

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y
OFERTA TURÍSTICA DE LA
CIUDAD DE CUENCA
~~BORRADOR~~ BOLETÍN DOS
SEGUNDO TRIMESTRE
DE 2019

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Julio 2019



Contenido

Presentación
Demanda Turística en
Cuenca
Metodología de demanda
Características de demanda
Oferta turística en Cuenca
Metodología de Oferta
Características de Oferta

CONTENIDO

~~111~~

1. Presentación	8
2. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	9
2.1 Metodología del Estudio	9
2.1.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?	9
2.1.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	10
2.1.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	11
3. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	12
3.1 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal.....	12
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	12
3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	191519
3.1.3 Organización del Viaje del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	231523
3.1.4. La estancia del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	251525
3.1.5. Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	331533
3.1.6. Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	371537
4. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	401540
4.1. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal	401540
4.1.5. Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	401540
4.1.6. Motivación del Turista.....	471547
4.1.7. Organización del Viaje.....	491550
4.1.8. La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	521552
4.1.9. Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca en una semana normal	601560
4.1.10. Ingreso mensual del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca.....	641564
5. El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	661567
5.1. Edad, Género y Procedencia	671567
5.2. Estado Civil y Ocupación de Turista	701570
5.3. Organización del Viaje y Motivación	721572
5.4. Medios de Información Utilizados	741574
5.5. Duración de la Estancia	751575

5.6.	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	761576
5.7.	Medio de transporte utilizado	771577
6.	El turista que usa el medio de transporte Buseteta.....	791579
6.1.	Edad, Género y Procedencia	791579
6.2.	Estado Civil y Ocupación de Turista	821582
6.3.	Organización del Viaje y Motivación	841584
6.4.	Medios de Información Utilizados	861586
6.5.	Duración de la Estancia	861586
6.6.	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	881588
6.7.	Recomendación del destino	891589
7.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	901590
7.1.	Principales indicadores de oferta turística.....	911591
7.1.1.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	921592
7.1.2.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	941594
7.1.3.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas	951595
7.1.4.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	971597
7.1.5.	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	991599
7.1.6.	Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales	10015100
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	10015100
	<i>Hostales dos estrellas</i>	10215102
	<i>Hostales una estrella</i>	10415104
7.1.7.	Tarifa RevPar	10515105
8.	Anexos.....	10715107

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	12
Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca.....	13
Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene.....	14
Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	15
Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	<u>161516</u>
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	<u>161516</u>
Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	<u>171517</u>
Ilustración 8: Con quién vive el Turista Extranjero.....	<u>181518</u>
Ilustración 9: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	<u>201520</u>
Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	<u>211521</u>
Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	<u>221522</u>
Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional.....	<u>221522</u>
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca	<u>231523</u>
Ilustración 14: Número de Personas en el Grupo	<u>231523</u>
Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero	<u>251525</u>
Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro	<u>291530</u>
Ilustración 17: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	<u>341534</u>
Ilustración 18: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Extranjero	<u>351535</u>
Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero.....	<u>361536</u>
Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	<u>361536</u>
Ilustración 21: Turista Extranjero que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable.....	<u>371537</u>
Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero.....	<u>381538</u>
Ilustración 23: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	<u>401540</u>
Ilustración 24: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	<u>411541</u>
Ilustración 25: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	<u>421542</u>
Ilustración 26: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	<u>431543</u>
Ilustración 27: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	<u>441544</u>
Ilustración 28: Sector Económico en que labora el Turista Nacional.....	<u>451545</u>
Ilustración 29: Con quién vive el Turista Nacional	<u>461546</u>
Ilustración 30: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	<u>471547</u>
Ilustración 31: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	<u>471548</u>
Ilustración 32: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	<u>481549</u>
Ilustración 33: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	<u>491549</u>
Ilustración 34: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	<u>501550</u>
Ilustración 35: Número de Personas en el Grupo	<u>501551</u>
Ilustración 36: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional	<u>521553</u>
Ilustración 37: Composición del gasto total turístico por rubro	<u>571558</u>
Ilustración 38: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	<u>601561</u>
Ilustración 39: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional.....	<u>611562</u>
Ilustración 40: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	<u>621563</u>

Ilustración 41: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	631563
Ilustración 42: Turista Nacional que conoce alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turísticamente sustentable	631564
Ilustración 43: Ingreso mensual del Turista Nacional	641565
Ilustración 44: Procedencia del Turista en el Hotel.....	671567
Ilustración 45: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	681568
Ilustración 46: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	681568
Ilustración 47: Edad del turista en el hotel	691569
Ilustración 48: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	701570
Ilustración 49: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	701570
Ilustración 50: Estado Civil del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	711571
Ilustración 51: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	711571
Ilustración 52: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero	721572
Ilustración 53: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	721572
Ilustración 54: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	731573
Ilustración 55: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	741574
Ilustración 56: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista.....	741574
Ilustración 57: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	751575
Ilustración 58: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles	761576
Ilustración 59: Gasto Personal Diario durante la estadia	761576
Ilustración 60: Gasto Personal Diario durante la estadia por tipo de turista.....	771577
Ilustración 61: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	781578
Ilustración 62: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista	781578
Ilustración 63: Procedencia del Turista	791579
Ilustración 64: Procedencia del turista por región del que proviene.....	801580
Ilustración 65: Procedencia del Turista Extranjero por país del que proviene	811581
Ilustración 66: Composición de la muestra	811581
Ilustración 67: Edad del turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta	821582
Ilustración 68: Estado Civil del Turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta ..	831583
Ilustración 69: Ocupación del Turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta ..	831583
Ilustración 70: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	841584
Ilustración 71: Principal Motivo de Viaje del turista	851585
Ilustración 72: Tipo de alojamiento que elige el Turista que llega a la ciudad por buseta	851585
Ilustración 73: Duración de la Estancia del Turista	861586
Ilustración 74: Composición del gasto total en turismo por rubro	891589
Ilustración 75: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	891589
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	931593
Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – junio 2019.....	931593
Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa ocupación, cinco estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	951595
Ilustración 79: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –junio 2019	951595
Ilustración 80: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	961596

Ilustración 81: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cuatro estrellas: enero 2016 - junio 2019	971597
Ilustración 82: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	981598
Ilustración 83: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: enero 2016 - junio 2019	981598
Ilustración 84: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	991599
Ilustración 85: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - junio 2019	10015100
Ilustración 86: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019.....	10115101
Ilustración 87: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - junio 2019	10215102
Ilustración 88: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019.....	10315103
Ilustración 89: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - junio 2019	10315103
Ilustración 90: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019	10415104
Ilustración 91: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - junio 2019	10515105
Ilustración 92: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	10815108
Ilustración 93: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	10815108
Ilustración 94: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia	11315113
Ilustración 95: Turista Nacional por ciudad de procedencia	11615116
Ilustración 96: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros	11615116

Índice de Tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	181518
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	241524
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento	261526
Tabla 4: Duración de la estancia del Turista Extranjero	271527
Tabla 5: Motivo Principal vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	281528
Tabla 6: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Extranjero	291529
Tabla 7: Motivo Principal vs Gasto Turístico por rubro de gasto para Turistas Extranjeros	311531
Tabla 8: Mediana del Gasto Diario Personal por tipo de turismo	321532
Tabla 9: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	461546
Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	511552
Tabla 11: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento del Turista Nacional.....	531554
Tabla 12: Duración de la estancia del Turista Nacional.....	541555
Tabla 13: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	551556
Tabla 14: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento del Turista Nacional.....	561557
Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional	581559
Tabla 16: Mediana del Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	591560

Tabla 17: Motivo Principal vs Días de Alojamiento	<u>871587</u>
Tabla 18: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento	<u>881588</u>
Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2018	<u>901590</u>
Tabla 20: Origen de los datos relevamiento: enero-junio 2019.....	<u>901590</u>
Tabla 21: Distribución de la muestra por tipo de alojamiento: enero-junio 2019.....	<u>911591</u>
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Total	<u>921592</u>
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría cinco estrellas	<u>941594</u>
Tabla 24: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Cuatro Estrellas	<u>961596</u>
Tabla 25: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría: tres estrellas.....	<u>971597</u>
Tabla 26: Indicadores de oferta enero- junio: Categoría: dos estrellas	<u>991599</u>
Tabla 27: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Tres Estrellas	<u>10015100</u>
Tabla 28: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Dos Estrellas	<u>10215102</u>
Tabla 29: Indicadores de oferta enero-junio: Categoría Hostales Una Estrella	<u>10415104</u>
Tabla 30: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	<u>10515105</u>
Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero	<u>10715107</u>
Tabla 32: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Extranjero	<u>10915109</u>
Tabla 33: Motivo principal de viaje vs Compañía del viaje del Turista Nacional	<u>11015110</u>
Tabla 34: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Extranjero	<u>11115111</u>
Tabla 35: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional.....	<u>11215112</u>
Tabla 36: Nivel de sustitución hotelera de turistas extranjeros en el primer trimestre de acuerdo al estudio de oferta turística de la ciudad de Cuenca.....	<u>11315113</u>
Tabla 37: Perfil del Turista Extranjero	<u>11415114</u>
Tabla 38: Perfil del Turista Nacional.....	<u>11515115</u>

1. Presentación

El presente estudio pretende dar una visión de la actividad turística en la ciudad, tomando especial atención a los agentes económicos involucrados: los turistas y los proveedores de servicios turísticos de alojamiento. La primera parte de este informe consta de un diagnóstico situacional de la demanda turística en el cantón. Esta sección brinda al lector información relevante acerca de indicadores clave con características y duración de la estancia, gasto turístico, información sociodemográfica y la compara con los resultados obtenidos en el mismo periodo del año 2018 así como también con sus similares del primer trimestre del año 2019. Por su parte, el estudio de Oferta está organizado para proporcionar información sobre la tasa de ocupación hotelera, la tarifa promedio de una habitación general, la tarifa Revenue per Available Room (Rev Par), y la proporción de huéspedes nacionales y extranjeros. Cada indicador se presenta de forma compacta y de forma desagregada para cada categoría de establecimiento hotelero: Hoteles cinco, cuatro, tres y dos estrellas; Hostales tres, dos y una estrella. Para cada categoría se realiza un análisis de la evolución de los indicadores de oferta turística de los años 2016, 2017, 2018 y 2019, en el periodo abril-junio de cada año.

2. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

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

En el diseño metodológico correspondiente al estudio de la demanda turística de Cuenca, o turismo receptivo, se establecieron seis objetivos:

- a. Cuantificar la demanda efectiva, es decir, demanda referida al número de personas, nacionales y extranjeras que representan en la actualidad el turismo receptivo del Cantón Cuenca.
- b. Caracterizar al turista nacional y extranjero, enfatizando factores económicos, demográficos y sociales.
- c. Determinar las características de la estancia, entre las que están: motivo de la visita, duración de la misma, tipo de alojamiento, medio de transporte utilizado, actividades realizadas y destinos visitados.
- d. Evaluar la percepción del turista referente a la superestructura e infraestructura turística del Cantón Cuenca.
- e. Estimar el gasto turístico por componente de gasto, y a partir de esto tener una aproximación al impacto económico que los ingresos por la actividad turística generan en el Cantón.
- f. La creación de un sistema de indicadores que permitan estimar la evolución de la actividad turística en el Cantón.

Este documento está estructurado en función de los objetivos planteados, para de esta manera lograr evidenciar de la mejor manera posible los resultados obtenidos en el presente estudio.

2.1 Metodología del Estudio

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

2.1.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

A la población de estudio se le llamará "Turista" a lo largo de este documento. Los Turistas se clasificaron como nacionales y extranjeros. Se consideraron como turistas a aquellas personas que cumplieron con los siguientes requisitos:

- a. Las personas que viajaron por placer o por razones de familia, salud, etc. (Incluso los nacionales que tienen su residencia permanente en el extranjero).
- b. Las personas que acudieron a una reunión o a una asignación, cualquiera que fuere la naturaleza de ésta. (Científica, administrativa, diplomática, religiosa, etc.) Se

- incluyeron los funcionarios de los organismos internacionales que acudieron a una asignación a la Ciudad de Cuenca por un tiempo limitado.
- c. Las personas en viaje de negocios (incluidos empleados de las empresas comerciales e industriales que acudieron a la ciudad a instalar maquinaria, brindar capacitación y otros)
 - d. Los estudiantes o jóvenes que residen fuera de la ciudad, así como también los que acudieron a realizar trabajos temporales o estudios cortos
 - e. Los viajeros que visitaron a la ciudad en tránsito al menos durante 24 horas.
 - f. Los tripulantes de medios de transporte interprovinciales e inter cantonales.
 - g. Los músicos o los artistas que hicieron escala de gira en la ciudad durante el periodo de relevamiento.

Para efectos prácticos y para evitar sesgos no deseados, se excluyeron de este estudio a las personas con las siguientes características:

- a. Las personas que arribaron a la ciudad, provistas o no de contrato laboral, para ocupar un empleo o ejercer una actividad profesional.
- b. Las personas que acudieron a la ciudad de Cuenca para fijar en ella su residencia permanente.
- c. Los diplomáticos, representantes consulares y los miembros de las fuerzas armadas estacionadas en cualquiera de los fuertes militares en la Ciudad.
- d. Los refugiados.
- e. Los nómadas. (viajeros que visitaron la ciudad menos de 24 horas)
- f. Los viajeros en tránsito que no salieron de los terminales correspondientes.

2.1.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?

Las encuestas, al igual que en la primera parte del estudio, se realizaron en dos momentos simultáneos de la estancia del Turista:

- a. En el instante en el que los Turistas alojados en los establecimientos hoteleros de la ciudad realizaron su Checkout.
- b. Cuando los Turistas dejaron la ciudad en transporte aéreo o público terrestre. En este momento se excluyeron a todos aquellos a quienes ya se les aplicó la encuesta, con la finalidad de evitar una doble contabilidad.

2.1.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

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

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

En cuanto a las encuestas en hoteles, éstas se realizaron en forma personal a los turistas al momento de realizar el Checkout, en base a un muestreo combinado en dos etapas; en la primera etapa se utilizó una muestra estratificada con afijación proporcional tomando como estratos los hoteles de diferente clasificación en la ciudad, y después en la segunda etapa se utilizó un muestreo por conglomerados unietápico, donde cada unidad muestral corresponde a un hotel dentro de cada estrato.

Finalmente, el análisis del estudio de demanda se divide en tres secciones la primera y segunda sección hace referencia al análisis de indicadores de demanda turística para turistas extranjeros y nacionales, dividido a su vez en los resultados del relevamiento de una semana normal y de una semana en feriado del mes de noviembre; y la tercera sección se presenta el análisis de los indicadores de demanda en relevamiento en establecimientos hoteleros. Para cada sección se realiza un análisis de los hallazgos de los segundos trimestres 2018 y 2019 poniendo especial énfasis en el trimestre abril-junio del año 2019.

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

3. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

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

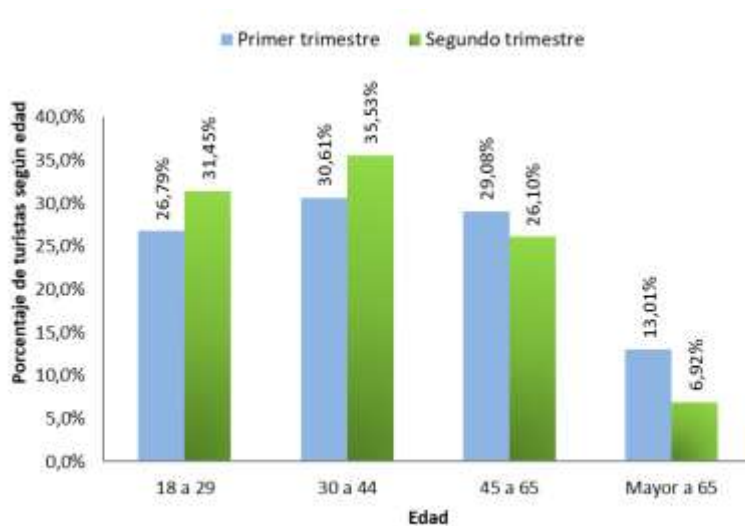
3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

3.1.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Siempre se considerará como fundamental para la formulación tipológica del turista la determinación de su rango etario. Como se aprecia en la [Ilustración 1](#), en este trimestre se registra una mayor densidad de visitantes en las edades comprendidas entre los 30 a 44 años (35.53%), proporción que es relativamente similar a la obtenida en el segundo trimestre del año 2018 (32.39%). Existe una menor presencia de turistas jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 29 años (31.45% frente al 35.04%). Esto en relación a los resultados reportados en el segundo trimestre del año 2018, los grupos restantes tienen similar comportamiento durante los periodos analizados.

Las medidas posición en el trimestre enero-marzo revelan una media de 39.25 años, una mediana de 35 años, y la moda es de 25 años.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

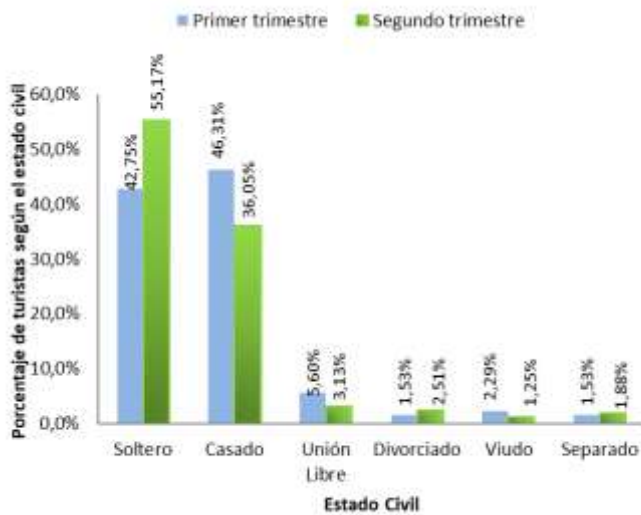
Como se aprecia en la [Ilustración 2](#), al comparar lo obtenido con el primer trimestre 2019 los resultados sugieren la presencia de una mayor proporción de visitantes extranjeros solteros con respecto de aquellos casados. No obstante, los resultados son similares en relación con sus similares del segundo trimestre del año 2018. Así, se puede observar una participación de 53.10% y 37.17% para visitantes solteros y casados

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

respectivamente; frente al 55.17% y 36.05% actualmente registrado para el actual trimestre. Los porcentajes restantes corresponden a otras formas de asociación civil. Al comparar el resultado de este trimestre con el anterior, se sugiere un comportamiento estacional dado el repunte de turistas solteros y por ende el declive de aquellos casados en este periodo.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género del turista, el relevamiento actual arrojó una mayor proporción de visitantes varones con el 56%, versus un 44% de mujeres, lo que revela una menor presencia de turistas de sexo femenino, en comparación con lo visto en el año 2018 en el mismo periodo (50%), y similar respecto al primer trimestre de 2019.

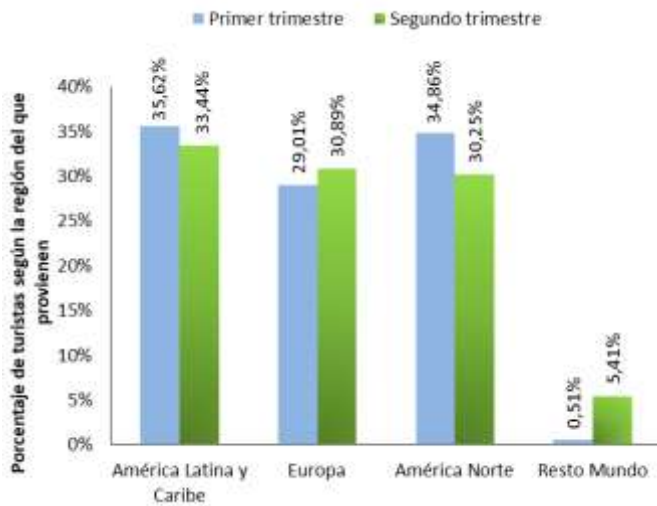
3.1.1.2 Procedencia del Turista

Como se ha establecido, la ciudad de Cuenca, por su carácter cosmopolita recibe turistas de diversas partes del mundo. En esta época del año, al igual que en el primer trimestre hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de América Latina y el Caribe (33.44%). Las proporciones registradas no distan significativamente de los hallazgos en el segundo trimestre del año 2018, pues los turistas norteamericanos representan alrededor del 30% en los dos periodos analizados. La proporción de visitantes europeos continúa siendo alrededor del 30.89%, dato similar al obtenido en el primer trimestre de 2018 (29.91%), y apenas un 5.41% provienen del resto del mundo (Ver [Ilustración 3](#), [Ilustración 3](#), [Ilustración 3](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 78.03% de los turistas que visitaron la ciudad en el trimestre abril-junio del año 2019. Entre los países de origen más populares están: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela en la región Latinoamericana; Alemania, España, Francia e Italia en la región europea y Estados Unidos y Canadá en Norte América.

