	\$62.50
	Congresos, conferencias	\$28.50	\$81.00
	Estudios, investigación	\$16.00	\$20.00
	Tratamiento de salud	\$15.00	\$15.00
	Motivos religiosos	\$16.53	\$19.67
	Compras o servicios personales	\$23.50	\$30.25
	Otros	\$36.20	\$40.00
	GLOBAL	\$34.97	\$40.96

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El gasto diario mediano por persona, de turistas nacionales en el año 2019 es de \$40.96, valor mayor al reportado en el año 2018 (\$34.97), lo que significa un incremento de 17%. Aquel turista que viene por participar en congresos o conferencias, o por negocios o actividades profesionales presenta el mayor gasto diario por persona (\$81 y \$62.5 respectivamente). Siguen quienes vienen por motivos recreacionales (\$50).

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

4.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 88.2%, 82.5% y 86.9% respectivamente. Esto es similar a lo obtenido en el año 2018 (88.1%, 82% y 84.7% respectivamente). Esto ubica al destino Cuenca entre aquellas ciudades asequibles y con un alto beneficio por dólar pagado.

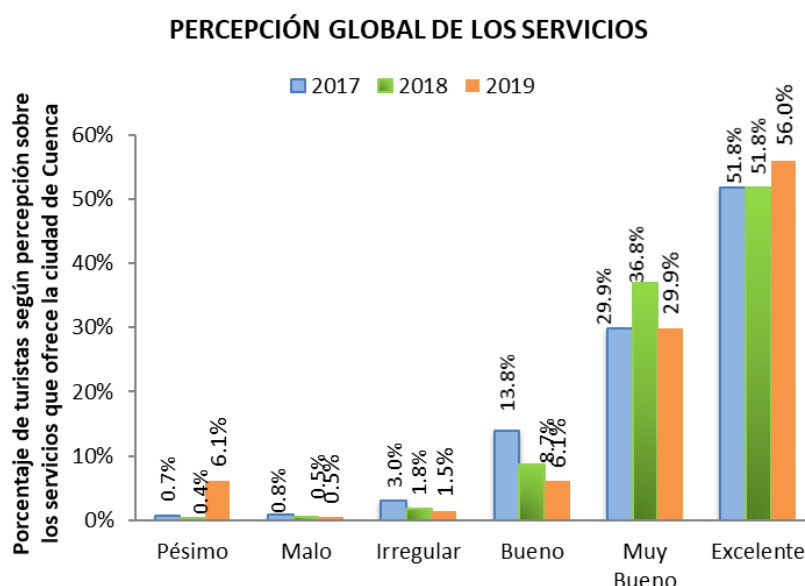
4.1.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del estudio muestran que en general, el turista nacional califica los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes. Además, hubo una percepción de alta seguridad en la ciudad, se evaluó como excelente a sus zonas verdes y otros atractivos y como muy buena o excelente a la atención y trato por parte de los cuencanos.

Al calcular la percepción global de todos los servicios mencionados para los años 2017-2019, se evidencia que hubo una mejora, ya que la proporción de turistas que califican como bueno el servicio en el año 2017 disminuyó para el año 2019, a favor de una calificación de excelente. Esto

se puede apreciar en la ilustración 40.¹³ Es importante recalcar que las percepciones sobre la ciudad han mejorado, tanto en el turista nacional como con el turista extranjero, tal como se indicó en el acápite correspondiente. Esta mejora en la percepción es más notable en los servicios de información, señalización y servicios urbanos, en el anexo 9 se encuentra el detalle de estas evaluaciones. A excepción del caso de los servicios de ocio y diversión y servicios donde la calificación excelente disminuye notablemente en el año 2019 respecto a la presentada en el año 2018.

Ilustración 40: Percepción global sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, 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

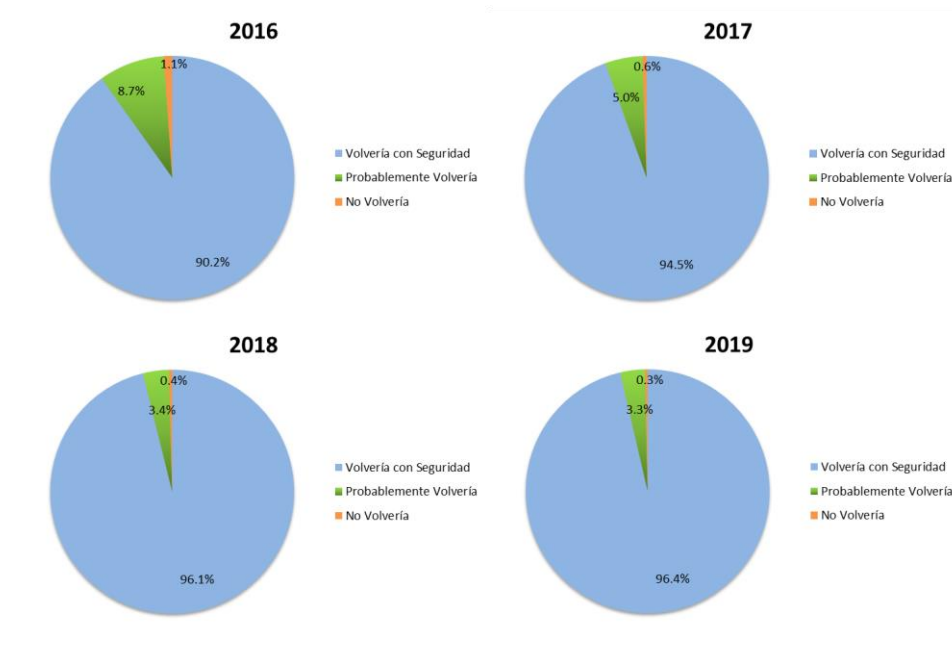
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

Como se aprecia en las Ilustración 41 e Ilustración 42, alrededor del 96.4% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca; valor que es similar que lo registrado en el año 2018 (96.1%). Alrededor del 3.3% probablemente regresaría; en este año los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volverían son solamente el 0.3%. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 88.1% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, sin embargo, un 11.4% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un

¹³ 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 y 2018.

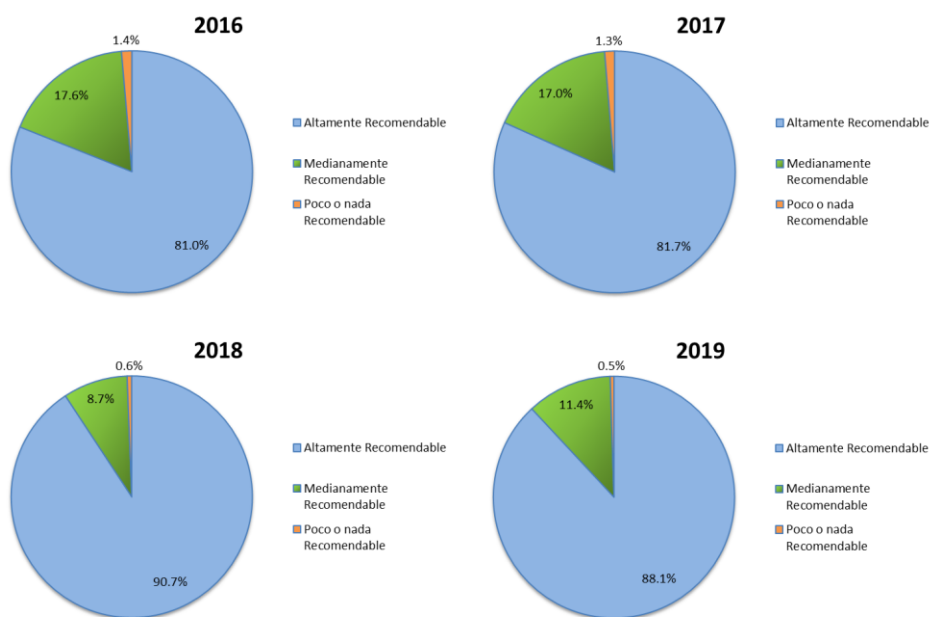
0.5% la considera como poco o nada recomendable. Esto es congruente con lo reportado en el año 2018.

Ilustración 41: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 42: Recomendabilidad del Destino Cuenca



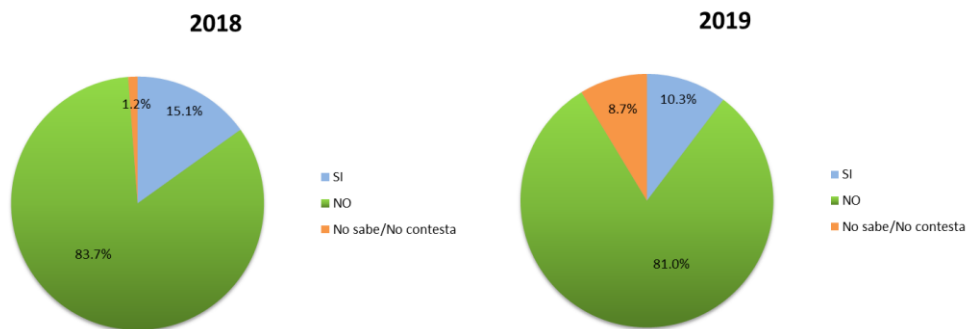
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 42.6% 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 57.4%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad.

Finalmente, en la Ilustración 43, 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 en el año 2019 es de 10.3%, valor que es menor al registrado en el año 2018 (15.1%).

Ilustración 43: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable



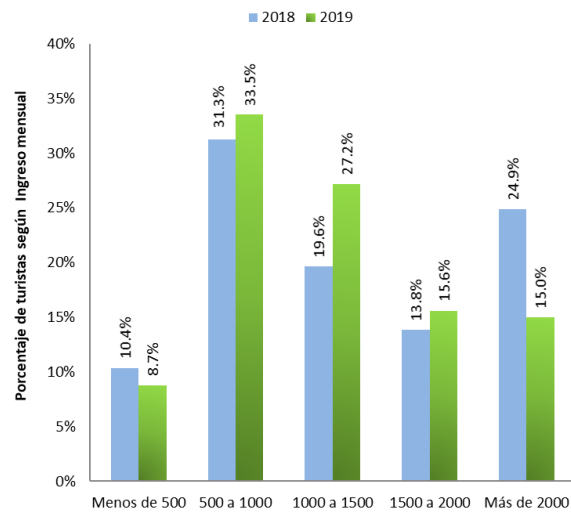
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Según la Ilustración 44, una gran proporción de turistas nacionales presentan ingresos mensuales entre 500 a 1,000 dólares (33.5%). La proporción de turistas nacionales que ganan entre 1,000 a 1,500 dólares es del 27.2%; mientras que aquellos con ingresos entre 1,500 a 2,000 dólares mensuales representan el 15.6%. Un 15% de visitantes tienen ingresos de más de 2,000 mensuales; valor que es aproximadamente 10% menos que en el año 2018. Mientras un 8.7% de turistas nacionales reporta percibir menos de 500 dólares. Esto nos da una media de ingresos de 1,222.97 dólares al mes, una mediana de 1,115.78 dólares y una moda de 898.26 dólares.

Esto sugiere que el turista Nacional que visita la ciudad en el año 2019 tiene 6.5% menos ingresos que aquel turista que lo hizo en el año 2018 (media de \$1,308.29).

Ilustración 44: Ingreso mensual del Turista Nacional



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

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

Perfiles de turistas nacionales

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el año 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 año 2019

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero o con familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$135, es decir, un gasto diario por persona de \$62.5.
- b) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$65.83, es decir, un gasto diario por persona de \$21.94.
- 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 \$150, es decir, un gasto diario por persona de \$50.

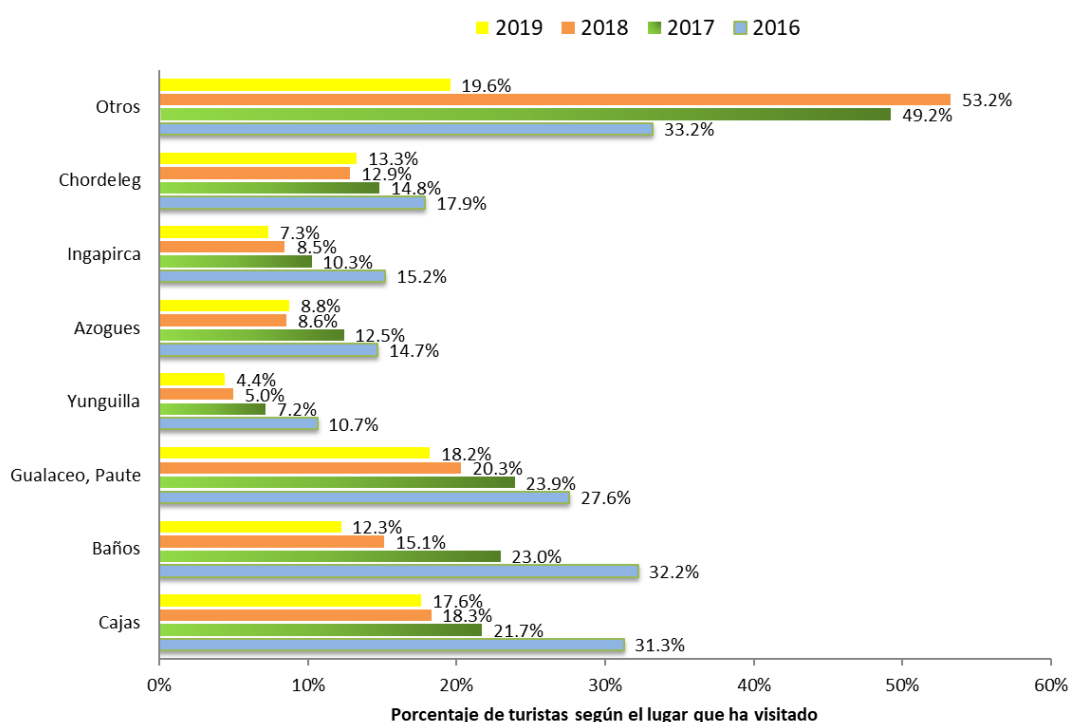
5. Comportamientos y percepciones adicionales de turistas nacionales y extranjeros”

5.1. Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el periodo 2016 - 2019

Los lugares más visitados por los turistas nacionales y extranjeros en el periodo 2016 - 2019, fuera de los límites políticos de la ciudad de Cuenca, se pueden apreciar en la Ilustración 45. Esta ilustración presenta la proporción de visitantes que recibió cada lugar en estos 4 años.

El top de los lugares más visitados para el año 2019, lo tienen los cantones de Gualaceo y Paute (18.2%), seguidos por el Parque Nacional Cajas (17.6%); mientras que el tercer lugar es para Baños Chordeleg (13.3%). Cabe notar que existe una ligera disminución en la proporción de visitantes a todos los lugares previamente mencionados, entre 2018 y 2019.

Ilustración 45: Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca en el año 2016 - 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2. Factores que impresionaron a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019.

En la Ilustración 46 se presenta los factores que más impresionaron -tanto positivos como negativos- a los turistas, tanto nacionales como extranjeros, en los años 2016, 2017 y 2018. En general, un 90% de turistas indica que los factores que le impresionaron de la ciudad fueron los aspectos positivos.

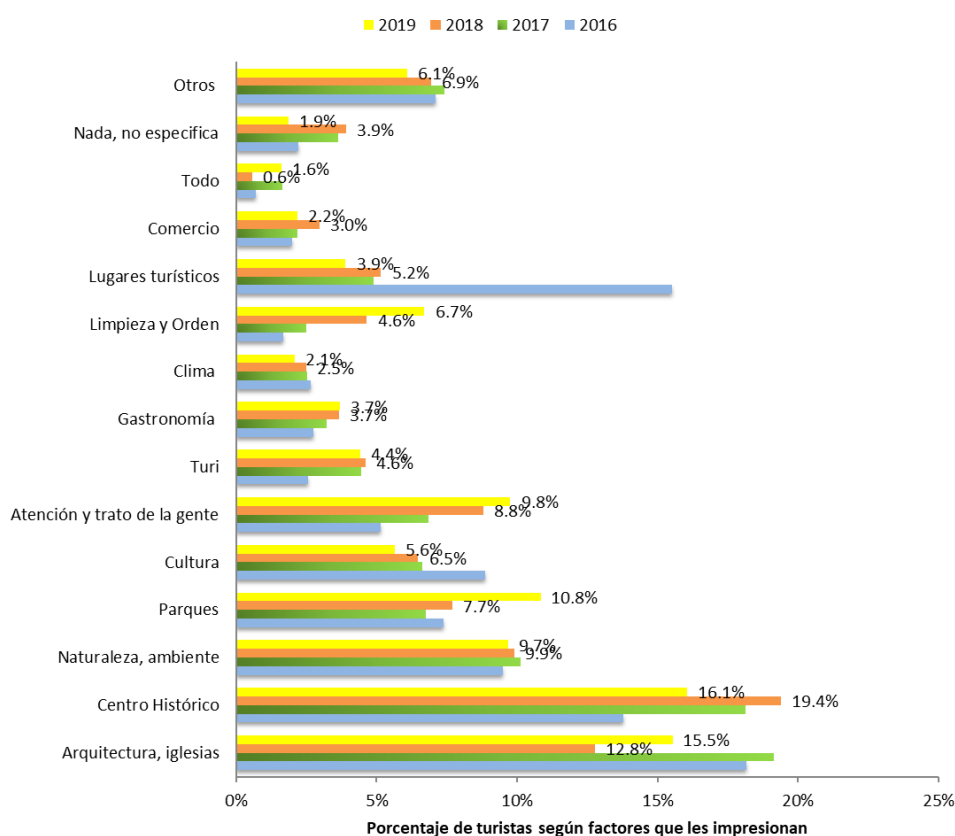
En el 2019, el factor que más impresionó a los turistas fue el Centro histórico, con una proporción de 16.5%. El segundo factor que impresionó a los turistas, fue la arquitectura colonial de edificios, casas y las iglesias de la ciudad de Cuenca (15.5%). La naturaleza y ambiente como ríos, zonas verdes, bosques, montañas, el parque nacional Cajas, entre otros aspectos, fue un factor que impresionó al 9.7% de los turistas en el año 2019, similar al año 2018.

Los diferentes parques de la ciudad y la cultura (como fiestas, festivales, tradiciones, historia, folclore entre otros) también atraen a los turistas en proporción de 10.8% y 5.6% en cada caso. Otro factor que atrae a los turistas es la amabilidad de la gente (9.8%).

El mirador Turi le impresionó al 4.4% de los turistas, y a un 3.7% la gastronomía de la ciudad. La limpieza y orden de la urbe, al igual que el comercio agradó especialmente al 6.7%.

De la proporción que indica otros, los turistas indican que le impresionaron entre otras cosas los factores negativos como problemas en las carreteras, en las vías; el tráfico entre otros factores que resultan ser tan desagradados que no son significativos a nivel individual.

Ilustración 46: Factores que impresionaron a los turistas en el año 2016 - 2019

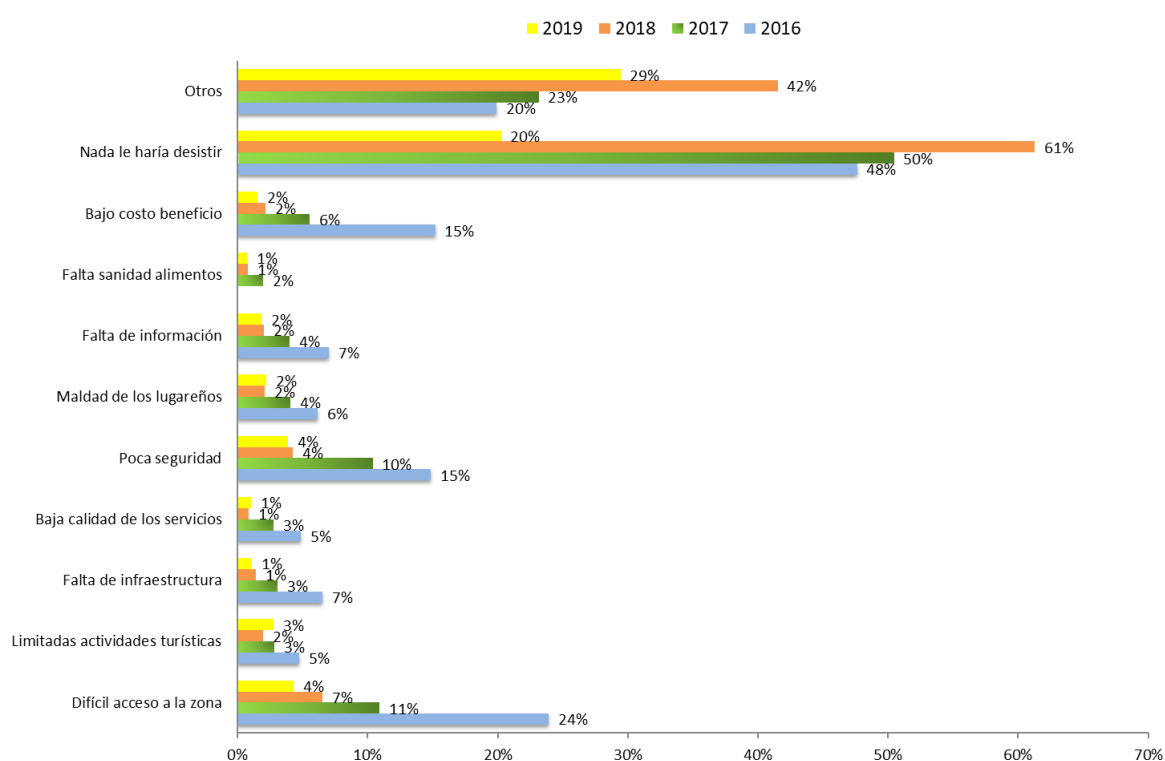


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3. Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019.