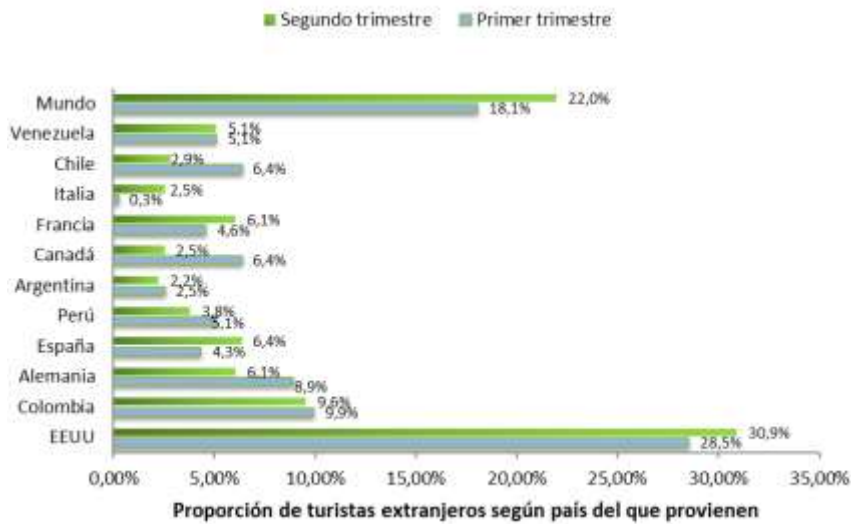
En la Ilustración 4, se aprecia que la mayor proporción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (30.9%), dato ligeramente similar al obtenido en el segundo trimestre del año 2018 (27.4%). Luego se encuentran, aunque en proporciones significativamente menores, aquellos turistas colombianos (9.6%), españoles (6.4%), alemanes, franceses (6.1% en cada caso), y venezolanos (5.1%). La presencia de otras nacionalidades es menor al 5% cada caso.

Con formato: Fuente: 11 pto
Con formato: Fuente: 11 pto

Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo no es para nada desdeñable (22%), las procedencias son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. Dicho conglomerado se encuentra impulsado por el ingreso de turistas brasileños, ingleses y holandeses.

Con formato: Fuente: 11 pto
Con formato: Fuente: 11 pto

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

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

Con respecto al nivel educativo, la [Ilustración 5](#) revela que el turista extranjero que visita la ciudad tiene un nivel de instrucción superior (78.1%), la proporción de turistas con educación secundaria o postgrado fue de 8.2% y 13.5% respectivamente. Se registra un aumento en el porcentaje de visitantes con educación superior, y hay una disminución en porcentaje del grupo con educación de postgrado. Esto en comparación con lo reportado en el mismo periodo del año 2018 (67.3% y 19.6% respectivamente). Por otro lado, la mayor parte de los turistas extranjeros labora como profesional independiente (58.1%). Como se aprecia en la [Ilustración 6](#), los hallazgos indican que hay una mayor presencia de turistas en esta categoría ocupacional, en comparación con el segundo trimestre del año 2018 (33.1%).

Los visitantes extranjeros de otra profesión representan el 5.4% en el actual período; dichos visitantes son docentes, médicos o cuentan con otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan ser no significativas a nivel individual.

A la par, se evidencia que aquellos turistas que laboran en el sector público son el 13.1%, los que laboran como administradores representa el 8.6%, y 6.3% son comerciantes (ver [Ilustración 6](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

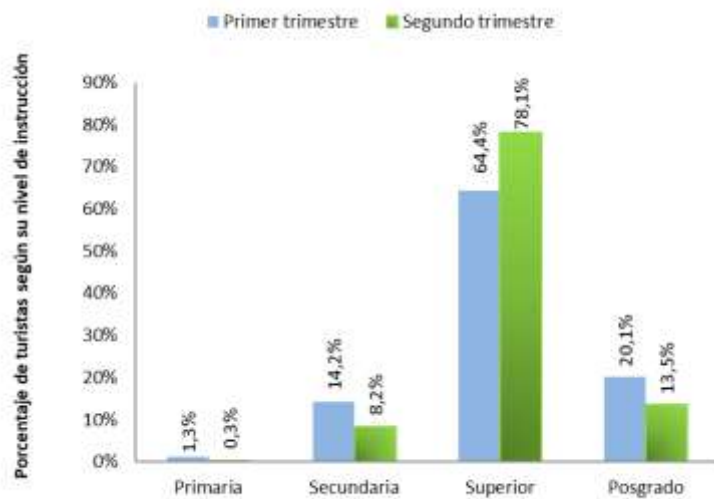
Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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



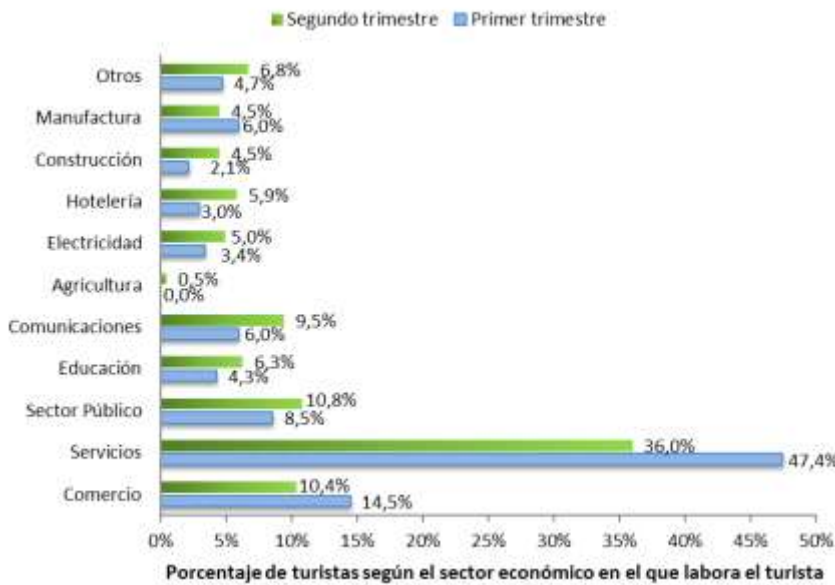
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

A modo de conclusión parcial y en acuerdo 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 (36%) al igual que en el segundo trimestre de 2018 (35.6%); luego existen visitantes que laboran en el sector del comercio y el público (10.4% y 10.8% respectivamente). Finalmente, en el trimestre actual el porcentaje que no labora en el sector de servicios se encuentra más disperso entre los distintos sectores. Esto en comparación con lo observado en el periodo abril-junio del año 2018 en donde la concentración se dio principalmente en el grupo de turistas que laboraban en el sector público, y en el comercio (16.2% en cada caso).

De aquellos turistas que laboran en otros sectores (6.8%), un 33% corresponde a la salud y el restante de actividades es aún demasiado desagregada para resultar significativo a nivel individual. (Ver [Ilustración 7](#))

Con formato: Fuente: 11 pto
 Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

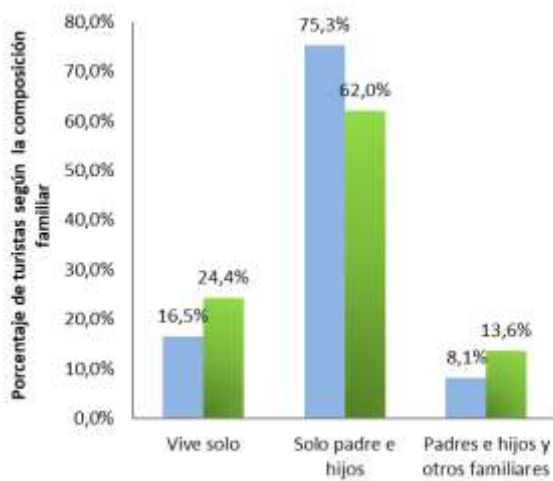
3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

Según la [Ilustración 8](#), en esta parte del año, el 62% 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 24.4%. Los turistas extranjeros cuya composición familiar está conformada por padres, hijos y otros familiares (familia ampliada) representan el 13.6% de visitantes.

Los resultados son similares al periodo abril-junio del año 2018, la variación más importante se encuentra en el grupo de visitantes que viven en una familia ampliada, que presenta un incremento de alrededor de 5 puntos porcentuales frente a lo registrado en el mismo periodo 2018.

Por otro lado, la disminución sustancial de aquellos que conforman una familia tradicional en el trimestre actual en relación con el primero, va de la mano con el incremento de visitantes que viven solos y son solteros.

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.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

Turista Extranjero	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNIÓN LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	2	20,6%	0,0%	0,3%	0,3%	1,9%	1,0%	24,1%
Solo padre e hijos	2	26,3%	2,9%	31,1%	1,6%	0,0%	0,3%	62,2%
Padres e hijos y otros familiares	2	8,6%	0,3%	4,1%	0,0%	0,6%	0,0%	13,7%
Total	2	55,6%	3,2%	35,6%	1,9%	2,5%	1,3%	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 (31,1%), dato relativamente similar al obtenido en el segundo trimestre del 2018 (34.2%). Los turistas solteros que viven con sus padres son el 26.3% al igual que el 25.3% en el periodo comparado. La proporción de quienes viven solos y son solteros es similar en ambos trimestres analizados (20.6% y 21.8% respectivamente).

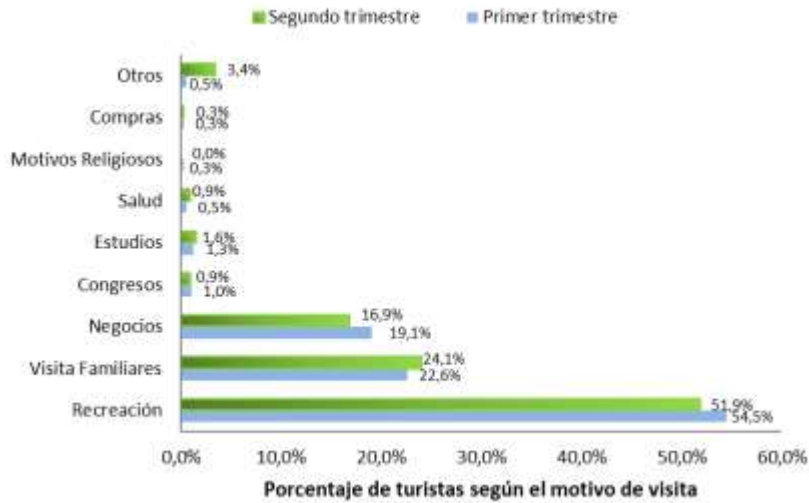
3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

3.1.2.1 Motivación

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer y el descanso, aunque puede ser complementaria a otras actividades cotidianas como los estudios o el trabajo. Los resultados del estudio revelan que, aún la principal razón del turista extranjero para venir a la ciudad de Cuenca es la recreación (51.9%) al igual que en segundo trimestre del año 2018. La proporción de turistas que arriban a la ciudad para visitar a sus familiares es del 24.1% mientras que el porcentaje de turistas que visitan la ciudad por negocios o por trabajo es del 16.9% (Ver Ilustración 9). En general, estos porcentajes fueron menores a los obtenidos en abril-junio del año 2018, dado que en ese periodo hubo una importante presencia de turistas participando en congresos o conferencias (11.3%).