Los resultados 2019 muestran una disminución general en la proporción de cada factor que le haría desistir de una visita futura a los turistas tanto nacionales como extranjeros respecto a los años 2016 y 2017, pero son similares en relación al año 2018. Uno de los factores que muestra grandes disminuciones respecto al año 2016, es el difícil acceso a la zona (disminución de 24% a 4%). Otro factor importante que disminuyó, es la poca seguridad, pasando de 15% en 2016 al 4% en el 2019. Los factores restantes que le harían desistir de una visita futura se encuentran alrededor del 1% y 2%. (Ver Ilustración 47). Los turistas que indican que nada le haría desistir representa un 20% del total

Ilustración 47: Factores que haría desistir de una visita futura de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Cuenca

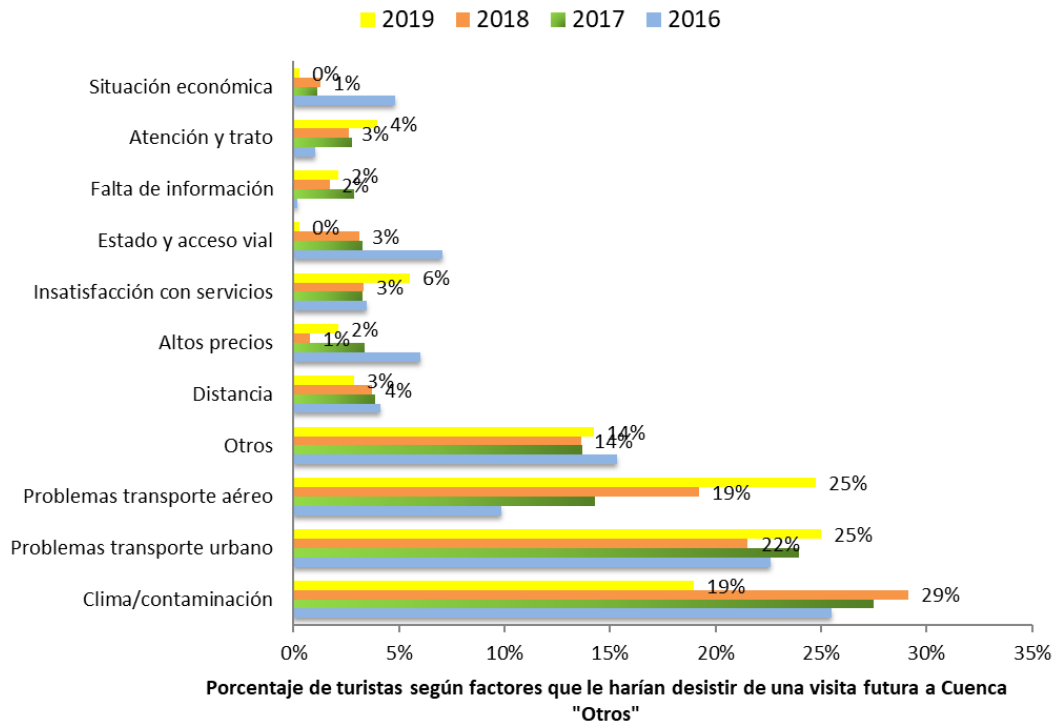


Porcentaje de turistas según factores que le harían desistir de una visita futura a Cuenca

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se observa una disminución en la categoría “otros factores que le haría desistir al turista de una visita futura a la ciudad de Cuenca”, de 42% en el año 2017 a 29% en el año 2019. En la Ilustración 48, se desagrega estos otros factores señalados por los turistas; entre ellos se evidencia que lo que le haría desistir de una visita futura son los problemas de transporte urbano (25%) como un mal servicio de buses, taxi, problemas ocasionados por el tranvía, el tráfico, mala o falta de señalización, o problemas con las tarjetas de bus urbano. Un 25% de turistas indican que son los problemas de transporte aéreo lo que le haría desistir como problemas con aeropuerto, altos costos de pasaje, por cancelación de vuelos, difícil acceso aéreo internacional, pocos vuelos o frecuencias.

Ilustración 48: Factores que haría desistir de una visita futura de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Cuenca “Otros”



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

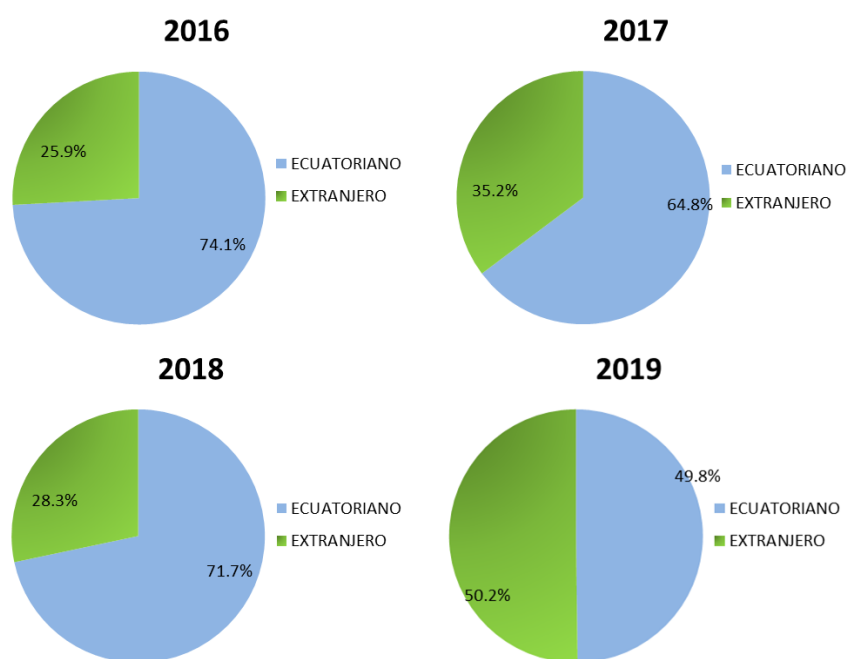
6. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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 los años 2016, 2017 y 2018, se ponen a consideración a continuación.

6.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, en el año 2019 el 49.8% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales y un 50.2% son extranjeros. Existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros entrevistados en establecimiento hotelero frente al 25.9%, 35.2% y 28.3% reportado en los años 2016, 2017 y 2018 respectivamente.

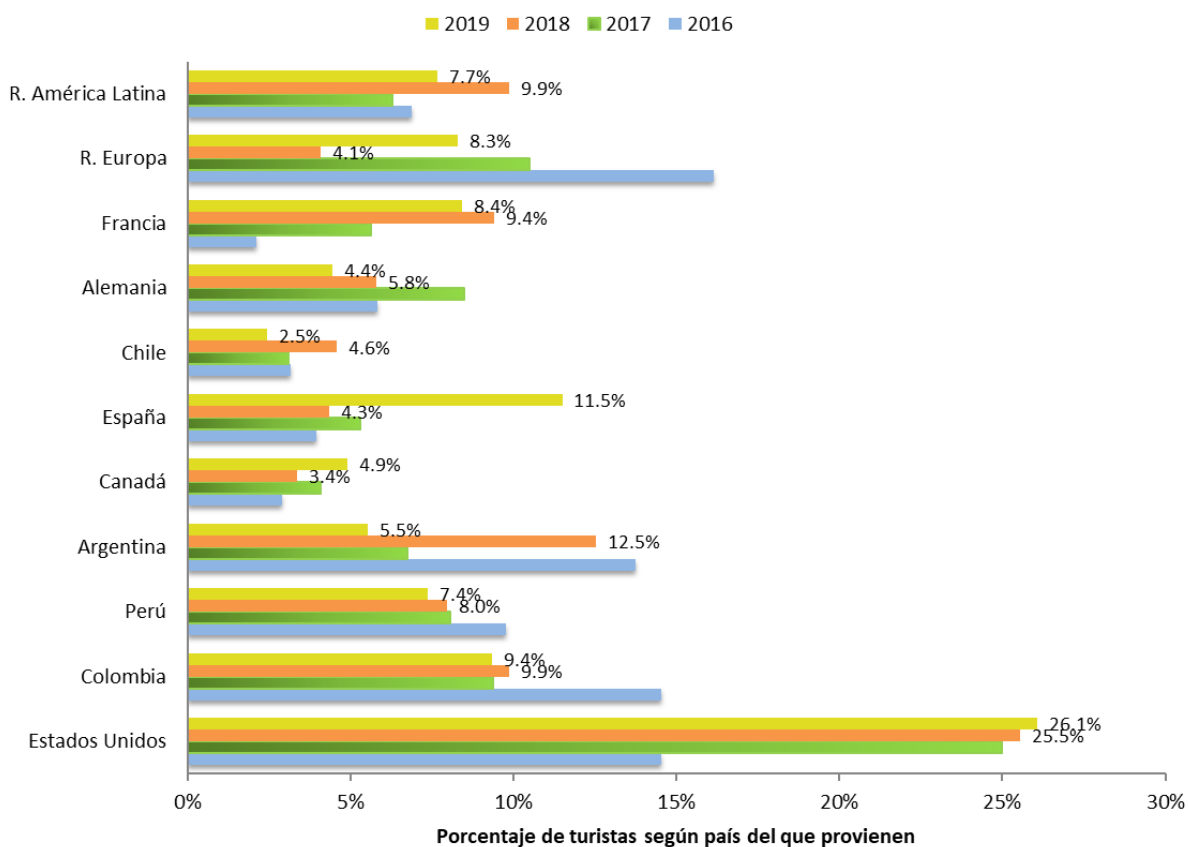
Ilustración 49: Procedencia del Turista en el Hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia que la mayor proporción de turistas provienen de Estados Unidos (26.1%), al igual que en el año 2018 (25.5%). La incidencia de turistas españoles, colombianos, franceses, y peruanos es del 11.5%, 9.4%, 8.4%, y 7.8% respectivamente (Ilustración 50).

Ilustración 50: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene

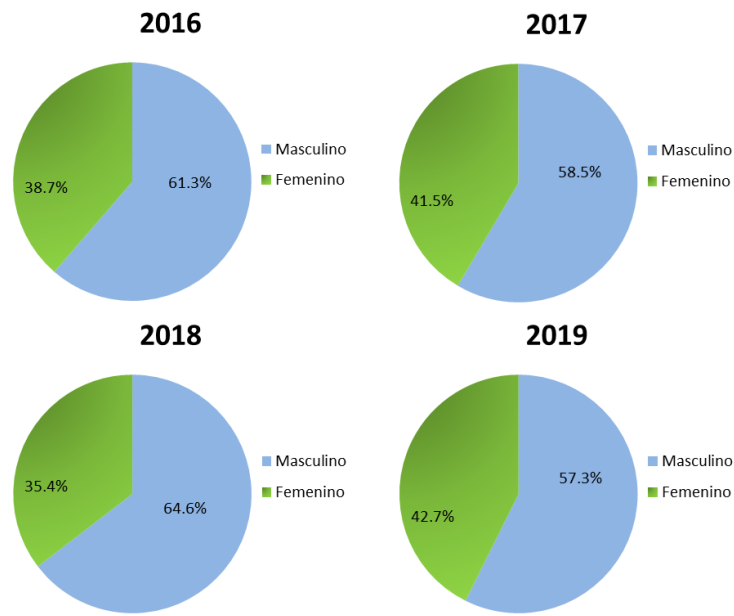


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, las dos principales ciudades de origen de los visitantes hospedados en hoteles son Quito (28.44%) y Guayaquil (24.11%). Existe además un 6.49%, 5.26% de turistas lojanos y machaleños respectivamente. El 31.99% proviene del resto de ciudades del Ecuador, que a nivel individual resultan ser no significativas (anexo 10).

En lo que respecta al género, en el año 2019 la proporción de encuestados en hoteles de sexo masculino fue de 57.3% frente a 42.7% de mujeres (Ilustración 51). En el año 2018 la proporción estuvo compuesta por 64.6% varones frente a un 35.4% de mujeres.

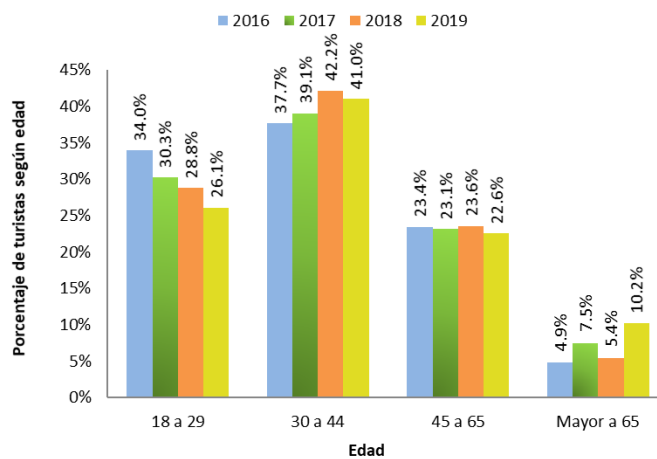
Ilustración 51: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 52 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros tienen entre 30 a 44 años (41%). Una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años y entre 45 a 65 años, 26.1% y 22.6% respectivamente. Resultados similares se observan en el año 2018. Respecto al año 2016, se observa una menor proporción de turistas jóvenes.

Ilustración 52: Edad del turista en el hotel

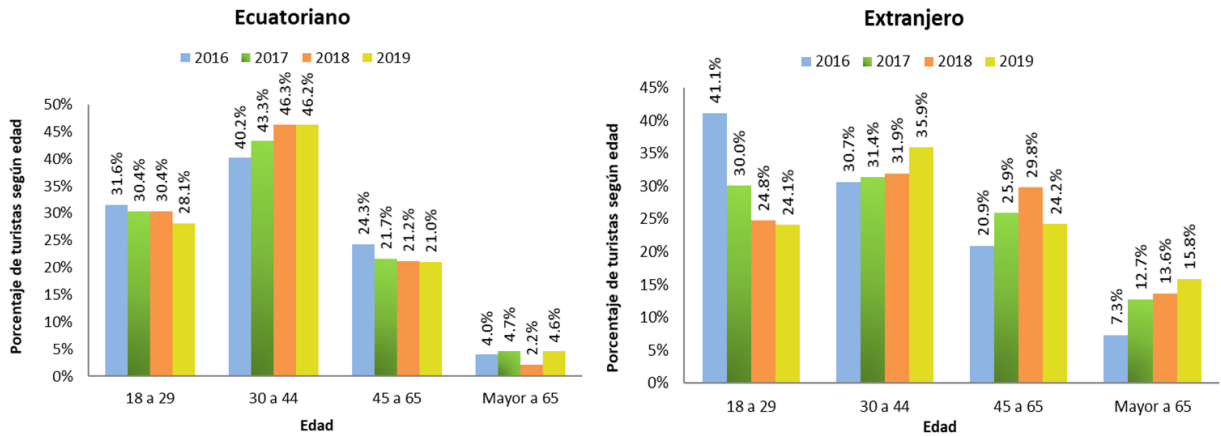


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 53), estas muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre los 30 a 44 años (46.2%). Este rango etario en el turista extranjero es del 35.9%. Una distinción

importante, es que ahora el turista extranjero tiene mayor edad que aquel que visitó la ciudad en el año 2016.

Ilustración 53: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

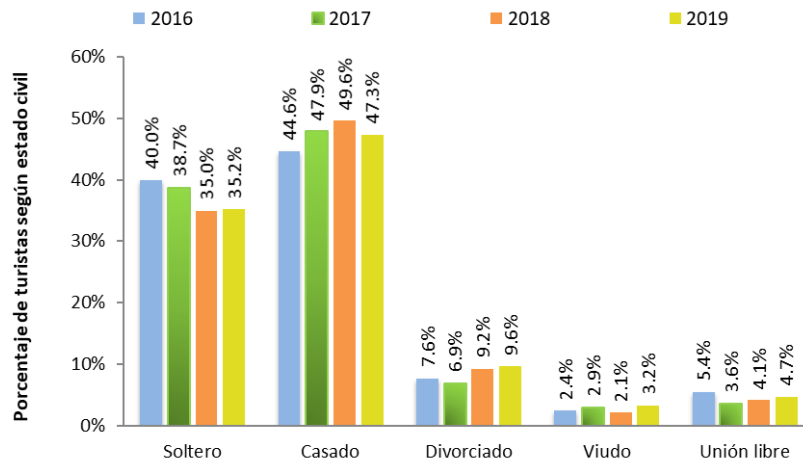


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (47.3%), al igual que en los años de análisis anteriores. En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros 35.2%, valor similar al obtenido en el año 2018 (35%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

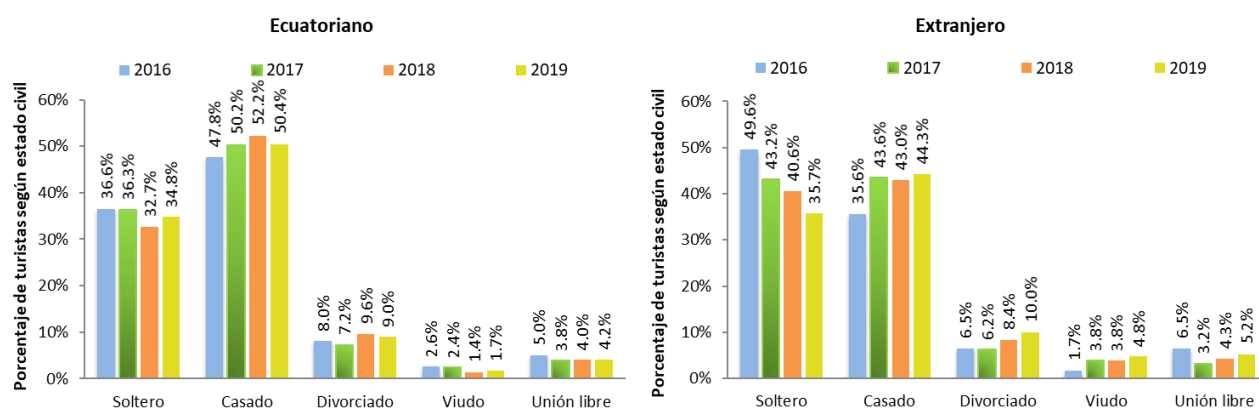
Ilustración 54: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



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 año 2019 se aprecia que el visitante nacional y extranjero son mayoritariamente casados (50.4% y 44.3% respectivamente).

Ilustración 55: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



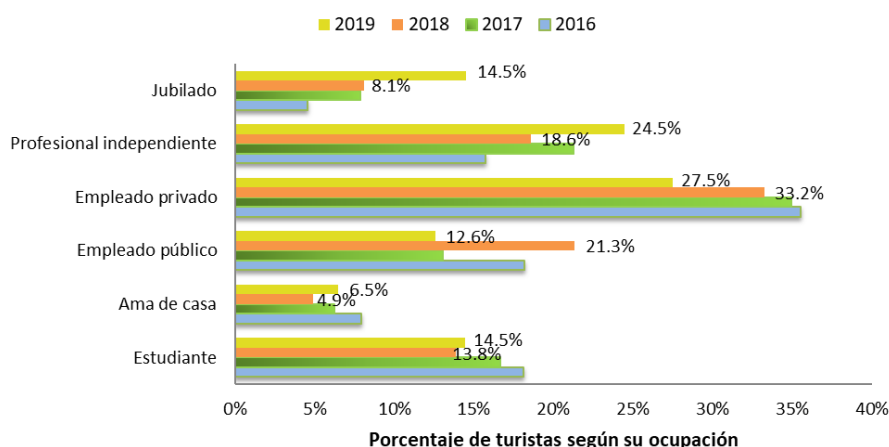
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la Ilustración 56, hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados y profesionales independientes, 27.5% y 24.5% respectivamente. El cambio más notable frente a lo ocurrido en 2018 es la disminución de turistas que laboran como empleados públicos a favor de una mayor representatividad de aquellos jubilados.

Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos laboran básicamente como empleados privados (34.2%), profesionales independientes (22.3%), o son estudiantes (15.2%). Mientras que el visitante extranjero trabaja como profesional independiente (26.7%), jubilado (24.2%) y empleado privado (20.9%).

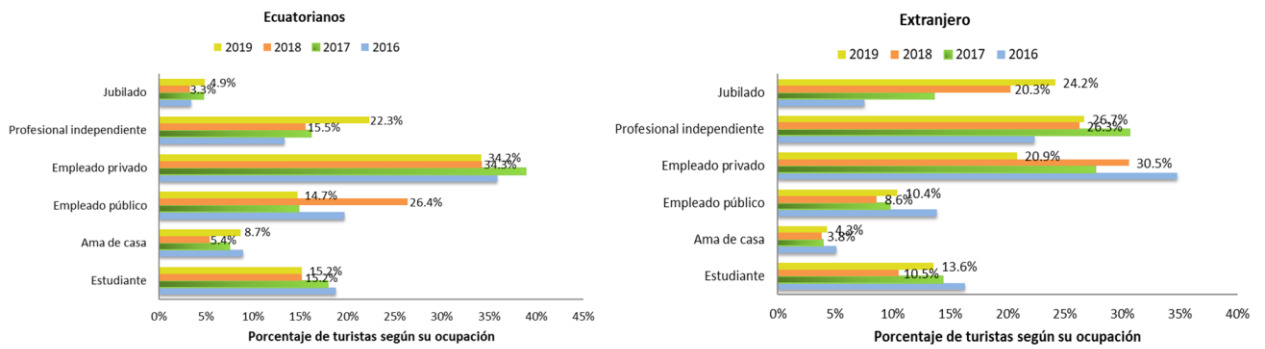
Ilustración 56: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Ilustración 57: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



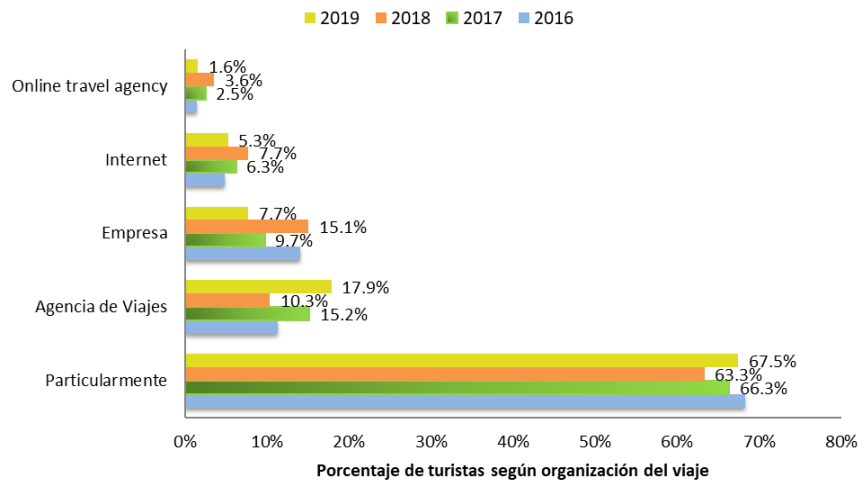
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3. 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 (67.5%). Turistas que organizan su viaje a través de su empresa o por agencia de viajes alcanzan únicamente el 7.7% y el 17.9%, respectivamente. El uso de internet y de agencias de viaje online es menos de 6% en cada caso (Ilustración 58).

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 año 2018.

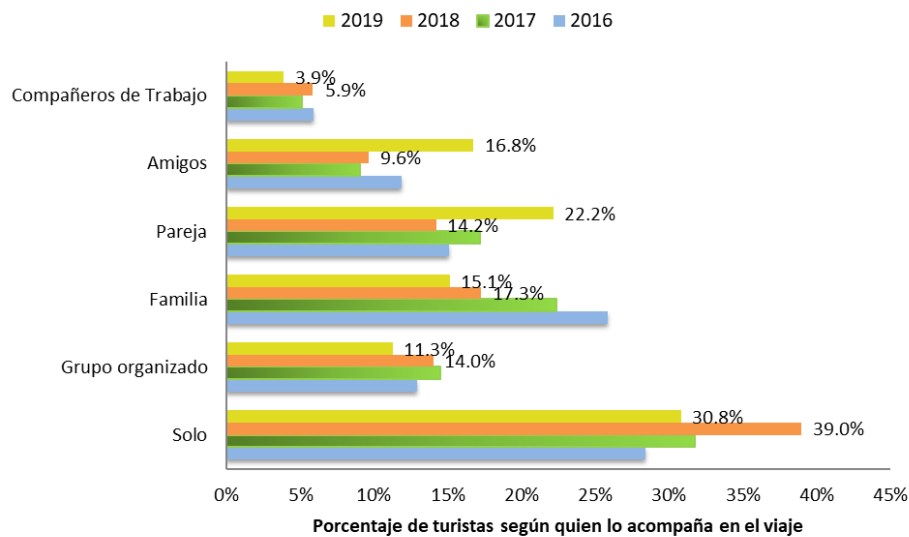
Ilustración 58: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos, con pareja o amigos (30.8%, 22.2% y 16.8% respectivamente), mientras que en el año 2018 los turistas prefirieron viajar solos en una proporción del 39% o con su familia (17.3%) (Ilustración 59).

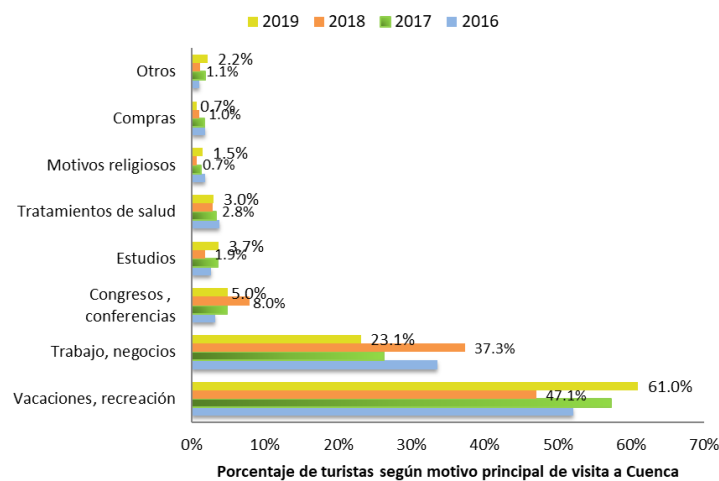
Ilustración 59: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



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 (61%) proporción que es 13.9 puntos porcentuales más que el registrado en el año 2018 (47.1%). Hay un 23.1% que viene por motivos de trabajo o negocios. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 5% cada una.

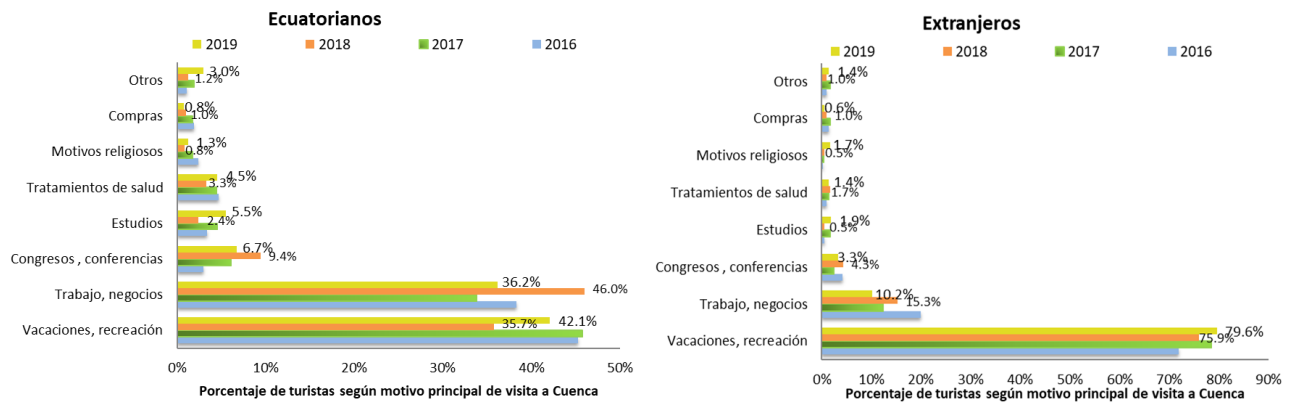
Ilustración 60: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 61 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 61: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



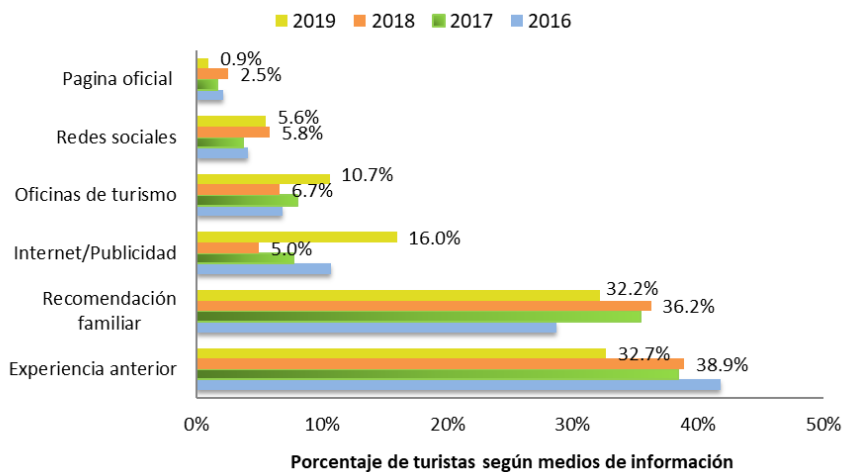
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.4. Medios de Información Utilizados

Las experiencias pasadas y las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 64.9% 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 año 2019 (10.7% y 16% respectivamente) en relación con el año 2018 (6.7% y 5% respectivamente). El uso de redes sociales y páginas oficiales es bajo ya que representa menos del 6% del total en cada caso. (Ilustración 62).

En el caso particular de los turistas ecuatorianos, éstos continúan basando su información acerca de la ciudad en experiencias anteriores (53%), y un porcentaje menor en recomendaciones familiares (27.6%). Para el turista extranjero, en cambio, la fuente principal, sigue siendo la recomendación de familiares/amigos (36.7%), y ahora también el internet (15.6%) y las oficinas de turismo internacional (13.4%) (Ver anexo 11).

Ilustración 62: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



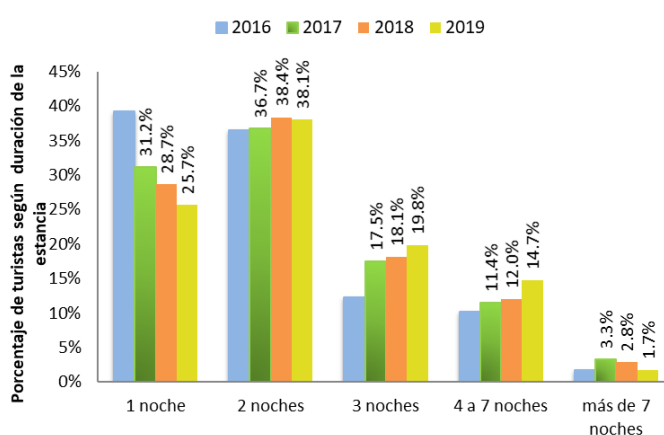
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.5. Duración de la Estancia

En la Ilustración 63 se revela que en el año 2019, el 38.1% de los turistas hospedados en hoteles pernoctó dos noches, mientras que un 19.8% lo hizo por tres noches. Quienes se hospedan solamente una noche representan el 25.7% del total de visitantes. Frente a los resultados de años anteriores, la proporción de visitantes que se quedan una noche, cada vez es menor a favor de un incremento de aquellos que se quedan hasta 3 noches.

Se encontró además que 81.4% de los visitantes que abandonan el hotel indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento; solamente 18.6% reveló que se quedará noches adicionales en otro establecimiento, siendo la más común la respuesta una noche extra.

Ilustración 63: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles

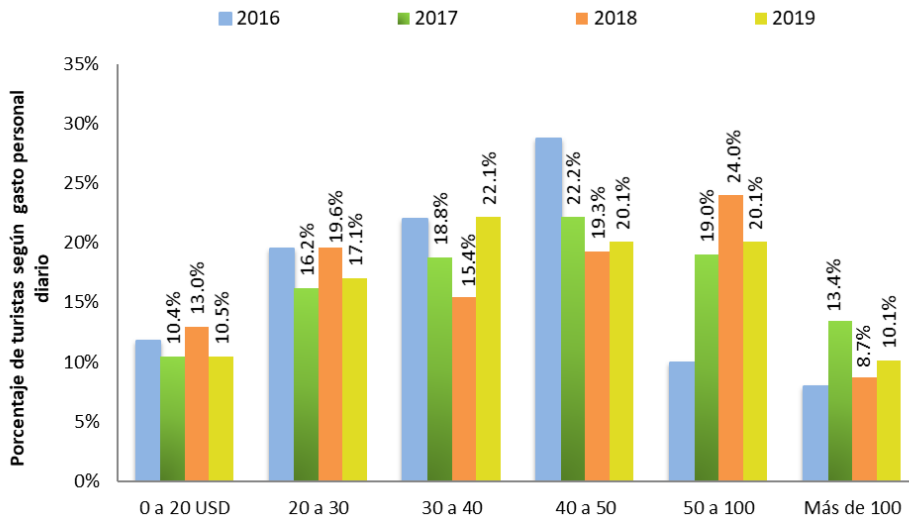


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 64 revela el patrón de gasto del turista hospedado en hoteles, para los años 2016, 2017, 2018 y 2019. Se observa que en 2019 la mayor proporción de turistas gastó diariamente entre 30 a 40 dólares durante la estadía (22.1%); otro tanto (20.1% en cada caso) erogó entre 40 a 50 dólares y entre 50 a 100 dólares. Se observa una disminución considerable del porcentaje de visitantes que gastan diariamente un valor entre 50 a 100 dólares (24% en el año 2018) y un incremento del porcentaje de trabajadores que gasta entre 30 a 40 dólares (22.1% en el 2019) en comparación con el año 2018 (15.4%).

Ilustración 64: Gasto Personal Diario durante la estadía

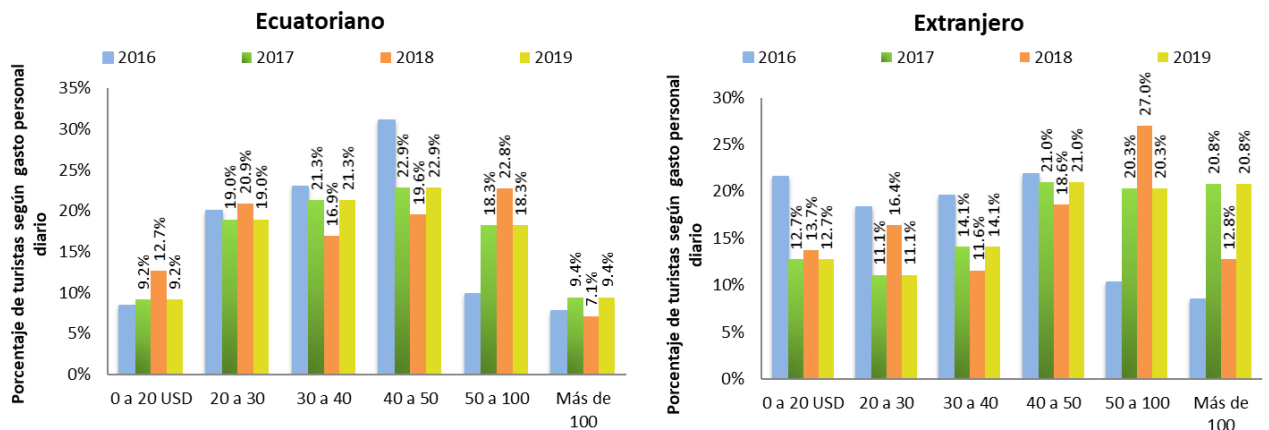


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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 65 se puede apreciar un comportamiento en forma de montículo en la distribución del gasto del turista nacional, mientras que la distribución del gasto del turista extranjero presenta cierta aglomeración a la derecha de la distribución en el año 2019.

Se obtuvo un promedio ponderado del gasto, resultando que los visitantes ecuatorianos gastaron en el año 2019 aproximadamente \$USD 48.41, frente al extranjero que gastó \$USD 58.59. El gasto promedio ponderado del turista nacional es similar al presentado en el año 2018 (\$USD 46.85), mientras que en el caso del turista extranjero el gasto fue algo mayor respecto a su periodo similar 2018 (\$USD 53.43).

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

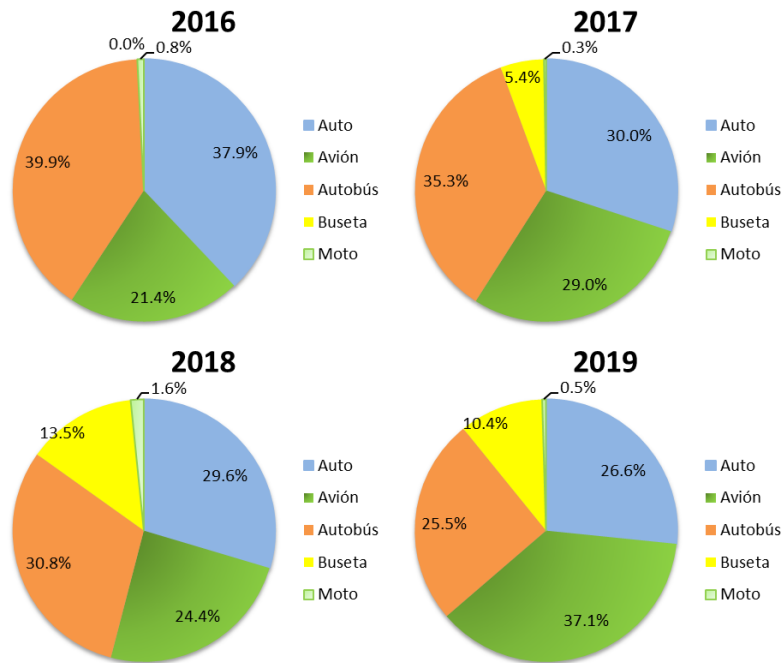


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.7. Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en establecimiento hotelero, 37.1% llegó a la ciudad utilizando avión, y un 26.6% vino en auto. Aquellos que utilizaron autobús o buseta corresponden al 25.5% y 10.4%, respectivamente. Es interesante notar que el avión como medio de transporte incrementa su importancia pasando de 24.4% en el 2018 a 37.1% en el 2019.

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

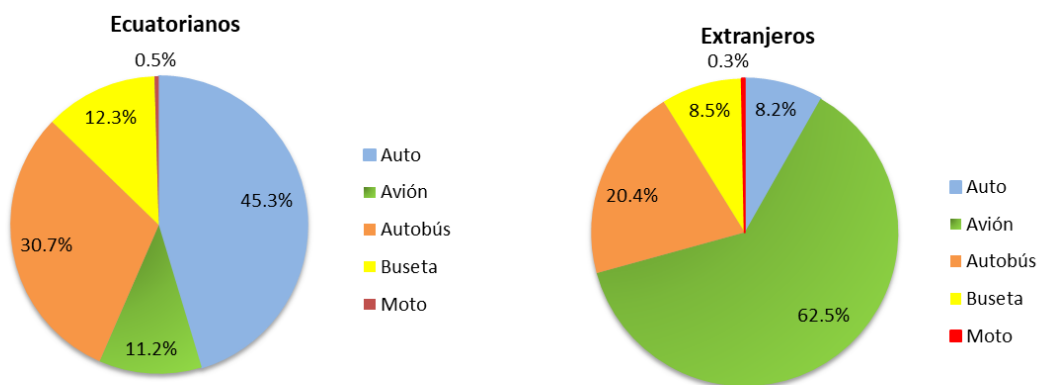


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Ilustración 67), la mayoría de los turistas nacionales utilizó auto para visitar la ciudad (45.3%) y un 30.7% usó autobús; mientras que un 62.5% de los turistas extranjeros llegaron en avión y un 20.4% en autobús.

Ilustración 67: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista

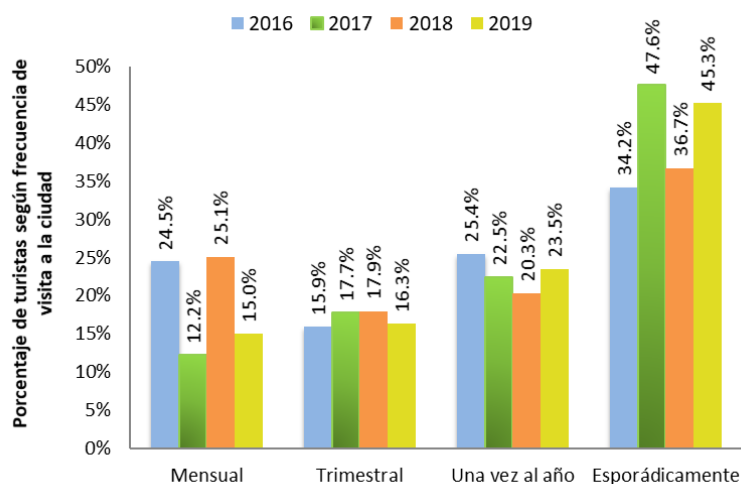


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

6.8. Frecuencia de visita

El estudio revela que los turistas entrevistados en establecimientos hoteleros que visitaron Cuenca tanto en los años de estudio no tienen un patrón de frecuencia de visita definido, puesto que algunos lo hacen esporádicamente (con incremento de 36.7% a 45.3% entre 2018 y 2019), mientras que otros dividen sus visitas en frecuencias anuales (23.5%), trimestrales (16.3%) o mensuales (15%).

Ilustración 68: Frecuencia de visita del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7. Estimación de la Demanda de Turistas en la Ciudad de Cuenca

En este acápite se realiza una estimación de la demanda turística en la ciudad de Cuenca para el año 2019, y se comparan los resultados obtenidos con las estimaciones realizadas en los años 2016, 2017 y 2018.

7.1. Estimación de la demanda Turística en un mes típico

De manera paralela a la realización de las encuestas aplicadas en los terminales aéreo y terrestre, se realiza un conteo de todos los turistas identificados en cada bus y avión relevado. A partir de este dato se proyecta el total de turistas que dejan la ciudad, utilizando estos medios de transporte, en un mes típico¹⁴. Para los detalles, ver el anexo 12.

Procediendo de esta manera, se estima que en un mes representativo, los turistas que viajan en bus y avión fueron en promedio 59,533 y 5,873 respectivamente, dando un total de 65,406 turistas que viajaron por estos medios de transporte en el año 2019 (ver Tabla 17).

Finalmente, para estimar el número de turistas que utilizan como transporte su auto propio para venir a la ciudad, se multiplica el número de turistas que se alojan en hoteles que es estimado por el estudio de oferta (49,720 turistas en promedio mensual) por la proporción de turistas que utilizan como medio de transporte su auto propio en establecimiento hotelero, esto nos da un valor de 13,949 turistas. Sumando la cantidad estimada de turistas que dejó la ciudad por bus o avión, más aquellos que viajan en su auto propio da una estimación total de 79,356 turistas que visitan la ciudad por estos medios de transporte en un mes representativo del año 2019. Valor que es menor al número de turistas estimados en el 2018 (82,046), 2017 (81,636) y mayor al 2016 (62,455).

Tabla 17: Estimación del número de turistas que dejó la ciudad utilizando Bus o Avión en un mes representativo en el año 2019

Estimación de Turistas	Turistas Mensuales por Medio de Transporte Utilizado	
	N. turistas	Proporción
Turistas que viajan por bus en un mes típico	59,533	75.0%
Turistas que viajan por avión en un mes típico	5,873	7.4%
Turistas que viajan por Auto Propio en un mes típico	13,949	17.6%
TOTAL TURISTAS EN UN MES	79,356	100%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.2. Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.

Con la información del epígrafe anterior, en conjunto con la proporción de turistas hospedados en hoteles que viajaron por bus o avión, arrojados por las encuestas de demanda (Ver anexo 13), se

¹⁴ Se considera un mes representativo a los meses de relevamiento que son meses típicos, es decir fuera de feriados o fechas cívicas.

obtienen los siguientes resultados con respecto a la estimación del total de turistas que viajaron en bus, avión o auto propio y que se hospedaron en hoteles, en un mes representativo en el año 2019

Tabla 18: Estimación de turistas que se alojaron en Establecimiento Hotelero que vinieron en bus, avión o auto propio en un mes representativo del año 2019

Estimación de turistas en establecimiento hotelero	Turistas según medio de transporte en un mes típico
Por avión o bus	28,229
Por auto propio	13,949
Total	42,178

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Tabla 18 muestra que los turistas que viajaron por bus o avión y que se hospedaron en hoteles en un mes representativo en el año 2019 fue de 28,229, que conjuntamente con aquellos que viajaron en auto propio da un total de 42,178 turistas que se hospedan en establecimiento hotelero. Esto es una disminución de turistas de 6.38% que se hospedan en hoteles respecto al año 2018 (45,053 turistas estimados). Como dato referencial y con fines comparativos el valor de turistas que estima la encuesta de oferta es de aproximadamente 49 mil.

7.3. Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca para el año 2016, 2017, 2018 y 2019

Para el cálculo de la demanda turística es necesario ajustar el valor típico mensual de turistas de acuerdo a la estacionalidad. Para ello se recurre a un índice de valor basado en los registros reales de la tasa de ocupación.

En la Tabla 19 se puede apreciar en que el promedio mensual de ocupación hotelera en el año 2019 fue del 34.4%. El mes más cercano a este valor corresponde a septiembre, por lo que éste se convierte en el periodo base con un valor de 100%; en este mes el número de turistas es el valor estimado de turistas que vinieron en bus, avión o auto propio en el año 2019 (79,356 turistas). A partir de esto, como se puede apreciar en la columna 3, se calculan los índices de valor correspondientes a cada periodo, los cuales sirven para ajustar el estimado mensual de turistas de acuerdo a un factor estacional. Los resultados se presentan en la columna 4.

Como se puede apreciar, de acuerdo a este procedimiento, en el año 2019 se estima un stock turístico de 950,710 visitantes (nacionales y extranjeros)¹⁵, que es menor al número de turistas estimado en el año 2018 (985,360) y 2017 (980,320). Finalmente en la columna 5 se contabiliza el estimado total de turistas extranjeros que visitaron la ciudad en 245,475. Ahora bien, de los 245,475 turistas extranjeros estimados, el 62.63% reportó alojarse en establecimiento hotelero y de los 705,235 turistas nacionales el 36.37% reportó alojarse en establecimiento hotelero. De la misma manera al sumar ambas fracciones tenemos un total de 410,225 turistas alojados en esta

¹⁵ Es importante recalcar que en este rubro se contabilizan todas las formas de turismo propuestas a lo largo de este estudio, no solamente el turismo recreativo.

modalidad, al dividir este valor para 12 meses nos sale un estimado mensual 34,185 turistas que prefieren establecimiento hotelero en la ciudad de Cuenca.

Tabla 19: Estimación de turistas en el Cantón Cuenca en el año 2019

MES	TASAS DE OCUPACION	INDICE DE VALOR	ESTIMACIÓN TOTAL DE TURISTAS	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES
ENE	30.15%	88%	69444	17930	51513
FEB	38.34%	111%	88290	22796	65493
MAR	33.48%	97%	77098	19907	57191
ABR	31.20%	91%	71856	18553	53303
MAY	31.45%	91%	72422	18699	53722
JUN	31.18%	90%	71806	18540	53266
JUL	38.82%	113%	89407	23085	66322
AGO	40.96%	119%	94323	24354	69968
SEP	34.46%	100%	79356	20490	58866
OCT	28.28%	82%	65120	16814	48306
NOV	40.74%	118%	93830	24227	69603
DIC	33.76%	98%	77759	20078	57682
	34.40%		950710	245475	705235

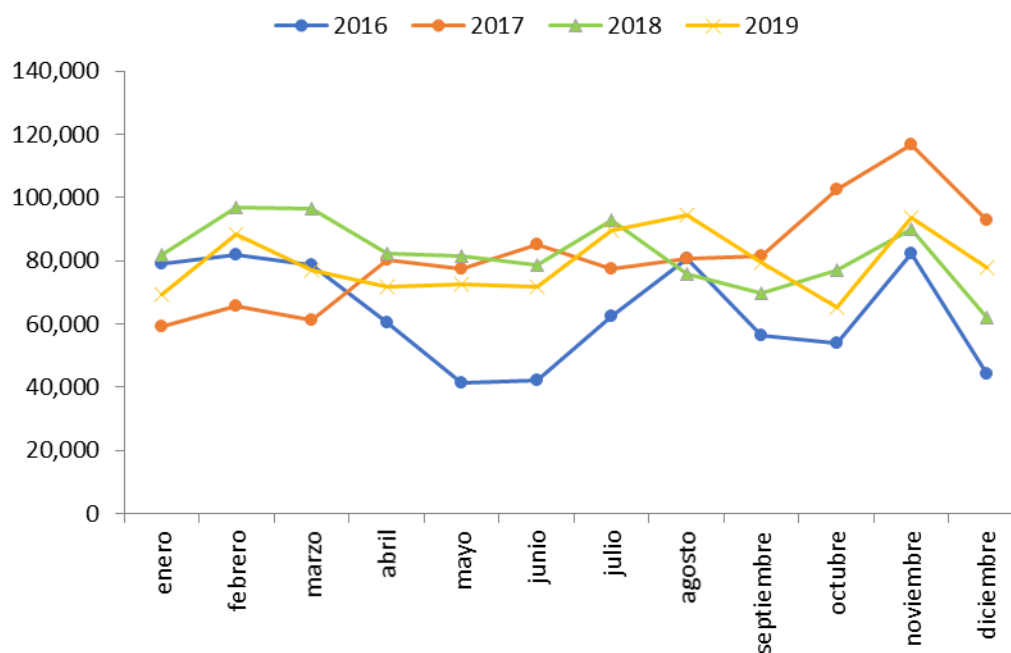
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Es importante acotar que estas corresponden a todos los turistas independientemente de la forma de hospedaje elegido. Para un detalle del estimado de cuanto de este stock de turistas se hospeda en hotel, favor remitirse al estudio de ocupación turística en el estudio de oferta.

La Ilustración 69 presenta la estimación mensual del flujo de turistas a Cuenca en el año 2016, 2017, 2018 y 2019, en concordancia con el comportamiento de la tasa de ocupación hotelera, hay una menor entrada de turistas en el primer semestre del año 2019 respecto al año 2018, lo que se debe a menores tasas de ocupación en dicho periodo con respecto a su similar 2018.

Ilustración 69: Estimación Mensual del Flujo de Turistas a Cuenca en el año 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.4. Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca.

Una vez hecha la estimación tanto de los gastos turísticos personales como del número de turistas para el año 2019, es posible realizar una estimación de los ingresos que percibe la ciudad gracias a la actividad turística y además es posible comparar ambos años de relevamiento con el fin de establecer patrones estructurales y coyunturas. Así se puede apreciar que en el año 2019 el sector turístico generó ingresos por \$201,766,786.83 millones de dólares (ver Tabla 20).

Tabla 20: Estimación de Ingresos Turísticos en el Cantón Cuenca en el año 2019

MES	ESTIMACIÓN TOTAL DE TURISTAS	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES	GASTO PROMEDIO DE ESTANCIA EXTRANJEROS	GASTO PROMEDIO DE ESTANCIA NACIONALES	INGRESOS TOTALES POR TURISMO EXTRANJERO	INGRESOS TOTALES POR TURISMO NACIONAL
ENE	69444	17930	51513	\$347.40	\$165.18	\$6,228,991.31	\$8,508,893.76
FEB	88290	22796	65493	\$347.40	\$165.18	\$7,919,420.92	\$10,818,045.46
MAR	77098	19907	57191	\$347.40	\$165.18	\$6,915,580.53	\$9,446,784.73
ABR	71856	18553	53303	\$347.40	\$165.18	\$6,445,359.46	\$8,804,455.83
MAY	72422	18699	53722	\$347.40	\$165.18	\$6,496,099.86	\$8,873,767.96
JUN	71806	18540	53266	\$347.40	\$165.18	\$6,440,867.39	\$8,798,319.59
JUL	89407	23085	66322	\$347.40	\$165.18	\$8,019,647.77	\$10,954,956.82
AGO	94323	24354	69968	\$347.40	\$165.18	\$8,460,571.11	\$11,557,264.58
SEP	79356	20490	58866	\$347.40	\$165.18	\$7,118,063.10	\$9,723,378.89
OCT	65120	16814	48306	\$347.40	\$165.18	\$5,841,176.80	\$7,979,133.42
NOV	93830	24227	69603	\$347.40	\$165.18	\$8,416,416.70	\$11,496,949.01
DIC	77759	20078	57682	\$347.40	\$165.18	\$6,974,868.66	\$9,527,773.18
TOTALES	950710	245475	705235			\$85,277,063.61	\$116,489,723.22
						TOTAL	\$201,766,786.83

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Al comparar estos resultados con los obtenidos en el año 2017, se obtiene que los ingresos por actividad turística han disminuido en un 9.20% respecto al año 2018, lo que se debe fundamentalmente a una disminución de turistas y a la disminución del gasto promedio de la estancia por persona del turista nacional (ver Tabla 21).

Tabla 21: Estimación de Ingresos Turísticos en el Cantón Cuenca 2016-2017-2018-2019

AÑO	INGRESOS TOTALES POR TURISMO EXTRANJERO	INGRESOS TOTALES POR TURISMO NACIONAL	ESTIMACIÓN INGRESO TURÍSTICO	VARIACIÓN
2016	\$67,538,517.64	\$74,647,970.22	\$142,186,487.86	
2017	\$69,474,568.55	\$148,869,571.50	\$218,344,140.05	53.56%
2018	\$83,432,055.47	\$138,777,804.92	\$222,209,860.39	1.77%
2019	\$85,277,063.61	\$116,489,723.22	\$201,766,786.83	-9.20%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

7.4.1. Estimación de Impacto del Sector Turístico en la Economía del Cantón Cuenca.

Al comparar los ingresos por actividad turística estimados con respecto al VAB (Valor agregado bruto provincial) se puede medir la importancia del sector turístico para la ciudad. Así, el VAB estimado para la ciudad de Cuenca para el año 2016 fue de USD \$4,195,425,382.93, lo que implica

que en ese año los ingresos por actividad turística representaron el 3,39%. En cambio, en el año 2017, dado un VAB estimado de USD \$4,392,835,893.29 los ingresos por actividad turística representaron el 4,97%. En el año 2018, el VAB alcanza un valor de USD \$ \$4,733,506,720.68, en consecuencia, los ingresos por actividad turística representaron el 4.69% del VAB cantonal.

Debido a que aún no se ha publicado el valor del VAB de la ciudad de Cuenca para el año 2019, se toma el VAB del año 2018 y se proyecta con la tasa de crecimiento del PIB nacional en el año 2019 (-0.1%), esto nos da un VAB estimado de \$ \$4,729,790,151.00. Finalmente, los ingresos por actividad turística en el año 2019 representan el 4.27% del VAB, porcentaje menor al año 2018 (4.69%).

8. 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 22 se presenta el número de hoteles catastrados según cada categoría de establecimiento hotelero, información que fue proporcionada por la Fundación Turismo para Cuenca en el año 2019, según el cual existe un total de establecimientos hoteleros en la ciudad de Cuenca.

Tabla 22: Número total de establecimientos existentes según catastro 2019

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Es importante señalar que la recolección de información se realiza por medio aplicación de encuestas online. La Tabla 23 resume el número de encuestas realizadas durante cada mes en el periodo enero-diciembre 2019. En promedio, el número de establecimientos relevados al mes es de 41, lo que implica un 20% respecto al catastro.

Tabla 23: Origen de los datos relevamiento: enero-diciembre 2019

Mes	Encuestas online
Enero	47
Febrero	41
Marzo	41
Abril	44
Mayo	46
Junio	37
Julio	47
Agosto	32
Septiembre	42
Octubre	41
Noviembre	33
Diciembre	36
TOTAL	487

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 24 se presenta el tamaño y la distribución de la muestra, por tipo de alojamiento, en el periodo enero-diciembre 2019.

Tabla 24: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-diciembre 2019

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Hotel Cinco estrellas	3	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	23
Hotel Cuatro estrellas	3	3	2	4	2	2	6	4	3	4	3	3	39
Hotel Tres estrellas	12	9	9	9	11	6	8	6	9	7	7	8	101
Hotel Dos estrellas	8	5	7	7	5	6	5	4	4	7	5	4	67
Hostal Tres estrellas	3	5	5	5	8	7	7	5	7	7	5	7	71
Hostal Dos estrellas	7	6	6	7	7	4	8	3	7	5	4	5	69
Hostal Una estrellas	8	6	6	7	9	7	7	5	6	6	5	5	77
Hosterías	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	22
Categoría única	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	18
TOTAL	47	41	41	44	46	37	47	32	42	41	33	36	487

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.

8.1. 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 hostales¹⁶.

¹⁶ 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 recategorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

8.1.1. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 25 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 76.1% y 66.4% en el periodo enero-diciembre del año 2019, siendo el promedio mensual de 72.3%. Por su parte la proporción de turistas extranjeros osciló entre 24.3% a 33.6%, siendo el promedio mensual de 27.7%.

Tabla 25: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Total

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 32.2	\$ 34.1	\$ 30.1	\$ 31.2	\$ 29.6	\$ 31.4	\$ 37.4	\$ 39.7	\$ 29.9	\$ 28.1	\$ 44.0	\$ 30.4	\$ 33.2
Porcentaje de huéspedes nacionales	70.3%	72.0%	73.4%	73.2%	76.1%	69.3%	75.1%	66.4%	75.7%	73.2%	72.2%	70.8%	72.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	29.7%	28.0%	26.6%	26.8%	23.9%	30.7%	24.9%	33.6%	24.3%	26.8%	27.8%	29.2%	27.7%
Tasa de ocupación	30.2%	38.3%	33.5%	31.2%	31.4%	31.2%	38.8%	41.0%	34.5%	28.3%	40.7%	33.8%	34.4%

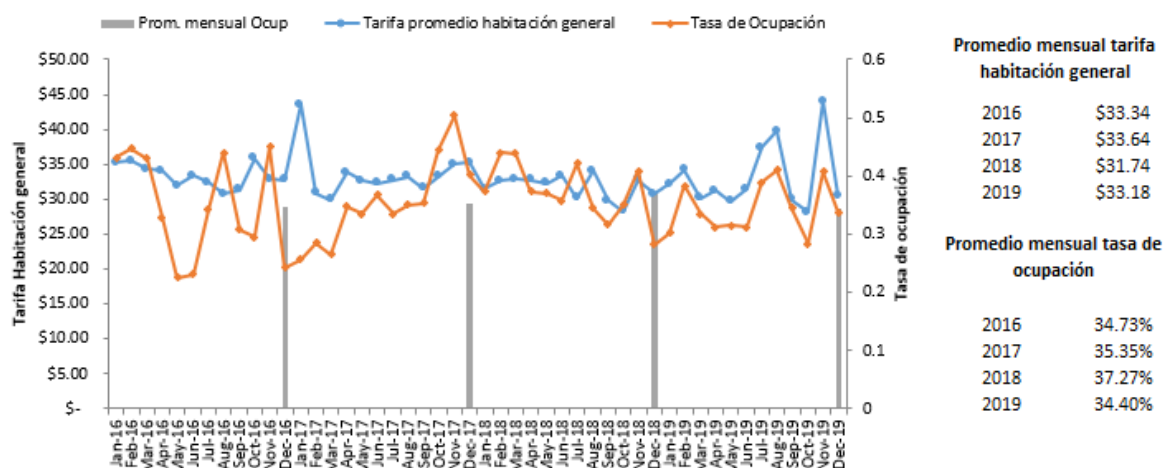
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la tasa de ocupación, la ciudad registró una ocupación mensual promedio de 34.4%; esta tasa es ligeramente menor a la registrada en el año 2018 (37.27). En el mes de agosto se registró la mayor tasa de ocupación hotelera (41%) del periodo enero-diciembre del 2019.

Con respecto a la tarifa promedio de una habitación general, ha oscilado entre \$28.1 y \$44 en el año 2019, registrando un valor promedio mensual de \$33.2, en el periodo de estudio, este indicador muestra niveles similares respecto al año 2018 (\$31.74).