Si se analiza el motivo principal de visita por nacionalidad del turista extranjero, se evidencia que, de las 11 nacionalidades principales, la mayor proporción de turistas alemanes, argentinos, canadienses, franceses e italianos visitan la ciudad por motivos recreacionales (más del 50% para cada caso). Una importante proporción de los turistas estadounidenses (41.24%) vino a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, y un 48.45% por motivos recreacionales. Un 50% de turistas peruanos llegaron a la ciudad para visitar a un familiar. Finalmente, el 50%, 33.33% y 37.5% de turistas colombianos, chilenos y venezolanos respectivamente, visitan la ciudad por motivos de negocios (Ver anexo 2).

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

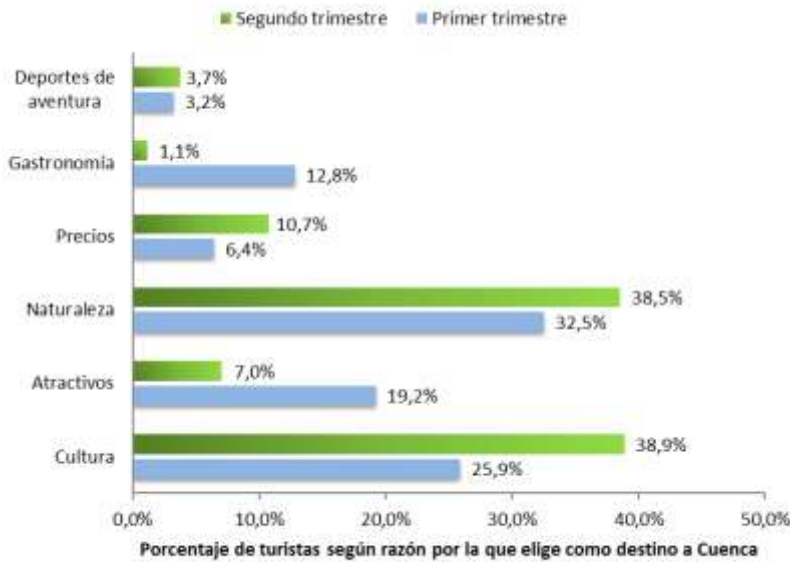


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En el segundo trimestre del año 2019, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales y culturales (38.5% y 38.9% respectivamente). El turismo que vino a la ciudad atraído de sus atractivos turísticos (7%) es sumamente menor al dato obtenido en el segundo trimestre 2018 (28.2%). El porcentaje de turistas extranjeros que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por deportes de aventura es pequeño (3.2%). Se observa, además, que la incidencia de visitantes que arriban a la ciudad atraídos por el precio de los bienes y servicios es de 10.7%. Se concluye en este epígrafe que, las razones por las que los visitantes extranjeros eligen a la ciudad como destino turístico continúa siendo la naturaleza, pero la cultura ha ido tomando un mayor peso a la hora de elegir el destino en detrimento de los atractivos turísticos. Esto en relación a lo que se evidencia en el segundo trimestre del año 2018 y primer parcial del año 2019.

Ilustración 10: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que la mayor proporción de turistas son visitantes por primera vez (58.13%), mientras que existe una tasa de retorno del 41.88%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar para una visita futura. Este es un resultado robusto ya que los hallazgos del primer trimestre 2019 presentan una tasa de retorno del 44.5%.

3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios utilizados para recibir información acerca de la ciudad, el turista extranjero la continúa recibiendo a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado con anterioridad la ciudad o, que se han radicado definitivamente en ella (64.5%).

Solamente el 15.6% utilizan medios como la Internet o la publicidad para informarse sobre la ciudad, mientras que la incidencia de uso de oficinas de turismo, guías turísticas y páginas oficiales sigue siendo muy baja. Por otro lado, los turistas que mencionan utilizar otros medios de información representan el 10.2%, de los cuales, la mayoría se informa sobre la ciudad en su lugar de trabajo. Las recomendaciones de familiares tienen un mayor peso en el trimestre actual en relación a otros medios como el internet y la publicidad. Esto frente a lo que se obtuvo en el primer trimestre del año 2019 y segundo trimestre del año 2018 (27.3% y 23.9% respectivamente).

En la ~~Ilustración 12~~~~Ilustración 12~~~~Ilustración 12~~ se muestra que de aquellos turistas que utilizaron la Internet para informarse sobre la ciudad, la mayor parte se apoyó en plataformas de viaje como TripAdvisor (22.6%), que desplaza al uso del buscador Google, el cual fue el más utilizado en el primer trimestre del año 2019 (25%) y en el segundo trimestre del 2018 (24.5%). El uso de Redes Sociales, Lonely Planet y otras páginas turísticas es del (9.7%, 12.9%, y 6.5% respectivamente). Hay que tomar en cuenta, además, que hay alto porcentaje de turistas que utilizaron “Otros medios de internet” (38.7%); entre los cuales están Blogs, páginas de reservas y/o viajes, etc., los cuales a nivel individual resultan no ser significativos.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 11: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 12: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



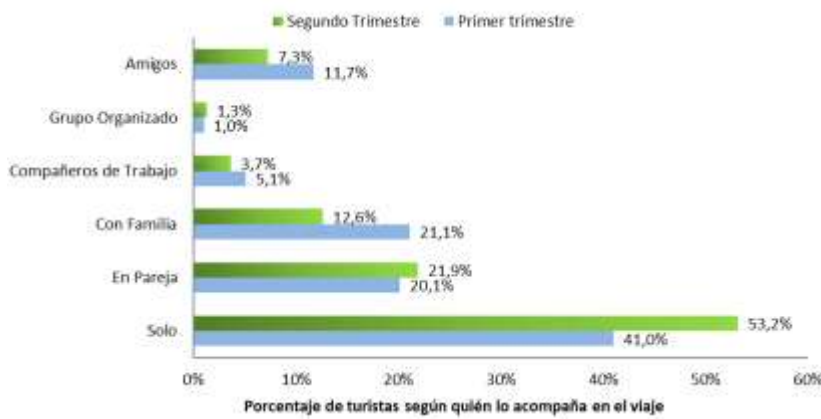
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

3.1.3.1 Con quién viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, 53.2%, continúan viniendo solos, 21.9% arriban con sus parejas y un 12.6% vienen acompañados de sus familias. Existe un importante porcentaje (7.3%) que vienen en grupo de amigos, y un 3.7% que vienen con sus compañeros de trabajo. La incidencia de turistas que arriban en un grupo organizado es muy baja (1.3%). A nivel comparativo, la proporción que actualmente visitan la ciudad solos, es mayor al presentado en el primer trimestre 2019 (41%) y segundo trimestre 2019 (49.2%).

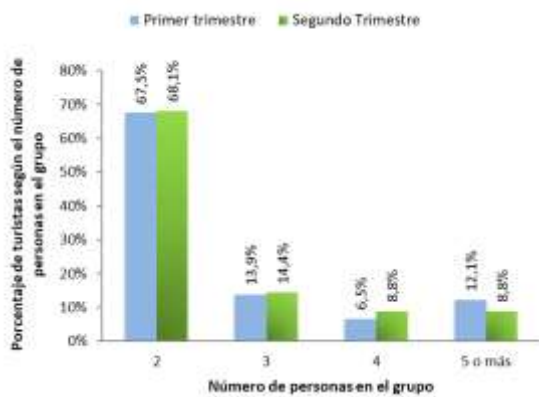
Ilustración 13: Con quién viaja el Turista Extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



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 (68.1%). Este dato es alrededor de 7 puntos porcentuales menos al observado durante el mismo periodo en el año 2018 (75.4%). Los grupos pequeños de 3 o hasta 4 individuos representan el 14.4% y el 8.8% respectivamente. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Al relacionar las variables “razón principal de la visita” y “compañía de viaje” los resultados sugieren que el turista recreacional viaja solo (40.4%), con su pareja (28.3%) o con sus amigos (17.8%). Aquellos que llegan a la ciudad por visitar a sus familiares o amigos, lo hacen solos (55.8%), en familia (15.3%) o en pareja (19.5%). La gran mayoría de turistas que visitan la ciudad por negocios viajan solos (68.5%) o con compañeros de trabajo (20.4%), tal como se ilustra en la [Tabla 2](#).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Esto a su vez indica que los turistas internacionales consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje solitario o en pareja². Resultados que son similares a lo registrado en el segundo trimestre 2018.

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Extranjero		Trimestre 2019	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	28,5%	0,5%	23,8%	28,5%	17,8%	0,9%	100,0%
		2	40,4%	7,2%	13,3%	28,3%	10,8%	0,0%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	1	49,4%	1,1%	28,1%	15,7%	4,5%	1,1%	100,0%
		2	55,8%	7,8%	15,6%	19,5%	1,3%	0,0%	100,0%
	Negocios, actividades	1	65,3%	2,7%	5,3%	1,3%	2,7%	22,7%	100,0%
		2	68,5%	3,7%	1,9%	3,7%	1,9%	20,4%	100,0%
Total		1	41,0%	1,0%	21,1%	20,1%	11,7%	5,1%	100,0%
		2	50,0%	7,2%	11,9%	20,6%	6,9%	3,4%	100,0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

3.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

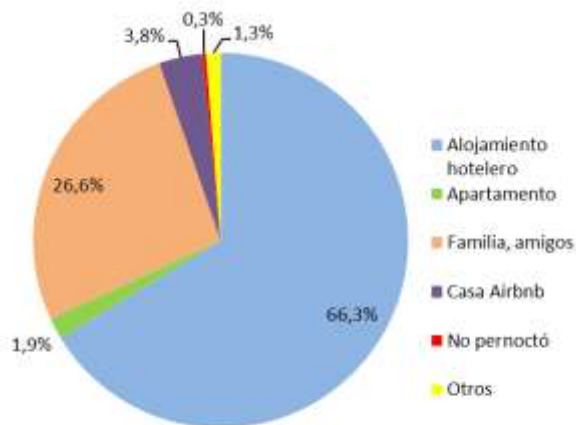
Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros organizan su viaje en forma independiente (91.3%) similar que en el primer trimestre del año 2018 (87.3%).

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 trimestre actual continúa siendo el establecimiento hotelero con un 66.3% de las preferencias, proporción que es similar a la registrada en el segundo trimestre 2018 (65.5%). El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es del 26.6% del total. Un Apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 1.9%, y el servicio Airbnb lo fue para el 3.8%; estos porcentajes no presentan variaciones significativas con respecto a lo encontrado en el mismo parcial del año 2018. Este trimestre hubo apenas un 0.3% de turistas que no pernoctan en la ciudad³. El número de visitantes que dice elegir otro tipo de alojamiento no es significativo (1.3%).

Ilustración 15: Tipo de alojamiento que elige el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La ~~Tabla 3~~~~Tabla 3~~~~Tabla 3~~⁴ revela que, de todos los turistas recreativos, la amplia mayoría prefirió el establecimiento hotelero tradicional (83.7%). Este resultado se replica para otros turistas con

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

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

motivos tan diferentes como negocios (79.6%), la asistencia a congresos o conferencias y a motivos de salud (66.7% en cada caso) y por motivos de compras (100%). Se exceptúa el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa del familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (70.3%). Quienes arriban por estudios o investigación eligen igualmente hospedarse con familiares o amigos (60%).

Si se compara los resultados del periodo abril-junio del año 2019 frente a los hallazgos del mismo periodo del año 2018 se evidencia que los turistas que llegan a la ciudad por motivos recreativos y por visita familiar presentan un incremento en la tasa de hospedaje en alojamiento hotelero en un, 83.7% y 24.7% respectivamente en el 2019 frente a un 77.8% y 12.7% en el año 2018. Esto en detrimento de aquellos que se hospedan con sus familiares o amigos.

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

Turista Extranjero	Trimestre	¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?				TOTAL	
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	73,8%	4,2%	14,0%	6,1%	100,0%
		2	83,7%	1,2%	9,6%	4,8%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	1	15,7%	2,2%	75,3%	1,1%	100,0%
		2	24,7%	1,3%	70,1%	3,9%	100,0%
	Negocios, actividades	1	69,3%	10,7%	16,0%	1,3%	100,0%
		2	79,6%	3,7%	14,8%	0,0%	100,0%
	Congresos, conferencias	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		2	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
	Estudios, investigación	1	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		2	0,0%	20,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	1	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		2	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
		2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	1	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Otros	1	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		2	54,5%	0,0%	18,2%	9,1%	100,0%
Total	1	60,2%	6,3%	29,3%	3,6%	100,0%	
	2	66,3%	1,9%	26,6%	3,8%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.4.2 Duración de La Estancia

En la ~~Tabla 4~~ ~~Tabla 4~~ ~~Tabla 4~~ se presenta la duración de estancia del turista extranjero que visita la ciudad hasta por 30 días. En el segundo trimestre 2019, la estancia promedio fue de 5.93 días, uno más que la estancia promedio del turista extranjero que vino en el primer trimestre del año 2019. Esto es un poco menos que lo obtenido en el segundo trimestre del año 2018 (6.31 días). No

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

obstante, es importante acotar que, debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable; en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana. El 25% de turistas con menor tiempo de permanencia en la ciudad, tiene una estancia de 2 días o menos, mientras que la mediana indica que el 50% de turistas con menor tiempo de estancia, permanece en la ciudad 3 días o menos, un día menos que en el segundo trimestre del 2018. Solamente un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 5 días. Finalmente la respuesta más común entre todos los turistas extranjeros fue que permanecían 2 días en la ciudad.

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

	Primer trimestre	Segundo trimestre
Media	6,93	5,93
Cuartil 1 (25% de los casos)	2,00	2,00
Mediana (Cuartil 2)	4,00	3,00
Cuartil 3 (75% de los casos)	7,00	5,00
Moda	2,00	2,00

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La duración de la estancia depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En concordancia, se realizó una disgregación del tiempo de la estancia por motivo de viaje. La [Tabla 5](#) revela que el turista recreativo y aquel que visita la ciudad por negocios o trabajo permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Aquel que visita a familiares o amigos reporta una estancia mediana de 5.5 días que es 1.5 días menos que en el segundo parcial del 2018. Los turistas que llegan a la ciudad por participar de congresos o conferencias lo hacen en estancias cortas de 3 días. Los demás visitantes presentan estancias más largas, pero son grupos no significativos. Los hallazgos de la estancia de los grupos más representativos son consistentes a lo registrado en el parcial abril-junio del año 2018.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista Extranjero		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)	
		Primer trimestre	Segundo trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3,0	3,0
	Visita a familiares o amigos	8,0	5,5
	Negocios, actividades	3,0	3,0
	Congresos, conferencias	2,0	3,0
	Estudios, investigación	14,0	30,0
	Tratamiento de salud	11,0	3,0
	Motivos religiosos	3,0	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	3,0
	Otros	30,0	7,0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo con el tipo de alojamiento utilizado, en la [Tabla 6](#), se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen estancias cortas de 3.8 días, resultado que es 0.8 días más que el segundo trimestre del año 2018. De hecho, un 66.04% de los turistas extranjeros que utilizaron este tipo de alojamiento, pasaron hasta 3 días en la ciudad (Ver Anexo 6).

La duración de la estancia de quienes se alojaron en un apartamento, fue de 8,2 días; este es un tiempo que, aunque alto, es menor al encontrado en el año 2018 (15 días). Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia mediana de 10.9 días, 3.9 días más que en el mismo periodo del año 2018; finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (por airbnb) presentan estancias de hasta 9.9 días, 5.9 días más que los observados en el mismo trimestre del 2018.

Esto indica que existe una clara relación entre el tiempo de estancia y el tipo de hospedaje seleccionado.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

Turista Extranjero		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)	
		Primer Trimestre	Segundo Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3,0	3,8
	APARTAMENTO	10,0	8,2
	FAMILIA, AMIGOS	7,0	10,9
	CASA AIR BNB	7,0	9,9
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	N/D	1,0
	OTROS	12,0	4,5

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 gastaron durante el trimestre 2019 una media de \$576.52 por grupo⁵ durante toda su estancia; este valor es mayor al registrado en el mismo trimestre del año 2018 (\$481.77). 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 2019 fue de \$450.54. Nuevamente, se observó un monto mayor que en el mismo periodo del año anterior (\$328.74). Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en abril-junio del 2019 (\$97.61⁶), es mayor al gasto diario personal observado en el 2018 (\$67.77).

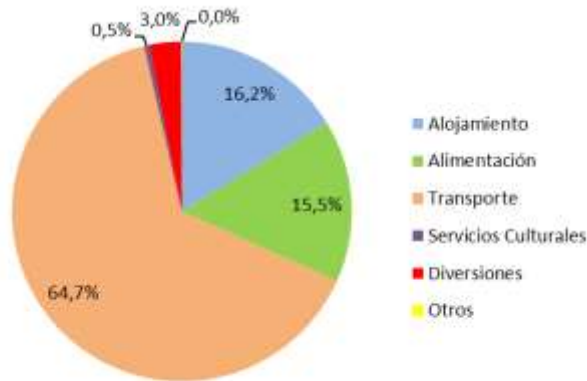
La ~~Ilustración 16~~~~Ilustración 16~~~~Ilustración 16~~, revela la composición del gasto turístico para el segundo trimestre 2019. Del total de gastos realizados por turistas extranjeros, un 64,7% corresponde a transporte, 25.3 puntos porcentuales más que en el 2018. El 15.5% del gasto se erogó en alimentación, valor menor al 28.9% obtenido en el año 2018. Un 16.2% se utilizó en alojamiento, proporción que es similar al 19.1% del año anterior. Por último, los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 3% y 0.5% del total, respectivamente.

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

⁶ Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos. En las siguientes tablas se presenta la estimación de los gastos que toma en cuenta la forma de distribución de los gastos.

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

Ilustración 16: Composición del gasto total en turismo por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Se ha calculado, además del promedio, la mediana del gasto del turista extranjero, debido a su carácter más representativo del conglomerado de estudio. En este sentido, con respecto a los turistas con estadías de hasta 30 días, tal como aprecia en la [Tabla 7](#), la mediana del gasto va de la mano con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, se encuentran los turistas que vienen por motivos de salud. El alto gasto reportado se debe al alto rubro erogado en medios de transporte (\$663,85); no obstante, es importante considerar que la incidencia de estos grupos con respecto al total no es representativa. Otro grupo con gastos elevados durante la estancia está conformado por quienes vinieron a la ciudad por participar de congresos o conferencias, al igual que en el caso anterior este elevado gasto se debe especialmente al pago en transporte (\$402.5). Un tercer grupo con mayores niveles de gasto se encuentra conformado por turistas que visitan a sus familiares o amigos; este grupo, a pesar de contar muchas veces con alojamiento gratuito, incurre en altos costos de alimentación y transporte, derivados de los prolongados tiempos de estadía.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

Turista Extranjero		Segundo Trimestre	MEDIANA DEL GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	Otros	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2018	\$22.28	\$22.23	\$23.71	\$1.03	\$1.84	\$6.40	\$77.50
		2019	\$21.37	\$12.42	\$57.26	\$2.90	\$8.56	\$2.49	\$105.00
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$11.43	\$97.90	\$101.22	\$1.88	\$6.06	\$21.50	\$240.00
		2019	\$28.94	\$39.12	\$148.52	\$12.50	\$26.54	\$14.38	\$270.00
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$57.12	\$55.56	\$78.25	\$4.91	\$2.41	\$19.26	\$217.50
		2019	\$45.33	\$14.32	\$24.59	\$0.00	\$18.76	\$0.00	\$103.00
	Congresos, conferencias	2018	\$127.62	\$81.29	\$288.08	\$6.23	\$7.23	\$59.54	\$570.00
		2019	\$0.00	\$15.00	\$402.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$417.50
	Estudios, investigación	2018	\$35.25	\$39.53	\$64.02	\$0.31	\$0.58	\$21.31	\$161.00
		2019	\$93.39	\$33.85	\$13.42	\$0.00	\$9.34	\$0.00	\$150.00
	Tratamiento de salud	2018	\$5.50	\$5.30	\$11.20	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$22.00
		2019	\$131.18	\$164.97	\$663.85	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$960.00
	Motivos religiosos	2018	\$0.00	\$500.00	\$312.00	\$10.00	\$0.00	\$0.00	\$822.00
		2019	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	Compras o servicios personales	2018	\$80.00	\$60.00	\$7.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$147.00
		2019	\$10.00	\$5.00	\$2.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$17.50
	Otros	2018	\$14.60	\$16.41	\$45.73	\$0.00	\$16.47	\$10.29	\$103.50
		2019	\$10.67	\$15.58	\$76.35	\$0.00	\$18.91	\$0.00	\$121.50
Total		2018	\$37.85	\$49.22	\$78.22	\$2.36	\$3.47	\$17.36	\$188.49
		2019	\$28.67	\$21.07	\$82.95	\$4.58	\$14.72	\$4.82	\$156.80

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vinieron por recreación por recreación erogaron durante su estancia un monto inferior al valor del gasto mediano por persona que representa toda la muestra (\$105,00 contra \$156,80); este rubro es, además, mayor en comparación al observado en abril-junio del 2018 (\$77,50). El incremento se debe especialmente a un aumento en los gastos en transporte. Este grupo de turistas presenta también un gasto en diversión (\$8.56) inferior al global general (\$14.72); aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otras razones, por ejemplo, por motivos de visita a familiares, que presentan mayores gastos en actividades lúdicas y de entretenimiento (\$26.54).