De acuerdo a la Ilustración 70, 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 70: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.2. 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 26: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 106.5	\$ 98.9	\$ 101.8	\$ 111.0	\$ 144.0	\$ 115.0	\$ 117.5	\$ 131.0	\$ 112.9	\$ 74.2	\$ 88.7	\$ 80.0	\$ 106.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	69.8%	72.4%	67.3%	57.8%	32.1%	54.7%	74.9%	57.2%	66.2%	66.7%	76.1%	65.3%	63.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	30.2%	27.6%	32.7%	42.2%	67.9%	45.3%	25.1%	42.8%	33.8%	33.3%	23.9%	34.7%	36.6%
Tasa de ocupación	44.8%	50.8%	44.7%	48.6%	30.5%	37.9%	53.4%	62.8%	57.2%	38.4%	70.7%	52.4%	49.4%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

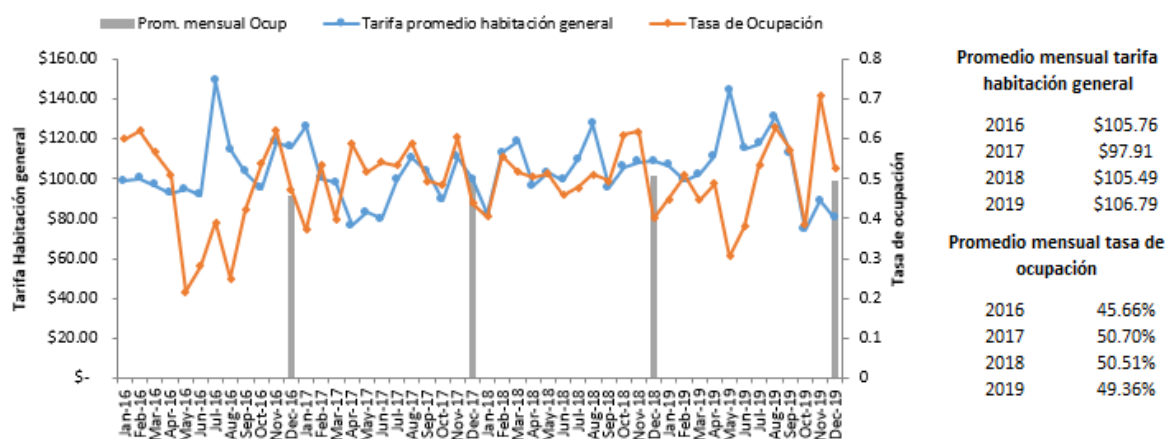
En los establecimientos hoteleros Cinco Estrellas el porcentaje de hospedados nacionales fue, en promedio de 63.4% al mes, siendo el mes de mayo el que presenta el mayor porcentaje de huéspedes extranjeros en el año (67.9%). Por otro lado, la proporción de huéspedes extranjeros es más baja durante el mes de julio (Tabla 26).

La tarifa promedio de una habitación general varió entre \$74.2 y \$144, mientras que el promedio fue de \$106.8. Este rubro es similar respecto a la tarifa promedio registrada durante el año 2018 (\$105.49). La Tabla 26 muestra que la mayor tarifa en el periodo enero-diciembre 2019, se dio en el mes de mayo.

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 49.36% durante el año 2019, valor que es similar al nivel de ocupación promedio mensual en los años 2018 y 2017 (50.51%, y 50.7% respectivamente) (Tabla 26).

De acuerdo a la Ilustración 71 se observa un incremento de la tarifa de una habitación general que alcanza su segundo mayor pico en el mes de mayo 2019 en el periodo enero 2016 a diciembre 2019, lo que está acompañado de una caída en la tasa de ocupación hotelera con respecto a meses anteriores. Mientras que la tasa de ocupación presentó el mayor valor registrado en el periodo analizado en el mes de noviembre 2019 (70.7%).

Ilustración 71: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.3. 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 47.1%, que es mayor al registrado en hoteles cinco estrellas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de marzo en todo el periodo analizado.

Tabla 27: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$53.9	\$53.2	\$57.5	\$59.1	\$57.7	\$57.6	\$64.4	\$57.4	\$52.3	\$48.5	\$55.7	\$54.7	\$ 56.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	40.3%	49.9%	30.8%	66.7%	63.3%	44.0%	67.9%	66.4%	60.9%	62.6%	35.3%	46.2%	52.9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	59.7%	50.1%	69.2%	33.3%	36.7%	56.0%	32.1%	33.6%	39.1%	37.4%	64.7%	53.8%	47.1%
Tasa de ocupación	34.9%	49.1%	39.5%	43.5%	46.9%	32.2%	52.7%	61.0%	57.8%	31.0%	51.8%	50.3%	45.9%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

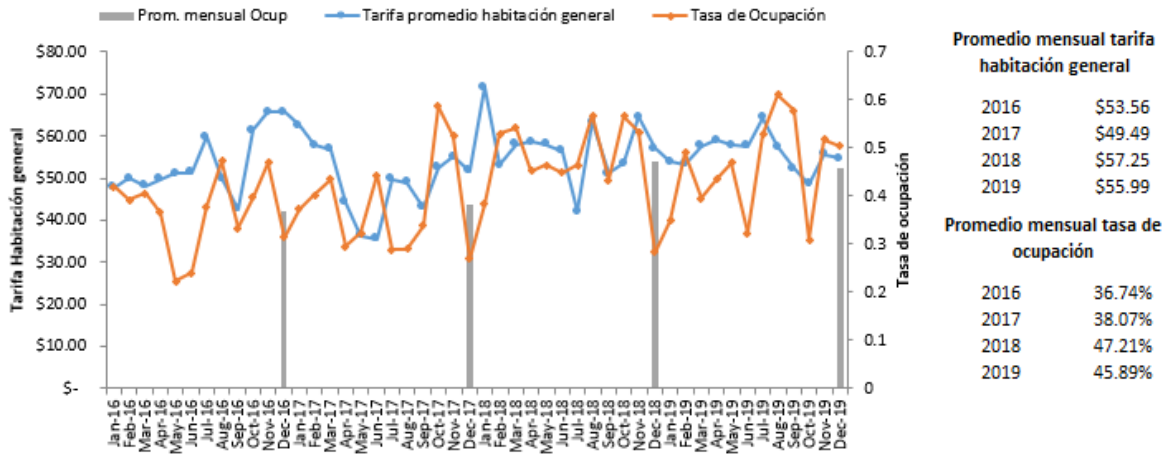
La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$48.5 y USD \$64.4, lo que dio un promedio de USD \$56 al mes en el año 2019 (Tabla 27). La comparación anual de la tarifa promedio en esta categoría de establecimientos continúa con una tarifa similar a la registrada en el año 2018 (\$57.25).

Al diferencia que en el caso de hoteles cinco estrellas, el mes de agosto presentó mayor tasa de ocupación en todo el periodo analizado (61%). Además de la tarifa, la tasa de ocupación promedio

mensual en el año 2019 (45.9%) es similar respecto a los niveles presentados en el año 2018, 47.21%.

De acuerdo a la Ilustración 72, los niveles de ocupación promedio mensual presenta incrementos para la segunda mitad del año 2019, en este periodo se observa los mayores niveles de ocupación en todo el periodo enero - diciembre 2019, pero la ocupación sufre una caída fuerte en el mes de octubre 2019.

Ilustración 72: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.4. 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 28 vemos que este porcentaje fue en promedio de 16.7% al mes. Este comportamiento se vuelve la norma a partir de esta categoría.

Tabla 28: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas

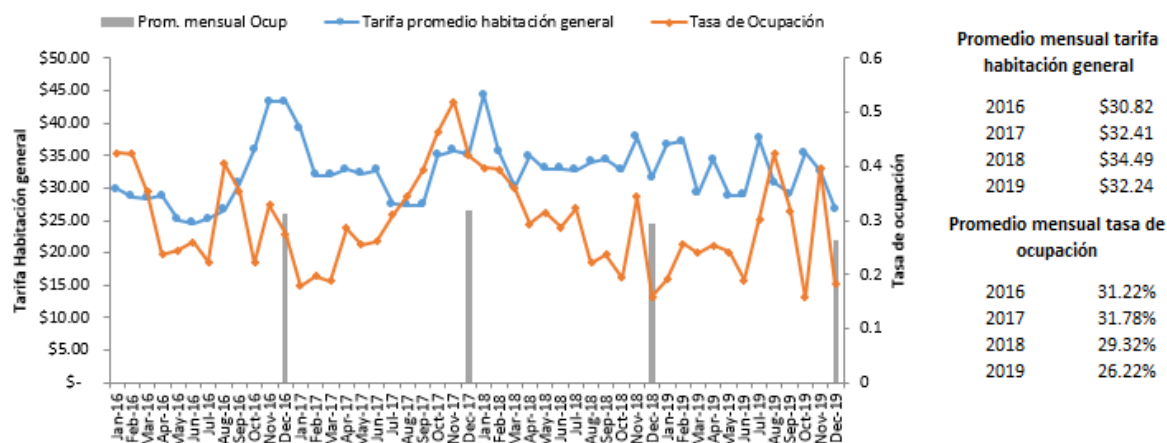
INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 36.6	\$ 37.2	\$ 29.1	\$ 34.4	\$ 28.7	\$ 28.9	\$ 37.5	\$ 30.8	\$ 28.9	\$ 35.3	\$ 32.6	\$ 26.7	\$ 32.2
Porcentaje de huéspedes nacionales	76.5%	80.5%	91.8%	87.4%	86.2%	93.8%	85.1%	65.1%	89.6%	88.8%	84.9%	69.5%	83.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	23.5%	19.5%	8.2%	12.6%	13.8%	6.2%	14.9%	34.9%	10.4%	11.2%	15.1%	30.5%	16.7%
Tasa de ocupación	19.0%	25.6%	23.9%	25.3%	24.1%	18.9%	30.2%	42.3%	31.7%	15.8%	39.7%	18.2%	26.2%

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 \$32.24, valor similar que la tarifa promedio mensual presentado en el año 2018, \$34.49. En esta categoría, el nivel de ocupación promedio mensual del año 2019 alcanza un valor de (26.22%) se mantiene en niveles similares reportados en el año 2018 (29.32%).

De acuerdo a la Ilustración 73, 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 julio 2019 parece recuperarse o se mantiene en niveles similares. Por su parte, la tarifa de una habitación general en el año 2019 se mantuvo alrededor de \$32.24 en promedio, sin variaciones significativas.

Ilustración 73: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.5. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En la Tabla 29 se puede revisar la ocupación, los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 29: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.1	\$ 21.8	\$ 21.7	\$ 22.8	\$ 22.1	\$ 15.3	\$ 22.3	\$ 29.1	\$ 17.2	\$ 22.7	\$ 28.6	\$ 28.9	\$ 23.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	74.2%	47.0%	70.7%	72.4%	69.8%	64.9%	66.0%	57.4%	64.8%	70.0%	72.8%	66.4%	66.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	25.8%	53.0%	29.3%	27.6%	30.2%	35.1%	34.0%	42.6%	35.2%	30.0%	27.2%	33.6%	33.6%
Tasa de ocupación	32.5%	35.5%	32.2%	27.5%	24.0%	34.8%	25.4%	27.4%	35.7%	26.6%	30.7%	31.4%	30.3%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

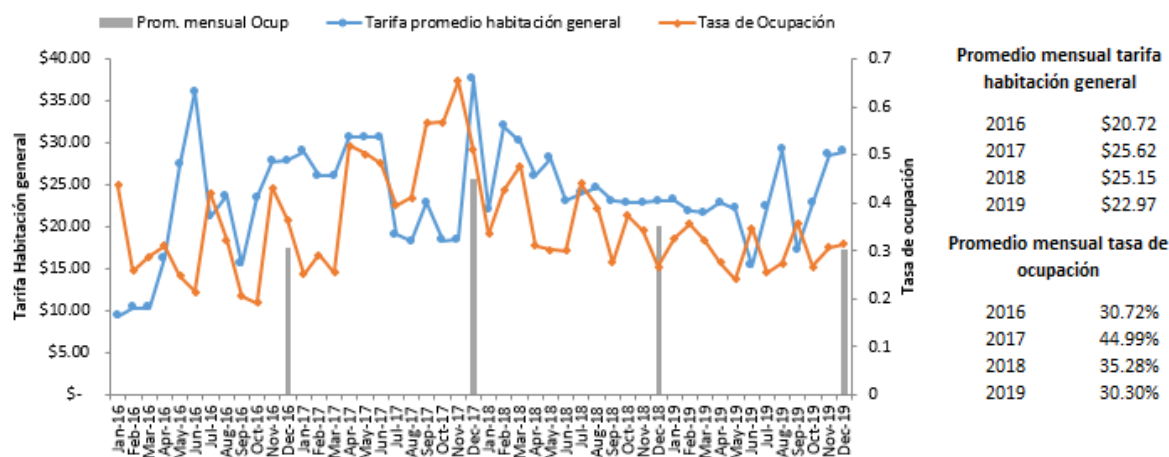
El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la de tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 33.6%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de agosto con valor de 42.6% en todo el periodo analizado.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$23 dólares. Este rubro es relativamente similar al observado en los años 2017 y 2018 (USD \$25.15 y \$25.15 respectivamente).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio de 30.3% al mes, por lo que presenta niveles de ocupación menores con respecto al año 2018 (35.28%) y 2017 (44.99%).

De acuerdo a la Ilustración 74, 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. Además, el nivel de ocupación y la tarifa de una habitación promedio mensual sufren un caída constante desde diciembre 2017, pero la tarifa empieza a recuperarse en la segunda mitad del año 2019.

Ilustración 74: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.6. 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 30: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 23.6	\$ 26.6	\$ 23.5	\$ 25.2	\$ 22.7	\$ 24.2	\$ 26.6	\$ 29.1	\$ 23.7	\$ 21.1	\$ 33.5	\$ 29.3	\$ 25.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	60.8%	60.7%	83.0%	68.4%	76.7%	72.7%	64.5%	65.4%	70.6%	72.1%	70.8%	77.9%	70.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	39.2%	39.3%	17.0%	31.6%	23.3%	27.3%	35.5%	34.6%	29.4%	27.9%	29.2%	22.1%	29.7%
Tasa de ocupación	30.5%	38.3%	44.2%	44.5%	36.3%	39.3%	35.9%	42.6%	32.1%	23.2%	33.9%	33.6%	36.2%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

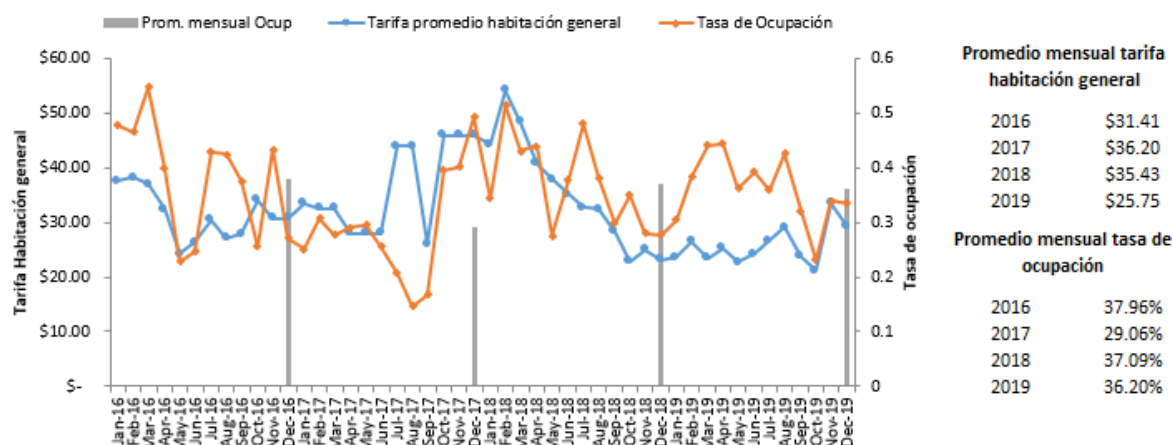
En los establecimientos de hostales Tres Estrellas, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 29.7%. Resulta interesante notar que esta proporción está alrededor de 13 puntos porcentuales por encima de la observada en los establecimientos de hoteles tres estrellas. 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 \$25.8 en promedio mensual. Este rubro es aproximadamente 10 dólares menos que el registrado en el periodo comprendido entre enero y diciembre 2018 (\$35.43).

Con respecto a la tasa de ocupación, en promedio mensual es de 36.20% en el año analizado, valor que es similar que el 37.09% obtenido en el año 2018, y mayor respecto al año 2017 (29.06%).

De acuerdo a la Ilustración 75, a partir de marzo 2018 sufre un desplome consecutivo en la tarifa de una habitación general, hasta octubre 2018, desde entonces, el indicador se mantiene estable con pequeñas variaciones en un rango de 22.9 a 23.5 dólares. Mientras que en el caso de la ocupación hotelera se observa niveles similares a los reportados en el año 2018 y 2016.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

En esta sección se analizan los hostales Dos estrellas. En la Tabla 31 se puede revisar la ocupación, los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 31: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 20.1	\$ 18.0	\$ 15.4	\$ 16.9	\$ 19.4	\$ 19.6	\$ 19.2	\$ 21.4	\$ 15.7	\$ 14.7	\$ 17.5	\$ 16.0	\$ 17.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	54.3%	83.9%	64.2%	73.2%	86.1%	51.5%	82.2%	40.7%	83.1%	86.2%	54.4%	85.5%	70.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	45.7%	16.1%	35.8%	26.8%	13.9%	48.5%	17.8%	59.3%	16.9%	13.8%	45.6%	14.5%	29.6%
Tasa de ocupación	40.9%	54.0%	37.1%	26.7%	39.1%	27.0%	38.0%	42.7%	33.4%	30.2%	24.4%	43.5%	36.4%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

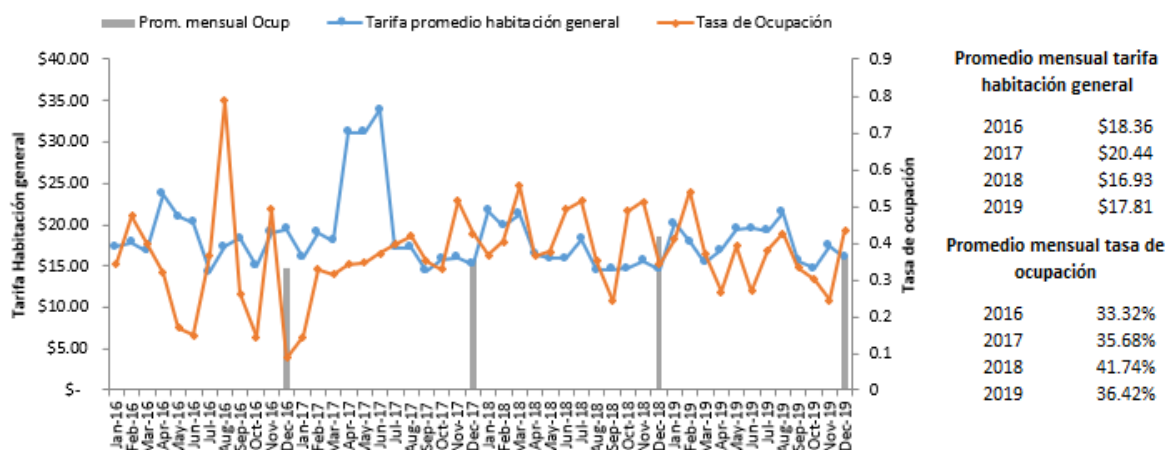
El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la categoría hotel tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 29.6%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de agosto.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$17.8, valor que es similar a lo registrado en el año 2018 (\$16.93).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio al mes de 36.42%, ocupación que es menor respecto al año 2018 (41.74%) pero similar a lo reportado en el año 2017 (35.68%).

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

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales una estrella

En los hostales una estrella el porcentaje de huéspedes extranjeros es de 16.2% mensual, proporción que es menor que en las categorías previas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de noviembre.

Tabla 32: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella

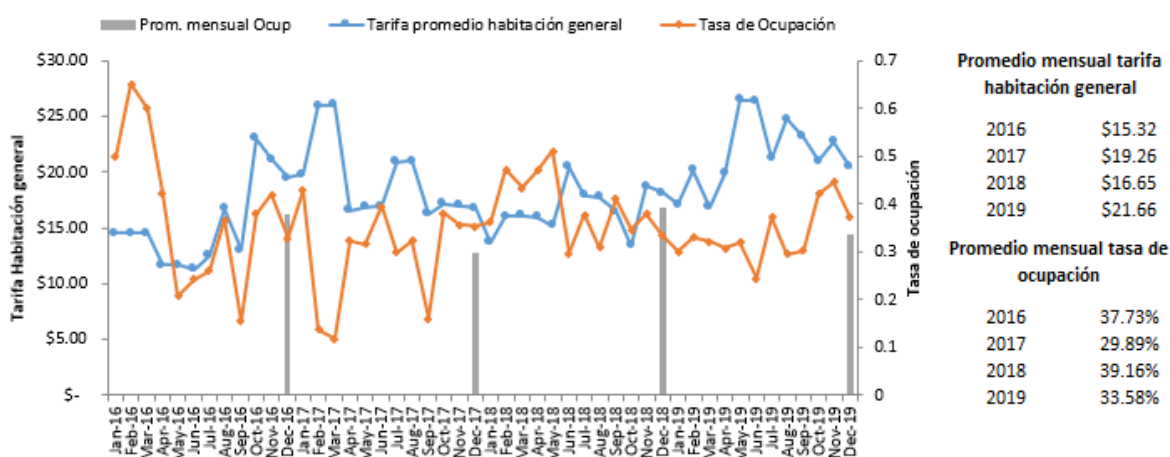
INDICADORES	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio habitación general	\$ 17.1	\$ 20.2	\$ 16.8	\$ 19.9	\$ 26.5	\$ 26.4	\$ 21.2	\$ 24.7	\$ 23.1	\$ 21.0	\$ 22.7	\$ 20.5	\$ 21.7
Porcentaje de huéspedes nacionales	86.5%	83.3%	89.6%	86.3%	82.0%	83.7%	83.2%	87.0%	86.8%	87.7%	70.1%	79.9%	83.8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	13.5%	16.7%	10.4%	13.7%	18.0%	16.3%	16.8%	13.0%	13.2%	12.3%	29.9%	20.1%	16.2%
Tasa de ocupación	30.0%	33.0%	32.1%	30.7%	31.9%	24.4%	37.1%	29.5%	30.3%	42.1%	44.5%	37.2%	33.6%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$16.8 y USD \$26.5, registrando un promedio de USD \$21.7 al mes, tarifa que es mayor al presentado en el año 2018 (USD \$16.65). Con respecto a la tasa de ocupación, fue de 33.6% en promedio mensual en el año 2019, valor que es 5.58 puntos porcentuales menos respecto al año anterior.