Los grupos de turistas que más erogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por motivos de salud. En general, el gasto en alojamiento realizado en el segundo trimestre 2019 presenta una mediana por persona de \$28.67, menor a los \$37.85 registrados en el 2018. El gasto mediano por persona también disminuye de \$49.22 en 2018 a \$21,07 en 2019. Es importante notar

que el rubro de diversión ha incrementado de \$3.47 a \$14.75 que se debe especialmente a los gastos realizados por turistas que vienen por motivos de negocios o trabajo y quienes vienen a visitar a sus familiares o amigos. Aun el gasto en transporte sigue siendo el más alto de todos.

El gasto mediano por persona durante la estancia ha disminuido de \$188.49 reportado en el segundo trimestre 2018 a \$156.80 en el mismo trimestre del año 2019, lo que en general se debe a menores gastos en alojamiento y alimentación. Esto representa una disminución en el gasto del 16.81%.

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

Turista Extranjero		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2018	Segundo trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$36,67	\$25,83	\$35,00
	Visita a familiares o amigos	\$33,13	\$34,29	\$49,09
	Negocios, actividades profesionales	\$40,00	\$72,50	\$34,33
	Congresos, conferencias	\$38,50	\$114,00	\$139,17
	Estudios, investigación	\$11,43	\$10,73	\$5,00
	Tratamiento de salud	\$29,32	\$11,00	\$320,00
	Motivos religiosos	N/D	\$71,48	N/D
	Compras o servicios personales	N/D	\$73,50	N/D
	Otros	\$8,33	\$17,25	\$17,36
	GLOBAL	\$35,98	\$44,38	\$41,11

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se aprecia en la ~~Tabla 8~~ ~~Tabla 8~~ ~~Tabla 8~~, muestra la mediana del gasto diario realizado por el turista, en función de la razón de su visita. En general, el gasto diario realizado por los turistas extranjeros disminuyó en un 7.37%, frente a lo registrado en abril-junio del 2018 (disminución de USD\$3.27), y en particular, la mayor reducción se observa en los turistas extranjeros que visitan la ciudad por negocios.

Este comportamiento se puede explicar por un menor gasto realizado en el rubro de transporte. A diferencia de quienes visitan la ciudad por motivos puramente recreacionales que incrementan su gasto mediano diario por persona en el segundo parcial del 2019 con respecto al mismo trimestre del 2018, lo que se debe principalmente a al rubro de transporte. Un caso particular que se debe

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

destacar es que aquellos que visitan a sus familiares o amigos presentan un incremento en el gasto de 43.16% frente al gasto mediano diario reportado en el segundo trimestre 2018, lo que se debe en especial al gasto en alojamiento, transporte y diversiones.

El gasto mediano diario del turista extranjero se ha incrementado en un 14.25% con respecto al primer trimestre del año 2019, lo que se atribuye a los gastos realizados por el grupo de turistas representativos que visitan la ciudad a visitar a sus familiares o amigos los cuales han incrementado su gasto de \$33.13 a \$49.09.

3.1.5. Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados del año 2018 revelan que los turistas no presentan mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que las erogaciones por alojamiento, transporte y alimentos son justos, en una proporción de 92.6%, 90.49% y 92.22% respectivamente, resultados muy similares a los observados en abril-junio 2018 (92.5%, 90.29% y 93.95% respectivamente). Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

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

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

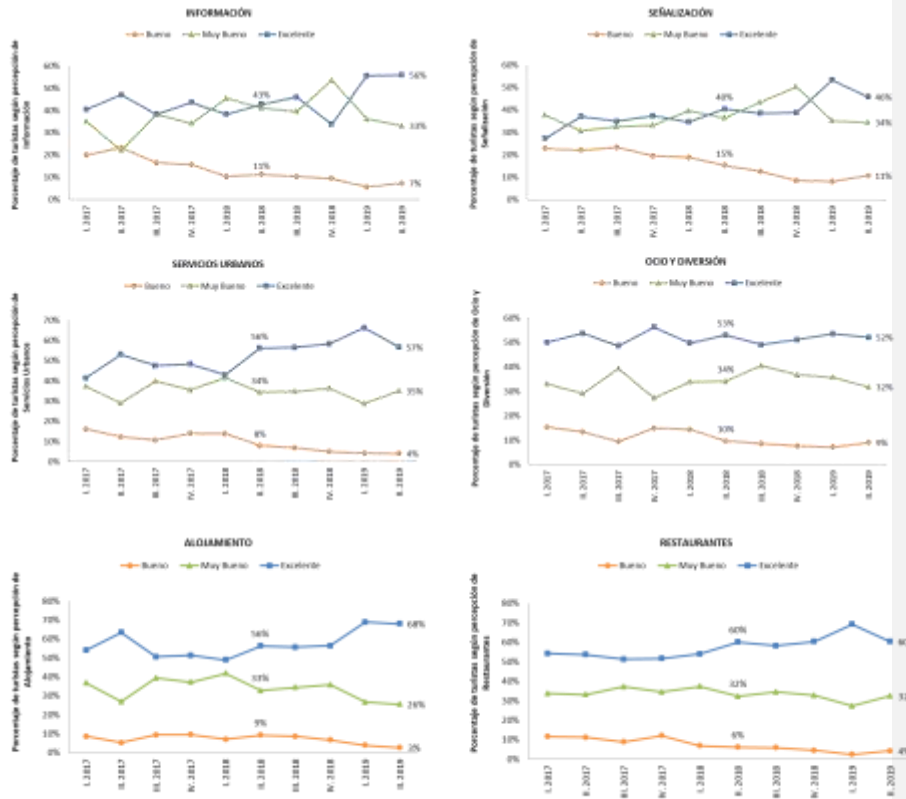
Se aprecia una mejoría en la percepción de muy bueno a excelente en los servicios de información, señalización y alojamiento en relación con lo reportado en el segundo trimestre del 2018. Esto se puede apreciar en la ~~Ilustración 17~~~~Ilustración 17~~~~Ilustración 17~~⁷. La percepción de los servicios restantes es similar en ambos periodos analizados.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Ilustración 18

Con formato: Normal
Con formato: Fuente: 11 pto

).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

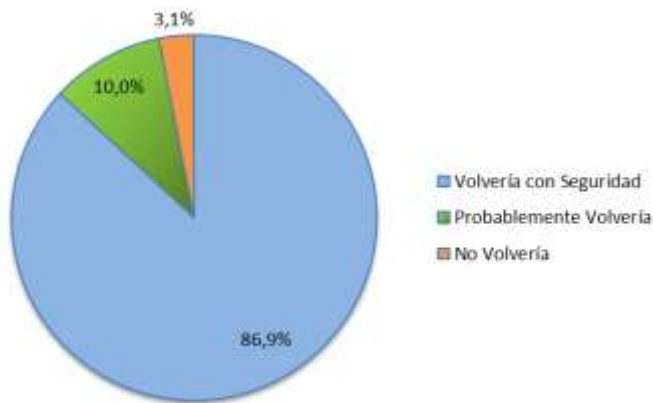
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el sector turístico, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro. Como consta en la [Ilustración 19](#), [Ilustración 19](#), [Ilustración 19](#) e [Ilustración 20](#), [Ilustración 20](#), [Ilustración 20](#), se revela que el 86.9% de los turistas extranjeros volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 10% probablemente regresaría y un 3.1% anunció que probablemente o seguramente no volvería.

De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 86,9% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 82.1% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable son de apenas el 0.6%.

Los resultados muestran un ligero descenso en estos indicadores con respecto a los obtenidos en el segundo trimestre del año 2018, ya que hubo una disminución de 3.7% en la disposición a retornar a la ciudad de Cuenca.

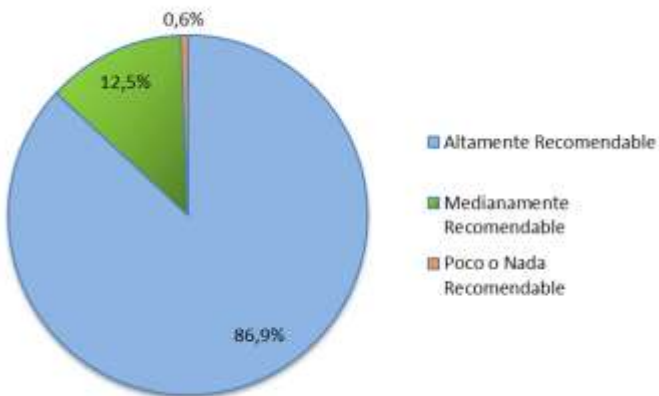
- Con formato: Fuente: 11 pto
- Con formato: Fuente: 11 pto
- Con formato: Fuente: 11 pto
- Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 19: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 20: Recomendabilidad del Destino Cuenca



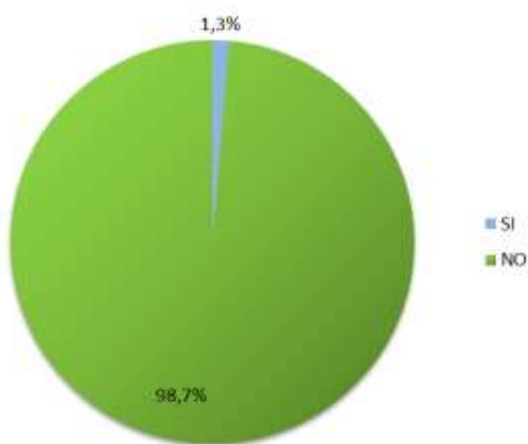
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 88.1% de los turistas internacionales ya poseían información acerca de la ciudad, antes de su visita; proporción que es menor al 96,7% que conocían la ciudad en el mismo trimestre del año 2018. Solo una minoría (11.9%), la escogió como destino turístico en su ruta después de

arribar al país. 29.7% de los turistas extranjeros ya conocían la existencia de algunos atractivos de la ciudad antes de su arribo, mientras que la mayoría dijo no conocer nada sobre los atractivos de la ciudad. Finalmente, solo un 1.3% 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 al registrado en el primer periodo 9%.

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



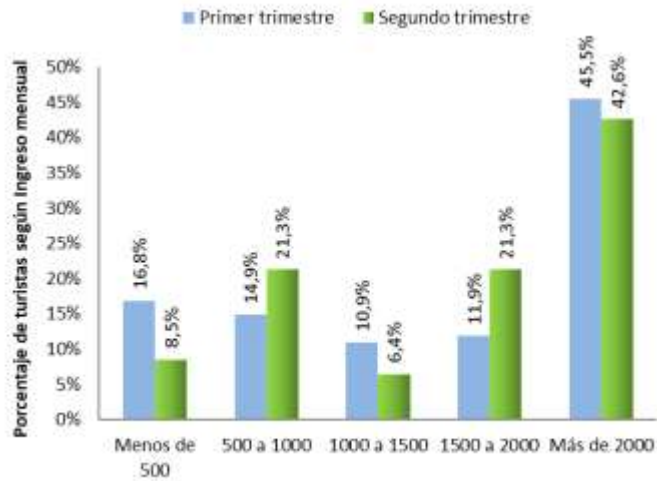
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Según la ~~Ilustración 22~~~~Ilustración 22~~~~Ilustración 22~~, la mayor proporción de turistas extranjeros presenta ingresos mensuales de más de 2,000 dólares (42,6%), que es 13.2 puntos porcentuales menos que en el segundo trimestre 2018. Ahora, un 21.3% percibe ingresos de 500 a 1000 dólares mensual frente al 16.1% obtenido en 2018. Esto da una media de ingresos de 1,590.43 dólares al mes, por lo que aquel turista que visitó a la ciudad de Cuenca en el trimestre abril-junio del año 2019 tuvo 13.34% menos ingresos en promedio, que aquel que visitó la ciudad en el segundo trimestre 2018. La mediana es de 2,660.71 y una moda de 2,226.97 dólares.

Con formato: Fuente: 11 pto
Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 22: Ingreso mensual del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Perfiles de turistas extranjeros

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre abril-junio 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 segundo trimestre del año 2019

El turista extranjero que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por sus paisajes naturales y cultura de la ciudad de Cuenca, viajan solos, en familia, en pareja o amigos y prefieren alojamiento hotelero. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$105, es decir, un gasto diario por persona de \$35.
- 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 5.5 días, con un costo de estancia por persona de \$270, es decir, un gasto diario por persona de \$49.09.
- 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 \$103, es decir, un gasto diario por persona de \$34.33.

4. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

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

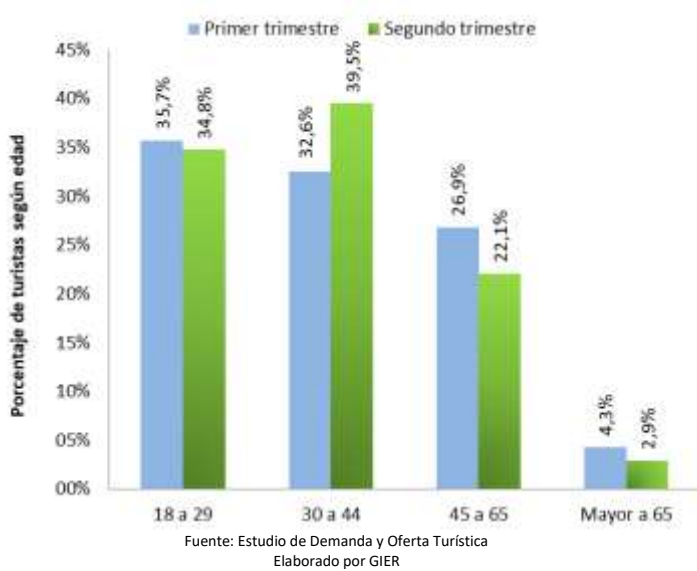
4.1.5. Características Socio Demográficas del Turista Nacional

4.1.5.1.1 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 (39.5%). Este resultado es superior en 5.4 puntos porcentuales al registrado en el segundo trimestre de 2018. A la par, el porcentaje de turistas nacionales entre los 45 y los 65 años ha disminuido a 22.1% frente al 28.4% reportado en el periodo en comparación. Esto lo caracteriza, al igual que con su contraparte extranjera, como un adulto contemporáneo. Grupos de turistas mayores de 65 años representan solamente el 2.9%.

Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan que media de la edad de los turistas nacionales se ubica alrededor de los 36.3 años, con una mediana de 35 años y una moda de 25 años.

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

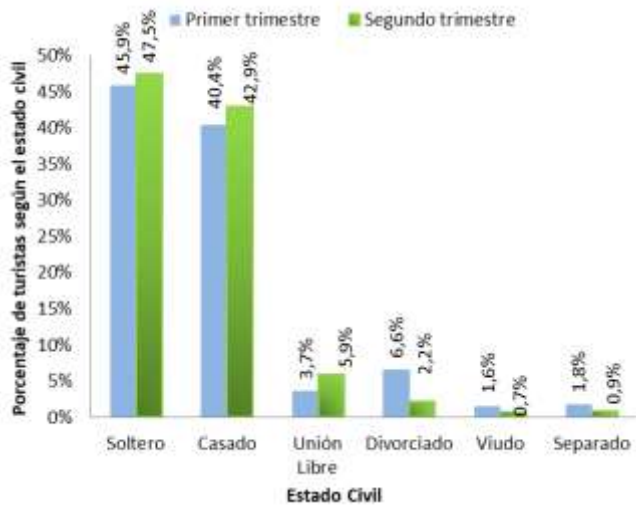


La [Ilustración 24](#) muestra que, en este periodo, hubo una mayor proporción de turistas solteros (47.5%). Este resultado es superior en 7.3 puntos porcentuales al obtenido en el segundo trimestre del año 2018. Otro grupo representativo es aquel conformado por aquellos turistas casados (42.9%). Este dato es ligeramente menor al 45.6% registrado en el segundo trimestre del año 2018. El porcentaje restante corresponde a otras formas de asociación civil. En conclusión los resultados del primer trimestre del año 2019 son relativamente similares a los hallazgos del trimestre actual.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 52%-48% de varones frente a mujeres en este trimestre. Esto frente 56.5% - 43.5% respectivo en el periodo abril-junio del año 2018. Finalmente, es importante señalar que el comportamiento de los turistas nacionales es mucho más estable que el de sus contrapartes extranjeras.

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 (52.5%), la cual es significativamente mayor a la registrada en el primer trimestre del año 2019 (36.2%) y a la del segundo parcial del año 2018 (41.4%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (con un 6.8% frente a un 12.1% en el segundo parcial del 2018)⁸, visitantes machaleños (5.4%) y turistas lojanos (6.6%).

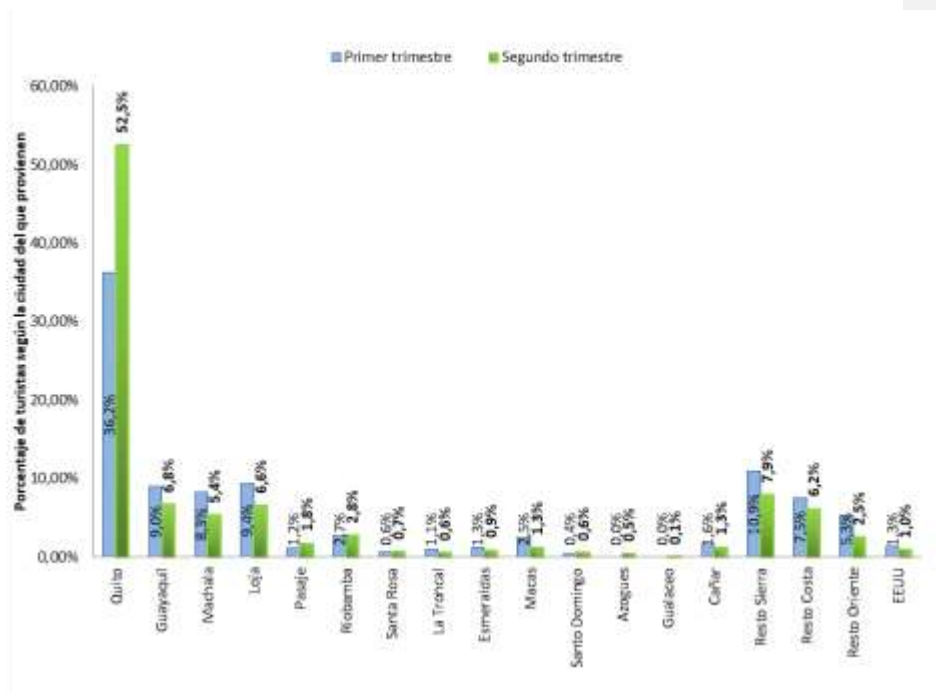
La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero la procedencia es tan desagregada y dispersa, que no resulta significativa a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una proporción de 7.9% de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra, especialmente de Ambato. Un 6.9% son turistas de la costa principalmente de El Oro y Guayas; y un 2.5% provienen de la región amazónica principalmente de la provincia de Morona Santiago.

⁸ Es importante recordar que el estudio se lleva a cabo durante una semana regular, sin incluir por ende días feriados o fiestas y que se contabilizan solamente turistas que vienen por transporte público terrestre o avión, más no en un auto particular.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 (con un título de tercer nivel) es del 66.2% y con un título de bachiller del 22.7%. Los resultados muestran que los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca en el trimestre actual tienen mayores niveles de educación en comparación con aquellos que vinieron en los periodos enero-marzo del 2019 y abril – junio del 2018, donde éstos porcentajes estuvieron en el orden del 55.8% y el 57.1% respectivamente. Los datos indican que el 51.8% de los turistas nacionales son profesionales independientes (ver [Ilustración 27](#)), pero la incidencia de este tipo de turistas es casi dos veces mayor a la de aquellos visitantes profesionales que arribaron a la ciudad en el periodo abril– junio del 2018 la cual fue de un 28.5%.

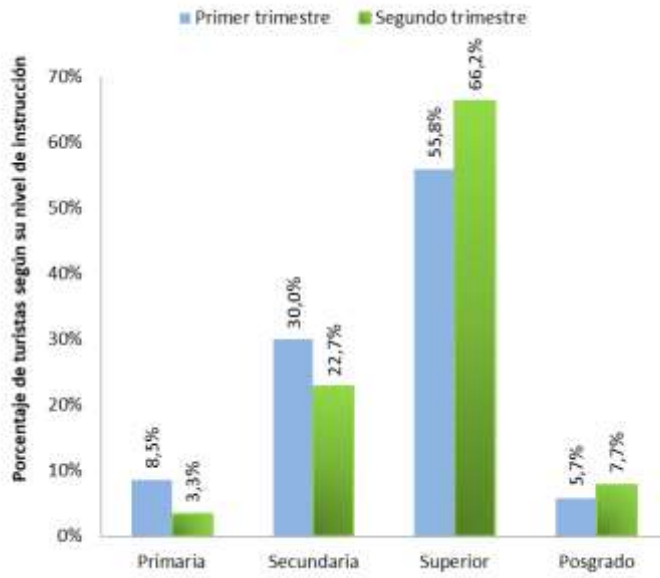
Se evidencia además, una proporción de turistas del sector comercial del 8.1%, resultado que es menor que el obtenido en el segundo parcial del año 2018 (12.3%). No existe una variación importante entre quienes laboran como servidores públicos y aquellos que lo hacen como técnicos. Entre los que reportan otro tipo de profesión se encuentran turistas que laboran como abogados,

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

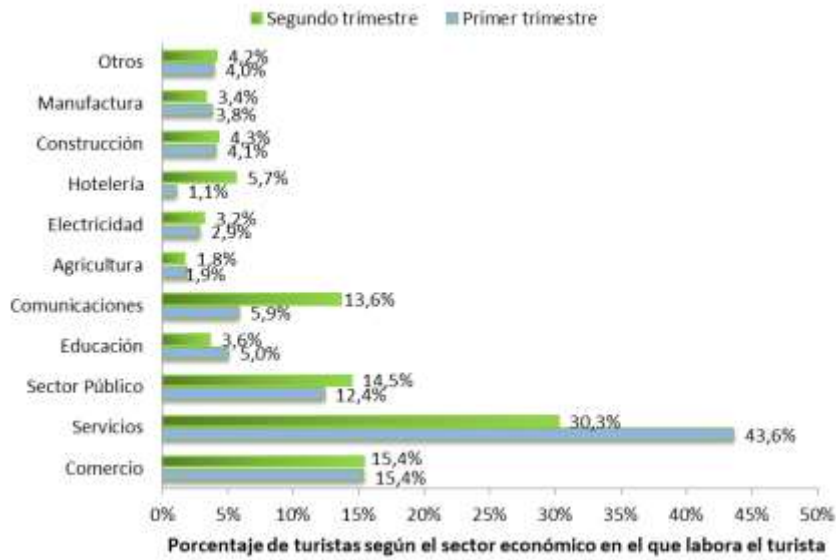
Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector de servicios profesionales (30.3%), porcentaje menor al obtenido en el primer trimestre (43.6%) pero similar con respecto al reportando en el segundo trimestre del año 2018. En el trimestre actual se observa una disminución de turistas que laboran en el sector del comercio de un 21% a un 15.4% en el segundo parcial del 2018 y del 2019 respectivamente. Finalmente, se reporta una variación positiva en el porcentaje de aquellos turistas que laboran en el sector de las comunicaciones (13.6%).

Cabe señalar, que si bien existe un 8.1% de visitantes que laboran como comerciantes (Ilustración 27), el porcentaje de éstos que laboran en el sector comercio, asciende a un 15.4%. La diferencia se debe fundamentalmente que en este sector no solo laboran los primeros, sino también otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

La incidencia de turistas que laboran en el resto de los sectores no presenta mayores variaciones. Del resto de turistas que manifiestan laborar en otra área económica (4.2%), la mayor porción trabaja en el sector de la salud (16.1%) y el restante de actividades están tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a un nivel individual.

Con formato: Fuente: 11 pto
Con formato: Fuente: 11 pto

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

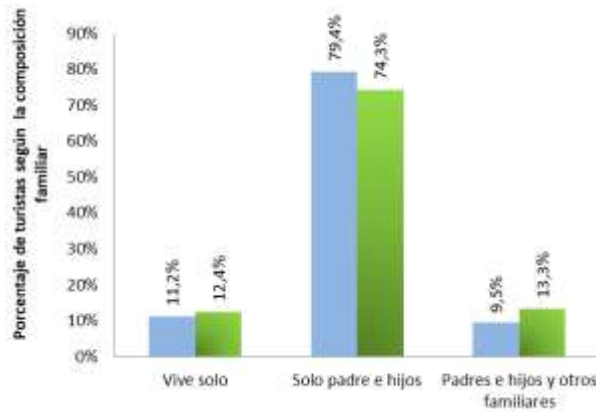
Según la ~~Ilustración 29~~~~Ilustración 29~~~~Ilustración 29~~, en el trimestre comprendido en abril y junio del 2019, el 74.3% de los turistas nacionales viven solos o entre padres e hijos. Este resultado es similar al obtenido en el segundo trimestre de del año 2018 (75.6%). Los turistas que viven solos son el 12.4% del total, y la permanencia de turistas nacionales cuya composición familiar está conformado

Con formato: Fuente: 11 pto, Sin Negrita

Con formato: Fuente: 11 pto, Sin Negrita

por padres, hijos y otros familiares es del 13.3%. Resultados que son consistentes con los hallazgos del parcial comprendido entre abril y junio del 2019.

Ilustración 29: Con quién vive el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La [Tabla 9](#) resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista nacional.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Tabla 9: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

Turista Nacional	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	2	10.6%	0.1%	0.4%	0.0%	1.1%	0.3%	12.4%
Solo padre e hijos	2	30.2%	5.3%	36.8%	0.9%	0.9%	0.3%	74.3%
Padres e hijos y otros familiares	2	6.6%	0.5%	5.8%	0.0%	0.3%	0.1%	13.3%
Total	2	47.4%	5.9%	42.9%	0.9%	2.2%	0.7%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En el segundo trimestre del año, alrededor del 30.2% de los visitantes viven con sus familias y son solteros. Asimismo, un 36.8% de ellos forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos. La predominancia de visitantes nacionales que conforman una familia tradicional continúa en este trimestre, pero en una menor medida que la

registrada en el segundo trimestre del año 2018 (41.7%). Esto a favor de una mayor presencia de aquellos solteros y que viven con sus padres (30.2% frente al 23.6% obtenido el segundo parcial del 2018).

4.1.6. Motivación del Turista

4.1.2.1 Motivación

Los resultados del estudio revelan, como se puede apreciar en la **Ilustración 30**, que la principal razón del turista nacional para venir a la ciudad de Cuenca en esta parte del año continúa siendo la de visitar a sus familiares, amigos (40.4%), y por razones de negocios (35.7%), frente al 36.9% registrado en el segundo trimestre del año 2018 para cada caso. La fracción de turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos recreacionales es del 11.4%, valor algo superior al obtenido en el segundo trimestre del año 2018 (8.7%).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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



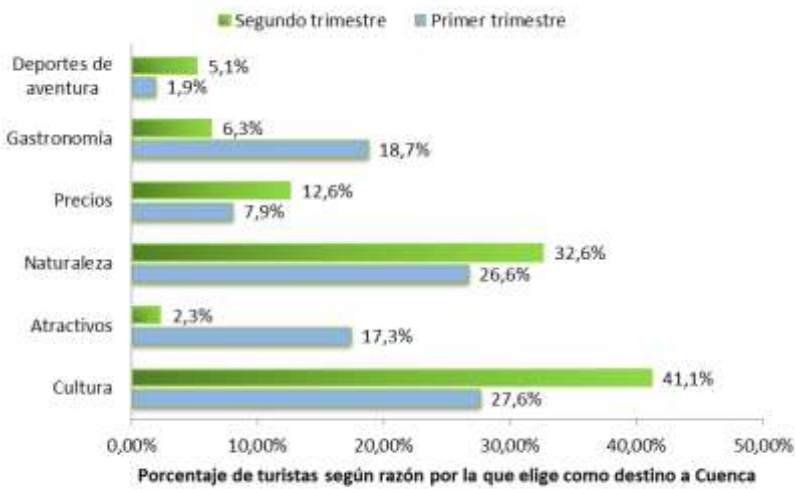
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino turístico, se obtuvo que, al igual que con su contraparte extranjera, el principal motivo de elección de destino es la cultura (41.1%) y los atractivos naturales (32.6%). Es con los atractivos de la ciudad y la gastronomía, que los resultados no reportan una proporción significativa (2.3% y 6.3% respectivamente). Eso resaltando el hecho de que sí lo hicieron en el trimestre enero-marzo del año 2019 (con un 26.6% y un 18.7% respectivamente) y en abril-junio del año 2018 (con un 24.1% y un 17.2% respectivamente). Además, ha ganado importancia la elección por precios de bienes y servicios (12.6%) frente al 1.7% obtenido en el segundo trimestre del 2018.

Ilustración 31: 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 89.6% de los entrevistados han visitado la ciudad en más de una ocasión, mientras que el 10.4% restante son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve muestran una predisposición a retornar. Este dato es similar al obtenido en el segundo trimestre del año 2018 (con una distribución del 91.9% y 8.1% respectivamente).

4.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios utilizados, los resultados revelan que el turista nacional recibe información principalmente a partir de las recomendaciones de amigos y de familiares que ya han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente en ella en un 70.8%, y del uso de la Internet y la publicidad en un 5.7% frente a los hallazgos del segundo parcial del 2018 (66.1% y 8.9% respectivamente). No utiliza guías turísticas ni acude a las oficinas de turismo (ver [Ilustración 32](#)). Por otro lado, del 23.6% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor fracción se informa de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 3).

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver [Ilustración 33](#)), los hallazgos revelan que en el segundo trimestre de 2019 un 43,8% de los turistas nacionales recurre a otros medios de información desplazando con ello al uso de las redes sociales (12.5%). Sin embargo, éstos resultan ser tan desagregados y dispersos que no resultan ser significativos a nivel individual. El uso del buscador Google continúa siendo importante (25%), además, del de plataformas incorporadas en sitios web de viaje. La afamada guía Lonely Planet reporta un mayor uso en comparación con el primer trimestre del año 2019 en donde éste fue de apenas un 2.5%.

Estos resultados se presentan en las ilustraciones 32 y 33.