Desde junio 2018, la tasa de ocupación muestra el mismo patrón de variación con ligero sesgo hacia la baja. Mientras que, 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 77: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - diciembre 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.1.7. 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 33: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos
Enero - diciembre 2019

Categoría establecimiento	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Promedio mensual
Total	\$ 10.5	\$ 14.0	\$ 11.3	\$ 11.2	\$ 9.4	\$ 10.0	\$ 14.7	\$ 19.3	\$ 12.6	\$ 7.8	\$ 15.8	\$ 11.3	\$ 12.3
Hotel Cinco estrellas	\$ 44.8	\$ 49.2	\$ 44.1	\$ 50.7	\$ 44.1	\$ 51.8	\$ 57.3	\$ 80.2	\$ 55.5	\$ 27.0	\$ 61.4	\$ 42.5	\$ 50.7
Hotel Cuatro estrellas	\$ 19.2	\$ 24.6	\$ 24.4	\$ 27.0	\$ 25.3	\$ 18.3	\$ 31.7	\$ 33.7	\$ 28.8	\$ 15.5	\$ 42.1	\$ 26.8	\$ 26.5
Hotel Tres estrellas	\$ 6.3	\$ 11.6	\$ 7.2	\$ 11.1	\$ 8.2	\$ 7.9	\$ 12.6	\$ 15.8	\$ 10.7	\$ 7.9	\$ 14.0	\$ 7.2	\$ 10.0
Hotel Dos estrellas	\$ 8.4	\$ 8.1	\$ 7.1	\$ 6.8	\$ 4.2	\$ 7.0	\$ 7.6	\$ 9.5	\$ 8.2	\$ 6.0	\$ 10.0	\$ 9.9	\$ 7.7
Hostal Tres estrellas	\$ 10.1	\$ 11.1	\$ 15.9	\$ 9.6	\$ 10.3	\$ 7.5	\$ 10.4	\$ 15.5	\$ 10.8	\$ 7.3	\$ 14.1	\$ 11.2	\$ 11.1
Hostal Dos estrellas	\$ 6.9	\$ 9.0	\$ 5.8	\$ 5.1	\$ 6.9	\$ 4.9	\$ 8.0	\$ 8.8	\$ 6.7	\$ 5.4	\$ 4.9	\$ 6.6	\$ 6.6
Hostal Una estrella	\$ 5.9	\$ 7.4	\$ 5.7	\$ 5.3	\$ 5.7	\$ 4.7	\$ 8.0	\$ 6.2	\$ 5.0	\$ 4.4	\$ 8.6	\$ 5.6	\$ 6.0

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 \$50.7 y \$26.5, respectivamente, durante el periodo analizado. Para las demás categorías los valores disminuyen sensiblemente, llegando a \$10 para hoteles tres estrellas y \$7.7 para hotel dos estrellas. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa promedio mensual de \$11.1. En promedio los hostales dos estrellas presentan una tarifa RevPar con un valor de 6.6 dólares y los hostales una estrella tiene la tarifa 6 dólares.

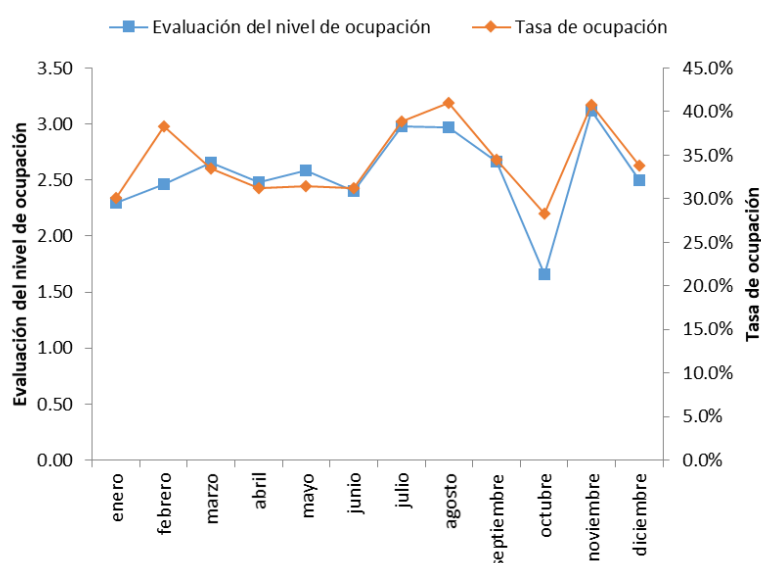
Se observa que las categorías de hoteles: hostal dos estrellas disminuyen su rentabilidad por habitación en relación al año 2018, mostrando una reducción de 2.42 dólares. Mientras que el resto de categorías presentaron niveles similares en su rentabilidad según lo reportado en el año 2018.

8.2. Indicadores de oferta anuales

8.2.1. Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior

En la Ilustración 78 se presenta la evaluación promedio que los establecimientos hoteleros dieron al nivel de ocupación del mes con respecto a lo planificado. La evaluación se realiza mediante una escala de 1 al 5, siendo 5 un nivel de ocupación excelente en relación a lo planificado en el mes. Se aprecia que la calificación de la ocupación hotelera desciende o aumenta de acorde a las tasas de ocupación presentadas en el mes. Por ejemplo, en el mes de octubre, la calificación desmejora con respecto al mes anterior, pero mejora para el mes siguiente; lo cual está relacionado con el comportamiento de las tasas de ocupación de dichos meses. En promedio, los establecimientos calificaron la ocupación hotelera con un valor de 2.57 (entre baja e intermedia) en el año 2019 que es similar al puntaje del año 2018 (2.44).

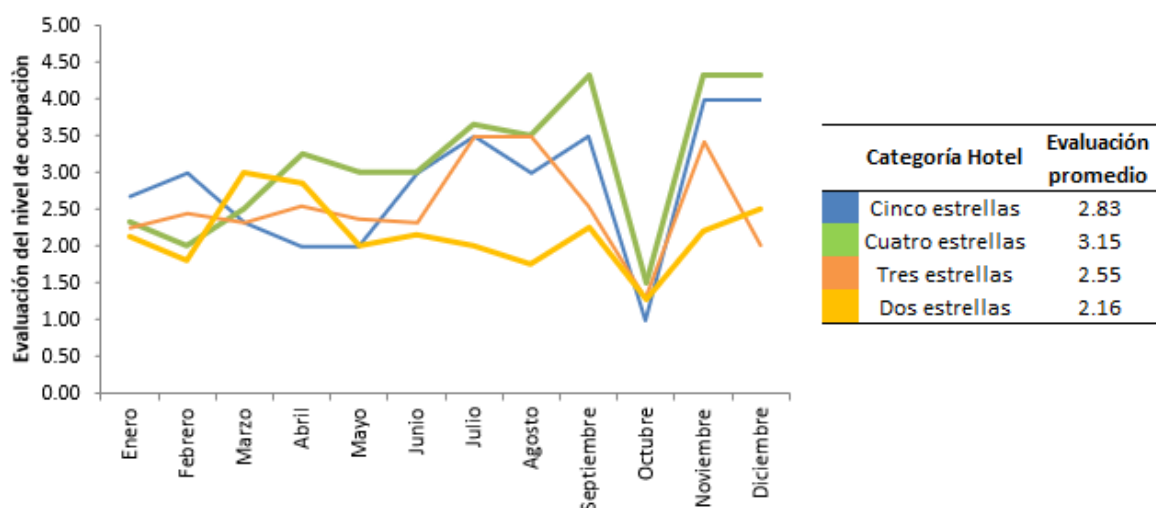
Ilustración 78: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2019: Categoría general



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la evaluación por categoría de hoteles, los hoteles cuatro estrellas presentaron la mayor evaluación promedio mensual del nivel de ocupación, en comparación con el resto de categorías con un valor de 3.15 puntos. Lo que significa que, el nivel de ocupación hotelero fue “intermedio” con respecto a lo planificado. Un hecho importante a destacar es que, en el mes de octubre todas las categorías de hotel analizadas empeoran su evaluación del nivel de ocupación hotelera con respecto a lo planificado, pero se recupera para el mes de noviembre. Solamente en el caso de hoteles cinco y cuatro estrellas, las evaluaciones llegan a una calificación de “alta” que implica un puntaje de 4 puntos en el mes de noviembre y diciembre.

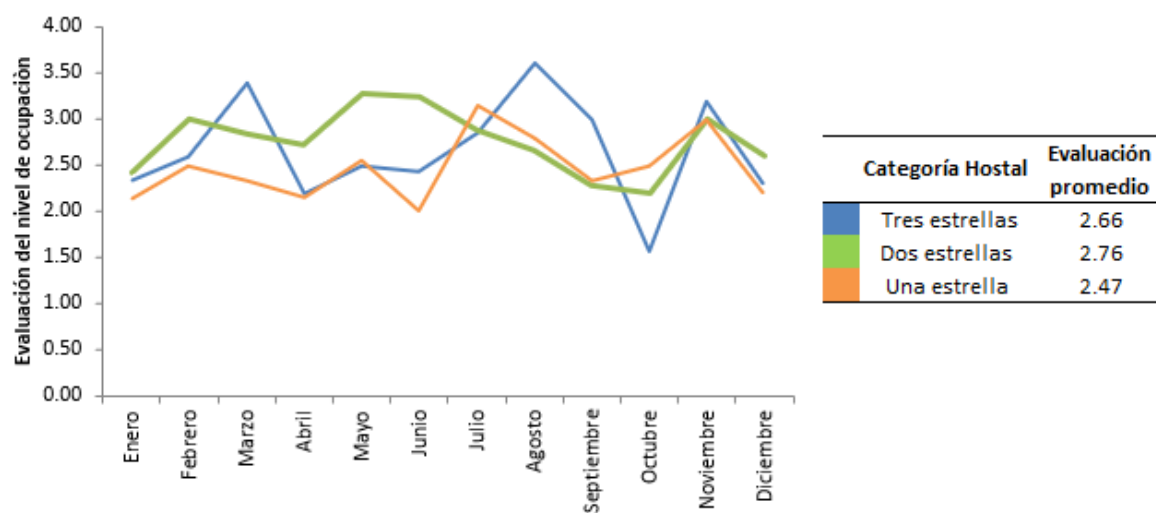
Ilustración 79: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2018: Categoría Hoteles Cinco, Cuatro, Tres y Dos estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que en las categorías anteriores, en los establecimientos de hostales, existe una desmejora en la calificación del nivel de ocupación con respecto a lo planificado en el mes de noviembre. En general, estas categorías presentan calificaciones similares respecto a los establecimientos de hoteles.

Ilustración 80: Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el periodo enero-diciembre 2019: Categoría Hostales Tres, Dos y Una estrella



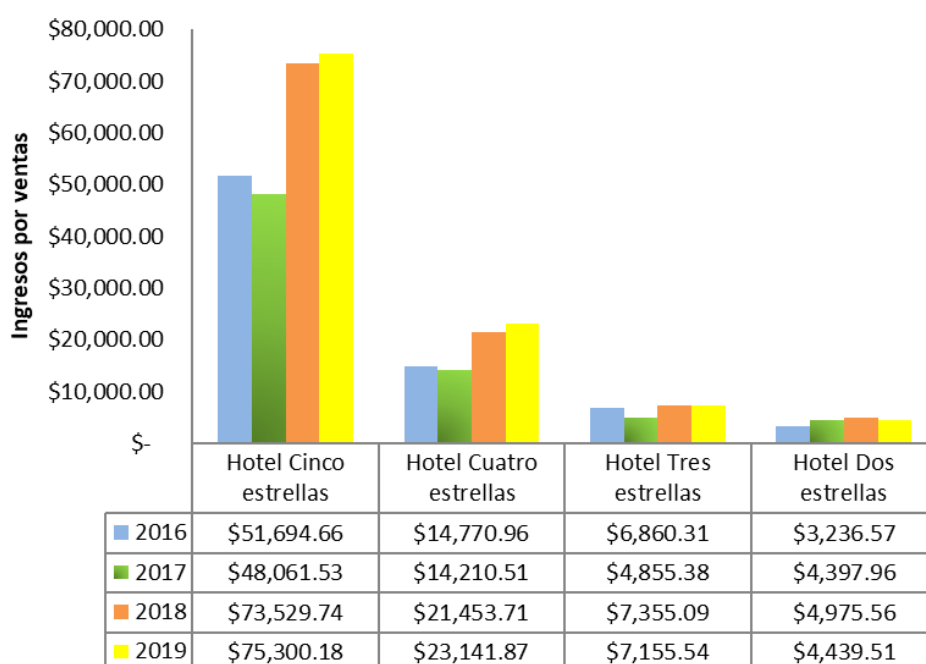
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.2.2. Indicadores de oferta anuales

Hoteles cinco, cuatro, tres y dos estrellas

En la Ilustración 81 se presentan los ingresos promedio por mes por actividad hotelera que tuvieron los hoteles cinco, cuatro, tres y dos estrellas, en el periodo 2016-2019.

Ilustración 81: Ingresos promedio mensual: Categoría Hoteles



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

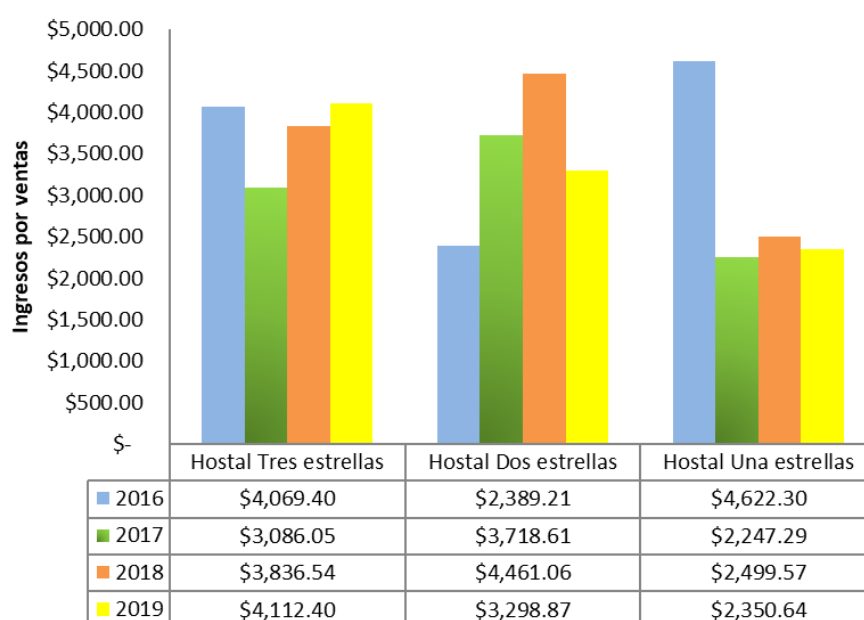
Los hoteles de lujo presentan el mayor ingreso promedio mensual por actividad hotelera con relación al resto de establecimientos hoteleros, alcanzando a USD \$75,300.18 en el año 2019, lo que implica un crecimiento de 2.41% respecto a los ingresos mensuales del año 2018. En cuanto a hoteles cuatro estrellas, alcanzan ingresos promedio mensuales menores que la categoría cinco estrellas, con un promedio de USD \$23,141.87; lo que representa un incremento de 7.87% respecto a los ingresos mensuales del año 2018.

Los hoteles tres estrellas, alcanzan un ingreso promedio mensual de \$7,155.54 comparado con los \$7,355.09 registrados en el año 2018. Por tanto, muestran una disminución de 2.71% en los ingresos; parte de este hecho se puede explicar por la ligera reducción en el nivel promedio de ocupación hotelera. En los hoteles dos estrellas, los ingresos por ventas llegan a \$4,439.51, con una reducción del 10.77% en los ingresos respecto al año anterior, variación que se debe a la disminución en el nivel de ocupación promedio mensual respecto al año 2018.

Hostales tres, dos y una estrella

En la Ilustración 82 se presenta los ingresos promedio por mes por actividad hotelera en los años 2016, 2017, y 2018 que tuvieron los hostales tres, dos y una estrella.

Ilustración 82: Ingresos promedio mensual: Categoría Hostales



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los hostales dos y una estrella tuvieron una disminución en sus ingresos promedio mensual por ventas de 26.05% y 5.96% respectivamente en comparación con los ingresos promedio mensual en el año 2018. Mientras que, los hostales tres estrellas muestran un crecimiento de 7.19%.

8.2.3. Indicadores de oferta anuales: servicios, prestaciones y empleo

Indicadores de oferta: Servicios y prestaciones

En la Tabla 34 se presenta indicadores del servicio de televisión en la habitación que ofrecen los establecimientos hoteleros.

Tabla 34: Indicadores de prestación del servicio de televisión en la habitación

Año	Habitaciones con televisión	Televisiones por cable en la habitación
2016	93.50%	88.50%
2017	95.20%	88.30%
2018	88.80%	75.80%
2019	79.49%	30.77%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En el año 2019 el 79.49% de establecimientos de alojamiento relevados en el año prestaron el servicio de televisión en habitaciones, mostrando una disminución con respecto a años anteriores. Lo mismo ocurre con las habitaciones con televisión por cable en la habitación, en el año 2019 el 30.77% ofrecieron este servicio.

Adicionalmente, en la Tabla 35 se presenta varios indicadores de los servicios que prestan los establecimientos hoteleros.

Tabla 35: Indicadores generales sobre servicios y prestaciones

	Año	Servicio de wifi en habitaciones	Servicio de wifi en zona común	Servicio de parqueadero	Piscina	Restaurante/cafetería	Incluye desayuno
Si	2016	94.10%	86.70%	76.50%	3.00%	46.20%	68.90%
	2017	98.40%	79.20%	77.40%	6.50%	61.00%	87.50%
	2018	97.60%	92.70%	68.30%	4.90%	43.90%	75.60%
	2019	92.31%	90.00%	67.50%	10.00%	60.00%	87.18%
No	2016	5.90%	13.30%	23.50%	97.00%	53.80%	31.10%
	2017	1.60%	20.80%	22.60%	93.50%	39.00%	12.50%
	2018	2.40%	7.30%	31.70%	95.10%	56.10%	24.40%
	2019	7.69%	10.00%	32.50%	90.00%	40.00%	12.82%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La mayoría de servicios prestados por los establecimientos han sufrido una ligera disminución en este año. El 92.31% de establecimientos tienen servicio de wifi en las habitaciones y el 90% lo tienen al menos en una zona común. El 67.5% tienen servicio de parqueadero en el hotel y un 10% de los establecimientos cuenta con servicio de piscina. Por otro lado, el 60% tienen restaurante o cafetería y el 87.18% ofrecen desayuno.

Indicadores de oferta: empleo en establecimientos hoteleros

En la Tabla 36 se presenta los indicadores de empleo en establecimientos hoteleros en la Ciudad de Cuenca, a diciembre del año 2016, 2017, 2018 y 2019.

Tabla 36: Indicadores de empleo en establecimientos hoteleros

Indicador de empleo	2016	2017	2018	2019
	Promedio	Promedio	Promedio	Promedio
Empleados remunerados en tiempo completo	8.09	7.75	6.85	8.64
Empleados remunerados en tiempo parcial	2.2	1.65	0.88	0.87
Empleados no remunerados	2.57	0.37	0.14	0.38
Personal hombres	2.92	3.11	3.63	4.70
Personal mujeres	4.79	3.84	4.34	5.33
Índice de feminidad	1.64	1.53	1.19	1.52

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como podemos observar en la tabla anterior, el número total de empleados en establecimientos de alojamiento ha ido disminuyendo paulatinamente. En lo que se refiere a empleados remunerados en tiempo completo el promedio ha incrementado de 6.85 personas en el año 2018 a 8.64 personas en el año 2019. Y esta disminución también se puede observar en lo que se refiere a empleados remunerados a tiempo parcial y a empleados no remunerados, si se compara el año 2016 vs 2019. Por otra parte, el índice de feminidad siempre ha sido mayor a uno, indicando que el número de mujeres es mayor que el de hombres. Dicho índice es de 1.52 en 2019 similar a lo registrado en el año 2018 (1.19).

8.2.4. Número de habitaciones y plazas disponibles

Analizando los resultados obtenidos del levantamiento de información a los establecimientos hoteleros que conforman la oferta turística en la ciudad de Cuenca, en conjunto con los catastros de alojamientos otorgado por la Fundación Turismo para Cuenca, se estima que el número de habitaciones ofertadas en el año 2016 es de 1,058,053, con un incremento en la oferta del 24.13% para el año 2017 (1,313,346 habitaciones ofertadas), llegando a 1,409,179 habitaciones ofertadas en el año 2018, lo que implica un crecimiento de 7.3% respecto a la oferta presentada en el año 2017 (ver Tabla 37). Se da una disminución de 2.5% en la oferta de plazas en el año 2019 respecto a lo registrado en el año 2018. Por lo que, en el año 2019 se ofertó aproximadamente 3,764 plazas al día vs una oferta de 3861 plazas en el año 2018.

Se estima que el número de plazas ofertadas en el año 2016 fue de 2,155,260 con un incremento en la oferta del 9.21% para el 2017 (2,353,752 plazas ofertadas). Hubo un crecimiento de 21% en el año 2018 respecto al 2017, alcanzando una oferta de 2,847,330 plazas. El número de plazas también se disminuye en 3.6% para el año 2019 en relación a lo registrado en el año 2018. Así, en el año 2019 se ofertó 7519 plazas frente a 7801 plazas que fueron ofertadas en el año 2018.

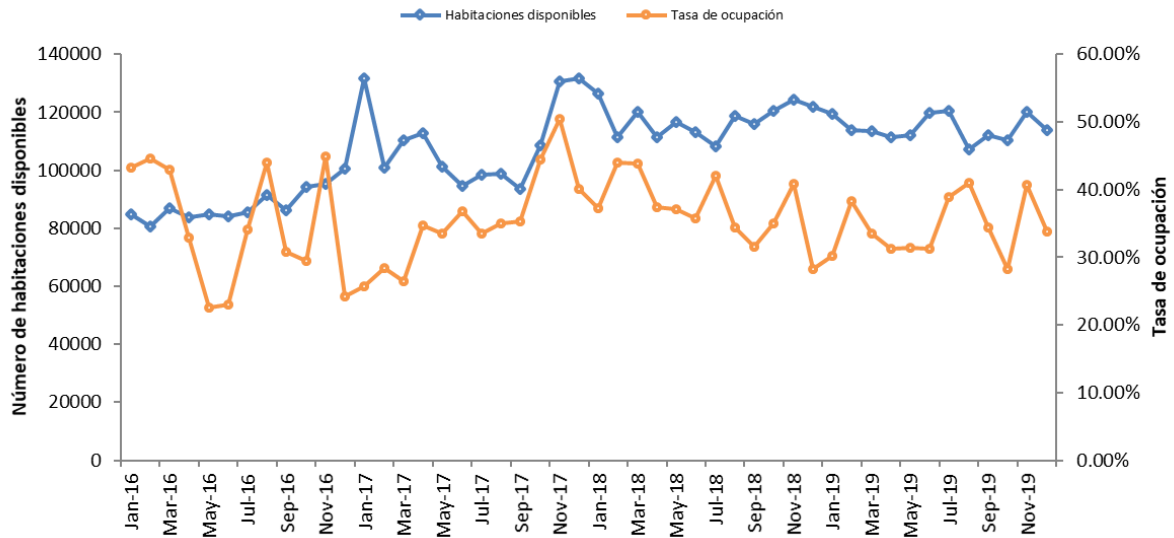
Tabla 37: Número de habitaciones y plazas disponibles por mes en el año 2016, 2017, 2018 y 2019

MES	ESTIMACIÓN TOTAL DE HABITACIONES DISPONIBLES				ESTIMACIÓN TOTAL DE PLAZAS DISPONIBLES			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
enero	84719	131781	126557	119588	168687	324465	235893	230895
febrero	80638	100814	111302	113923	161022	196102	195104	228858
marzo	86976	110393	120018	113414	176731	216622	232434	231049
abril	83661	112674	111419	111287	259697	182650	227152	214869
mayo	84736	101147	116532	111973	198795	186448	229524	218331
junio	84167	94681	113269	119663	194288	168697	225033	289772
julio	85613	98302	108405	120381	254062	209117	242006	202687
agosto	91314	98772	118644	107272	207485	204809	264785	220390
septiembre	86321	93599	116040	112250	246551	207058	230519	228757
octubre	94102	108699	120634	110407	187662	154327	252200	229813
noviembre	95208	130690	124473	120050	47985	152171	253532	230546
diciembre	100599	131793	121886	113813	52294	151286	259148	218567
	1058053	1313346	1409179	1374021	2155260	2353752	2847330	2744537

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 83, se evidencia que la oferta de habitaciones por turista es mayor en los meses de enero, noviembre y diciembre 2017, luego del cual las habitaciones disponibles son muy estables en el año 2018, y 2019.

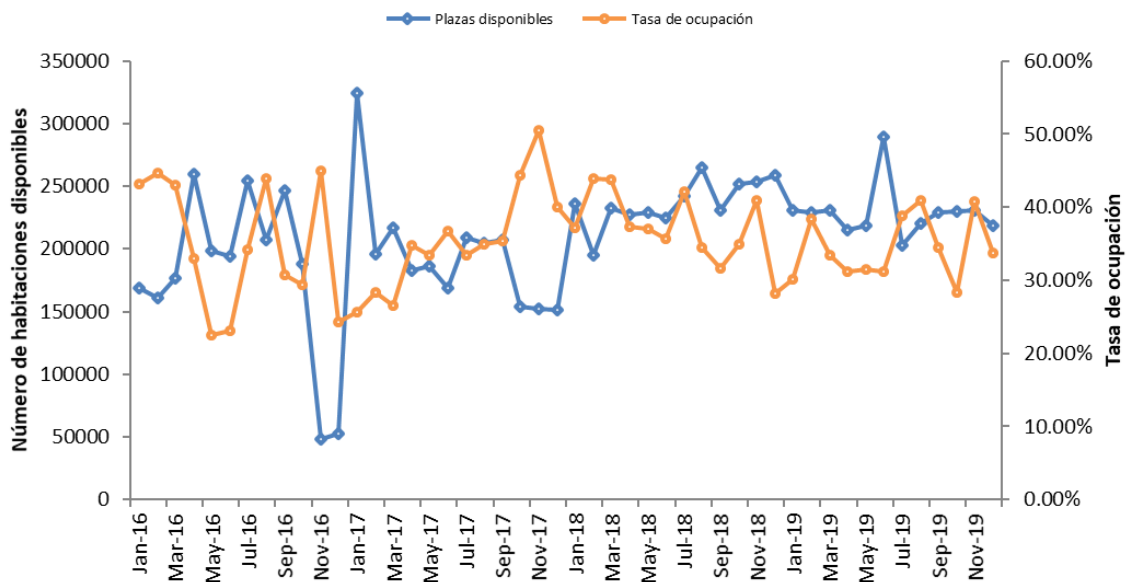
Ilustración 83: Evolución de las Habitaciones disponibles en el año 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La oferta de plazas es más volátil que la oferta de habitaciones, la menor oferta de plazas se dio en los meses de enero y diciembre 2016 lo que probablemente sea por motivos de refacciones que los establecimientos hoteleros realizaron en esa época. De igual manera a partir de enero 2018, el comportamiento de la oferta parece ser más estable.

Ilustración 84: Evolución de las plazas disponibles en el año 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

9. Robustez de los resultados del estudio

1. Estimación de turistas alojados en hoteles. Uno de los mecanismos para establecer la validez general del estudio, consiste en comparar la estimación del número total de turistas –Nacionales y Extranjeros- que se alojaron en establecimientos hoteleros, obtenida a partir del estudio de demanda, con la estimación que se obtiene directamente del estudio de oferta.

En el primer caso, de la Tabla 19 sabemos que en el año 2019 llegaron 705,235 turistas nacionales, de los cuales 36.37% se alojaron en establecimientos hoteleros; esto nos da un total de 274,984. Además, se estimó que llegaron 245,475 turistas extranjeros, 62.63% de los mismos se alojaron en establecimientos hoteleros, lo que representa un total de 153,743. Esto suma un total de **410,225** turistas alojados en establecimientos hoteleros durante el año 2019, dato estimado a partir del estudio de demanda.

Por otro lado, del estudio de oferta se calculó el número de turistas alojados en establecimientos hoteleros (ver anexo 13). Como se puede apreciar, esto da un total de **595,666**. La diferencia entre las estimaciones puede deberse a que no se está capturando en relevamientos de terminales a los que vienen en vehículo propio.

10. Anexos

ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO 2018 y 2019

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)	
	AÑO 2018	AÑO 2019
Terminales	3937	2813
Aeropuerto	3287	2369
Hoteles	1483	1301
Total	8707	6483

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

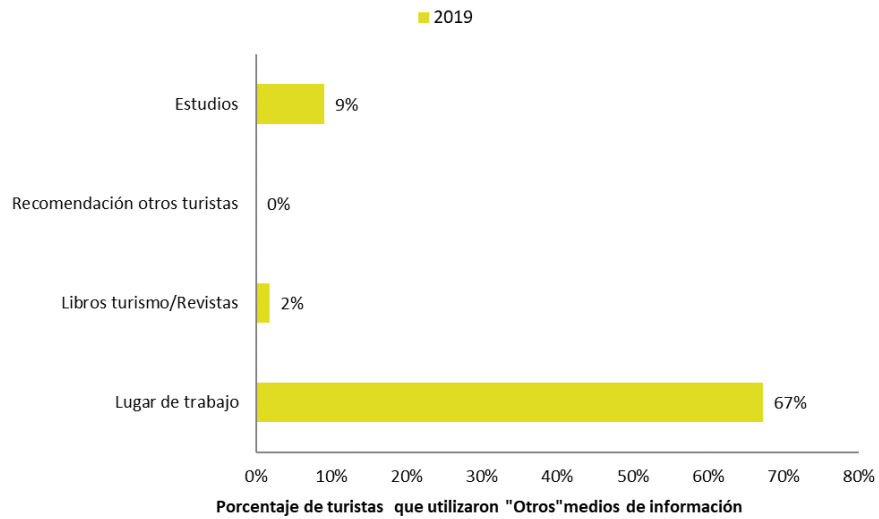
Tabla 38: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero

Turista Extranjero	Motivo de visita				
	Recreación	Visita Familiares	Negocios	Otros motivos	Total
EEUU	47.95%	38.01%	9.36%	4.68%	100.00%
Colombia	23.02%	19.05%	51.59%	6.35%	100.00%
Alemania	73.96%	10.42%	11.46%	4.17%	100.00%
España	50.00%	19.51%	25.61%	4.88%	100.00%
Perú	27.87%	27.87%	31.15%	13.11%	100.00%
Argentina	55.00%	10.00%	15.00%	20.00%	100.00%
Canadá	63.46%	21.15%	15.38%	0.00%	100.00%
Francia	90.29%	2.91%	4.85%	1.94%	100.00%
Italia	63.64%	13.64%	13.64%	9.09%	100.00%
Chile	50.00%	20.00%	25.00%	5.00%	100.00%
Venezuela	10.26%	42.31%	42.31%	5.13%	100.00%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

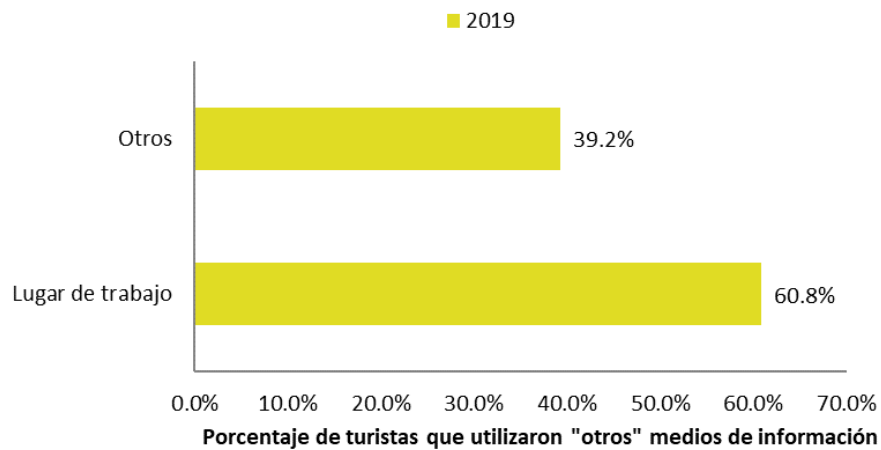
ANEXO 3: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 85: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 86: 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 39: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero

Turista Extranjero		AÑO	¿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	2019	36.8%	4.2%	15.3%	31.7%	11.5%	0.6%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2019	54.9%	2.8%	21.3%	18.2%	2.4%	0.3%	100.0%
	Negocios, actividades	2019	67.2%	3.6%	5.8%	4.7%	1.5%	17.2%	100.0%
	Congresos, conferencias	2019	63.0%	3.7%	0.0%	18.5%	7.4%	7.4%	100.0%
	Estudios, investigación	2019	42.9%	4.8%	0.0%	4.8%	33.3%	14.3%	100.0%
	Tratamiento de salud	2019	58.3%	0.0%	41.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	2019	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	2019	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	2019	63.2%	10.5%	5.3%	15.8%	5.3%	0.0%	100.0%
Total	2019	48.0%	4.0%	14.3%	22.0%	7.5%	4.3%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 40: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional

Turista Nacional		AÑO	¿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	2019	27.3%	3.0%	37.5%	23.0%	8.3%	0.9%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	2019	62.9%	0.4%	27.3%	7.3%	1.7%	0.4%	100.0%
	Negocios, actividades	2019	73.4%	2.3%	5.2%	3.0%	2.7%	13.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	2019	65.9%	3.5%	10.6%	7.1%	3.5%	9.4%	100.0%
	Estudios, investigación	2019	75.8%	3.8%	10.2%	1.9%	4.5%	3.8%	100.0%
	Tratamiento de salud	2019	45.3%	0.0%	42.2%	11.5%	1.0%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	2019	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	2019	45.5%	0.0%	36.4%	4.5%	4.5%	9.1%	100.0%
	Otros	2019	37.5%	6.3%	40.6%	3.1%	6.3%	6.3%	100.0%
Total	2019	62.0%	1.7%	20.0%	7.4%	3.2%	5.6%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

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

Tabla 41: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero

Turista Extranjero		AÑO	¿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	2019	77.7%	2.7%	12.2%	6.5%	0.0%	0.9%	100.0%
	Visita a familiares o	2019	18.2%	3.8%	73.4%	2.8%	0.0%	1.7%	100.0%
	Negocios, actividades	2019	72.6%	6.6%	19.0%	0.7%	0.4%	0.7%	100.0%
	Congresos, conferencias	2019	92.6%	0.0%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	2019	28.6%	9.5%	42.9%	14.3%	0.0%	4.8%	100.0%
	Tratamiento de salud	2019	50.0%	0.0%	25.0%	8.3%	0.0%	8.3%	100.0%
	Motivos religiosos	2019	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	2019	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	2019	36.8%	15.8%	15.8%	10.5%	0.0%	21.1%	100.0%
Total	2019	62.6%	4.1%	27.2%	4.6%	0.1%	1.4%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

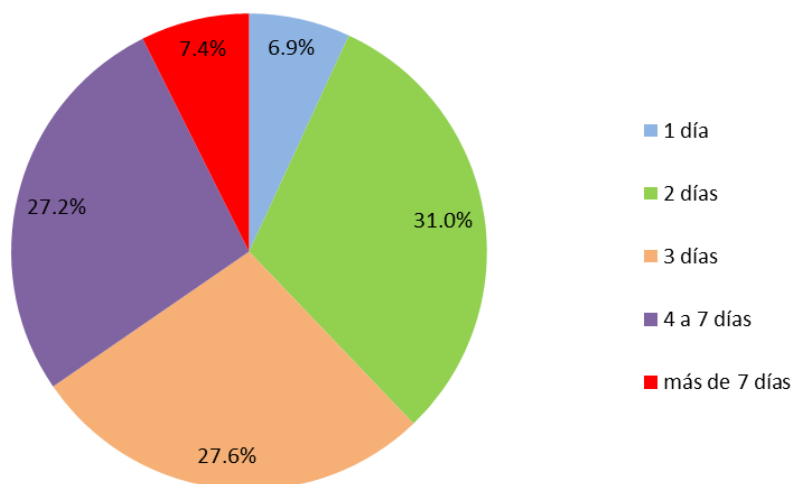
Elaborado por GIER

Tabla 42: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

Turista Nacional		AÑO	¿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	2019	61.5%	2.6%	33.8%	2.1%	0.0%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o	2019	9.8%	1.4%	87.4%	0.7%	0.0%	0.6%	100.0%
	Negocios, actividades	2019	58.4%	3.7%	34.9%	0.7%	0.6%	1.7%	100.0%
	Congresos, conferencias	2019	62.4%	0.0%	34.1%	1.2%	0.0%	2.4%	100.0%
	Estudios, investigación	2019	20.4%	15.5%	62.3%	0.8%	0.4%	0.8%	100.0%
	Tratamiento de salud	2019	20.3%	2.1%	74.5%	0.5%	1.0%	1.6%	100.0%
	Motivos religiosos	2019	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	2019	27.3%	0.0%	72.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	2019	59.4%	3.1%	28.1%	0.0%	0.0%	9.4%	100.0%
Total	2019	36.4%	3.4%	57.9%	0.9%	0.3%	1.1%	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 87: 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 43: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el año 2019 de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca

Categoría establecimiento	Porcentaje de huéspedes extranjeros			Tarifa de una habitación general		
	2018	2019	Diferencia 2019-2018	Promedio 2018	Promedio 2019	Diferencia* 2019-2018
Hotel Cinco estrellas	23.8%	22.5%	-1.3%	\$ 105.5	\$ 106.8	\$ 1.3
Hotel Cuatro estrellas	22.6%	16.6%	-6.0%	\$ 57.3	\$ 56.0	(\$ 1.3)
Hotel Tres estrellas	13.0%	16.5%	3.5%	\$ 34.5	\$ 32.2	(\$ 2.3)
Hotel Dos estrellas	8.6%	9.9%	1.3%	\$ 25.2	\$ 23.0	(\$ 2.2)
Hostal Tres estrellas	6.6%	9.3%	2.7%	\$ 35.4	\$ 25.8	(\$ 9.7)
Hostal Dos estrellas	11.4%	9.9%	-1.5%	\$ 16.9	\$ 17.8	\$ 0.9
Hostal Una estrella	9.2%	8.2%	-1.0%	\$ 16.6	\$ 21.7	\$ 5.0
Total**	100.0%	100.0%		\$ 31.7	\$ 33.2	\$ 1.4

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 44: Perfil del Turista Extranjero

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	47.2%	7.0%
	30 a 44 años	36.3%	33.8%
	45 a 65 años	14.0%	46.3%
Nivel de Instrucción	Primaria	0.9%	0.2%
	Secundaria	12.8%	7.0%
	Superior	72.9%	73.4%
	Postgrado	13.4%	19.4%
Profesión del Turista Extranjero	Director	2.7%	3.4%
	Técnico Superior	3.1%	3.9%
	Profesional Independiente	67.2%	64.2%
	Servidor público	9.5%	8.2%
	Administración	4.7%	7.9%
	Comerciante	6.7%	5.3%
	Obrero	1.1%	0.8%
	Otros	5.1%	6.3%
Composición núcleo familiar	Vive solo	36.5%	2.2%
	Solo padres e hijos	53.5%	88.2%
	Padres e hijos y otros familiares	10.0%	9.6%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

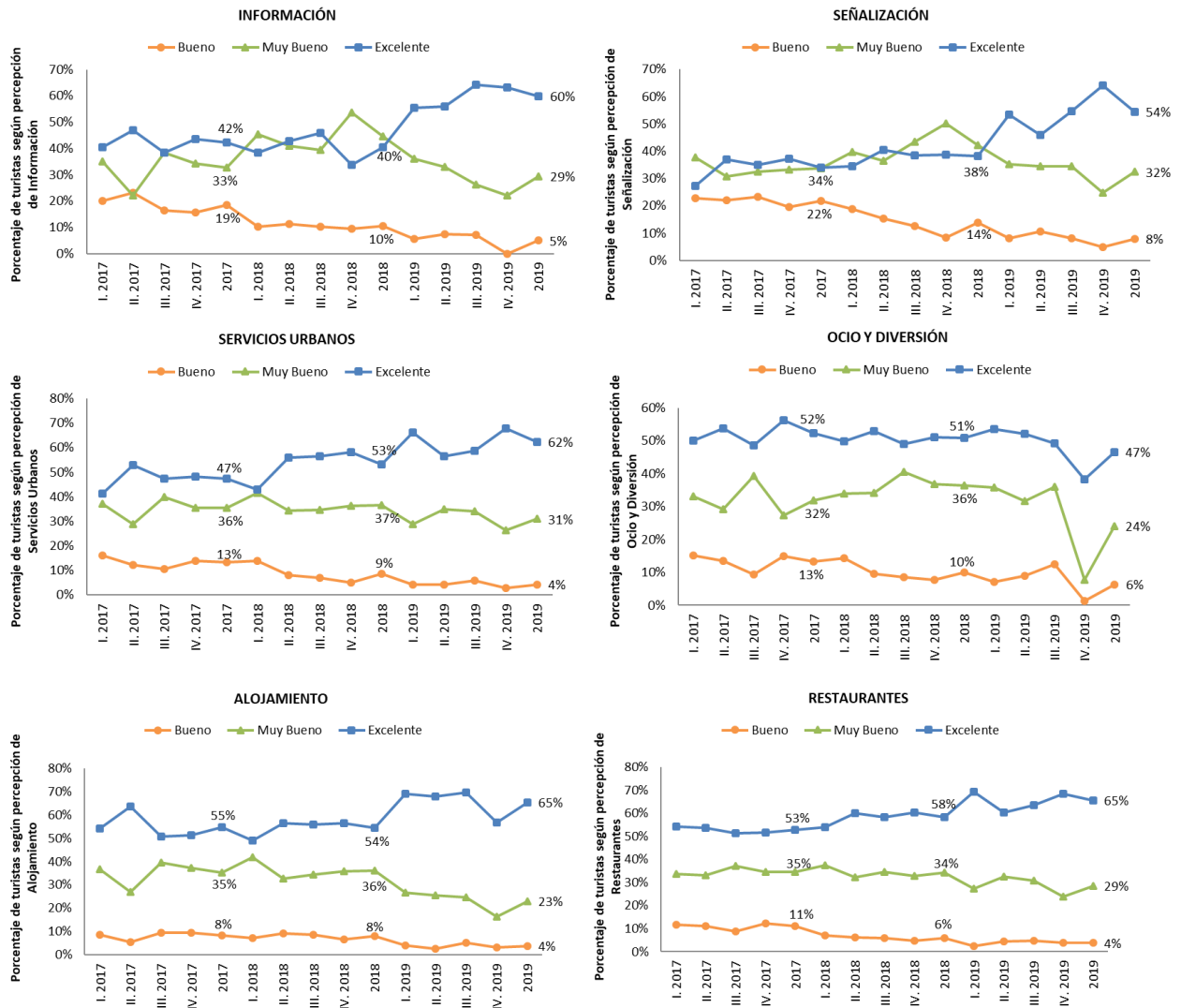
Tabla 45: Perfil del Turista Nacional

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	60.6%	9.5%
	30 a 44 años	30.0%	44.9%
	45 a 65 años	7.0%	40.5%
Nivel de Instrucción	Primaria	2.3%	5.7%
	Secundaria	25.8%	19.0%
	Superior	66.4%	67.8%
	Postgrado	5.5%	7.5%
Profesión del Turista Extranjero	Director	1.2%	3.4%
	Técnico Superior	4.5%	2.7%
	Profesional Independiente	56.0%	49.9%
	Servidor público	13.6%	13.3%
	Administración	5.0%	9.3%
	Comerciante	7.3%	9.0%
	Obrero	3.4%	3.8%
	Otros	9.0%	8.5%
Composición núcleo familiar	Vive solo	22.2%	1.6%
	Solo padres e hijos	66.6%	86.4%
	Padres e hijos y otros familiares	11.2%	12.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

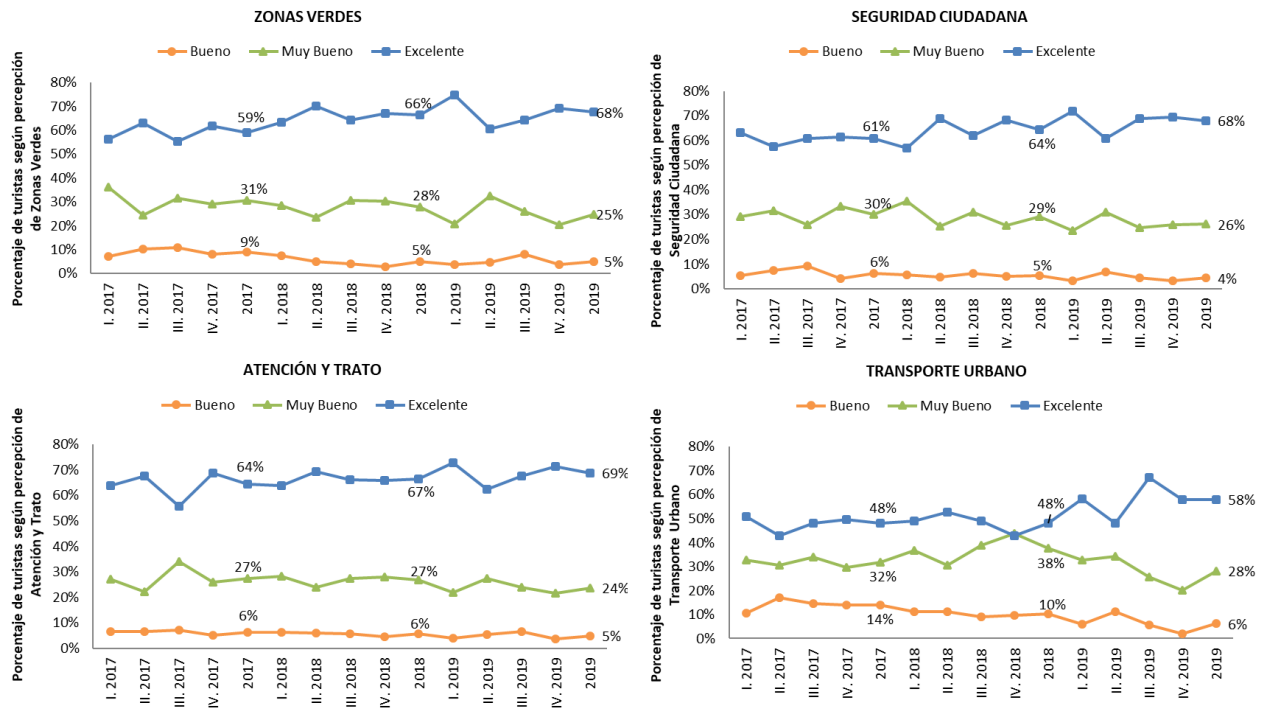
ANEXO 9. PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, SEÑALIZACIÓN, SERVICIOS URBANOS, OCIO Y DIVERSIÓN, ALOJAMIENTO Y RESTAURANTES ZONAS VERDES, SEGURIDAD CIUDADANA, ATENCIÓN Y TRATO Y TRANSPORTE URBANO QUE OFRECE LA CIUDAD DE CUENCA

Ilustración 88: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y restaurantes que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero



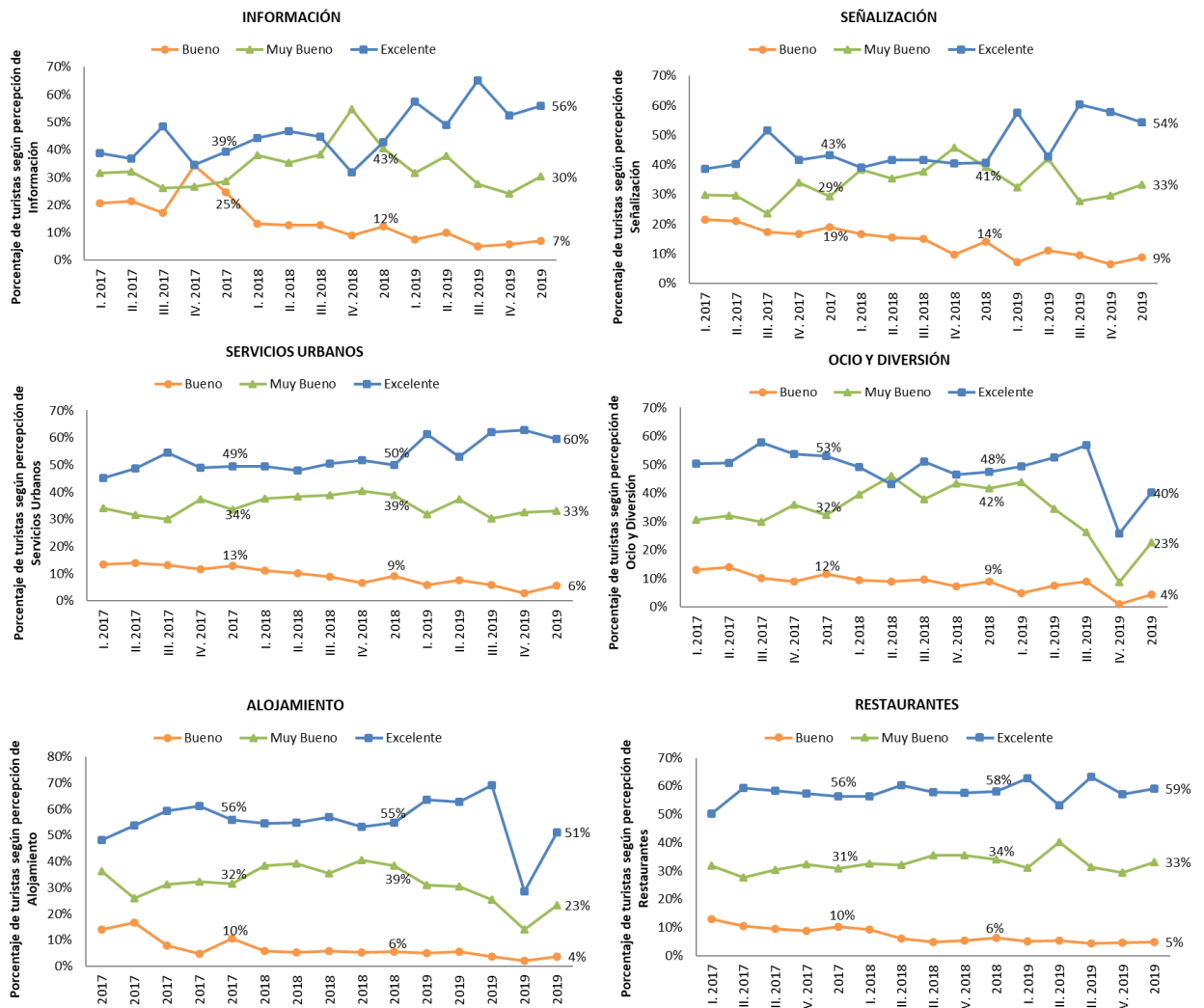
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 89: 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

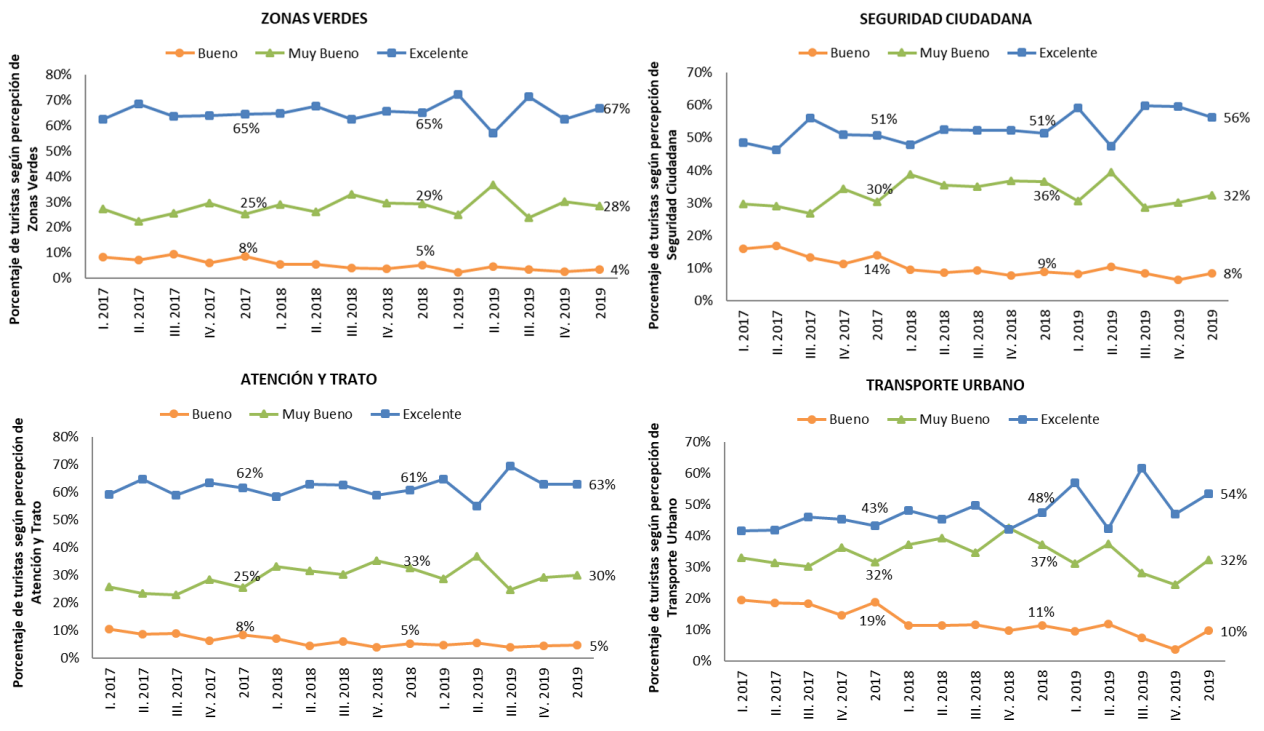
Ilustración 90: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y restaurantes que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

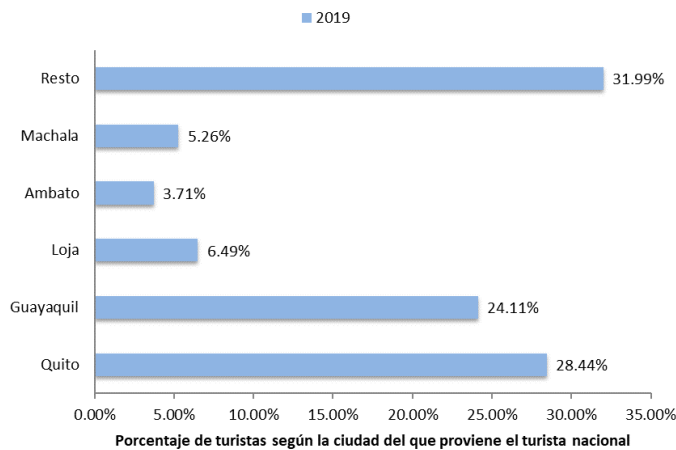
Elaborado por GIER

Ilustración 91: 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

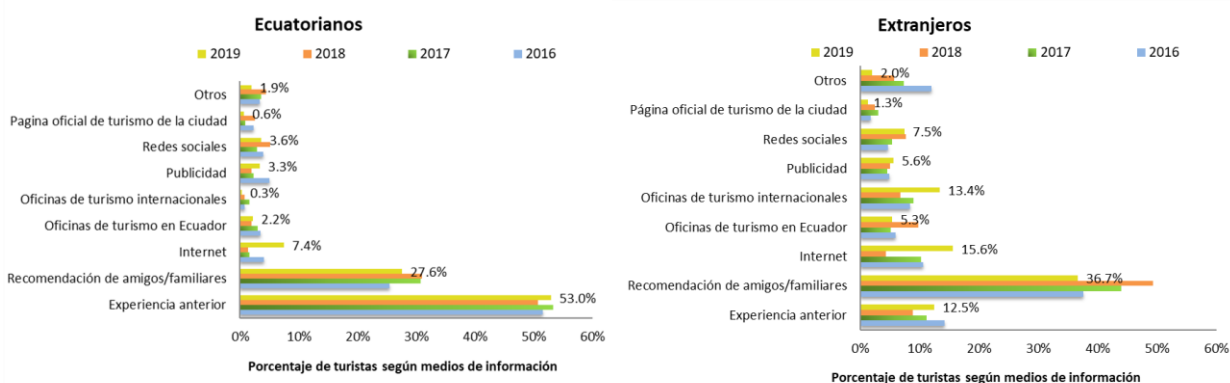
ANEXO 10: PROCEDENCIA DEL TURISTA NACIONAL POR CIUDAD EN ESTABLECIMIENTO HOTELERO Ilustración 92: Turista Nacional por ciudad de procedencia



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 11: PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL TURISTA EN HOTELES

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 12: ESTIMACIÓN DE TURISTAS EN UN MES TÍPICO

ESTIMACIÓN DE TURISTAS QUE VIAJAN EN BUS EN UN MES TÍPICO ENERO-DICIEMBRE 2019		Promedio
DESCRIPCIÓN INDICADORES		
Número de buses relevados en las dos semanas de relevamiento		364
Número de turistas contabilizados en buses en las dos semanas de relevamiento		1,623
Total de frecuencias de buses		3,339
Semanas de relevamiento		2
Proporción de buses sobre el total de frecuencias de buses		5.45%
Total de turistas que viajan en BUS en dos semanas de relevamiento		
Turistas que viajan en bus en dos semanas		29,767
Total de turistas que viajan en BUS en el mes		
Estimación de número de turistas que viajan en bus en un mes típico		59,533
ESTIMACIÓN DE TURISTAS QUE VIAJAN EN AVIÓN EN UN MES TÍPICO ENERO-DICIEMBRE 2019		
DESCRIPCIÓN		
Número de turistas contabilizados en el aeropuerto haciendo censo en las dos semanas de relevamiento		2,937
Estimación de número de turistas que viajan en AVIÓN en un mes típico		5,873
ESTIMACIÓN DE TURISTAS QUE VIAJAN EN BUS O AVIÓN EN UN MES TÍPICO ENERO-DICIEMBRE 2019		
		65,406
Porcentaje turistas que viajaron por bus		91.0%
Porcentaje turistas que viajaron por avión		9.0%
ESTIMACIÓN DE TURISTAS QUE SE ALOJAN EN HOTELES EN EL PERIODO ENERO DICIEMBRE 2019		

ESTIMACIÓN TURISTAS QUE VIAJARON EN BUS O AVIÓN Y SE HOSPEDARON EN HOTEL		Promedio
DESCRIPCIÓN		
Número de personas alojadas en hoteles según encuesta terminales		559
Número de Turistas que respondieron a la pregunta tipo de alojamiento (encuesta terminales)		1295
Proporción de turistas alojadas en establecimientos hoteleros		43.41%
Total de turistas al mes que viajaron por bus o avión y se hospedan en hoteles		28229
ESTIMACIÓN TURISTAS QUE VIAJARON EN AUTO PROPIO Y SE HOSPEDARON EN HOTEL		
Número de personas hospedadas según registro hotelero		49720
Personas que vienen en auto propio (encuesta demanda hoteles)		87
Turistas que respondieron a la pregunta medio de transporte utilizado (encuesta demanda hoteles)		326
Proporción de turistas alojados en hoteles que respondieron que vienen en auto propio		28%
Total de turistas al mes que viajaron en auto propio que se hospedaron en hotel		13949
Estimación de turistas que se hospedaron en hotel que vinieron en auto, en avión o auto propio		42178

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 13. ESTIMACIÓN TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES HOSPEDADOS EN HOTELES.

MES	TURISTAS EXTRANJEROS (25,82% DEL TOTAL)	TURISTAS NACIONALES (74,18% DEL TOTAL)	TURISTAS EXTRANJEROS EN HOTELES (62,63% DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS)	TURISTAS NACIONALES EN HOTELES (36,37% DE LOS TURISTAS NACIONALES)	TOTAL TURISTAS EN HOTELES (ESTIMADO POR DEMANDA)	TOTAL TURISTAS EN HOTELES (ESTIMADO POR OFERTA)
ENE	17930	51513	11230	18735	29965	43510
FEB	22796	65493	14278	23819	38096	55318
MAR	19907	57191	12468	20800	33267	48306
ABR	18553	53303	11620	19385	31005	45021
MAY	18699	53722	11712	19538	31249	45376
JUN	18540	53266	11612	19372	30984	44990
JUL	23085	66322	14458	24120	38579	56018
AGO	24354	69968	15253	25446	40700	59098
SEP	20490	58866	12833	21409	34241	49720
OCT	16814	48306	10531	17568	28099	40801
NOV	24227	69603	15174	25314	40487	58789
DIC	20078	57682	12575	20978	33553	48720
	245475	705235	153743	256483	410225	595666

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER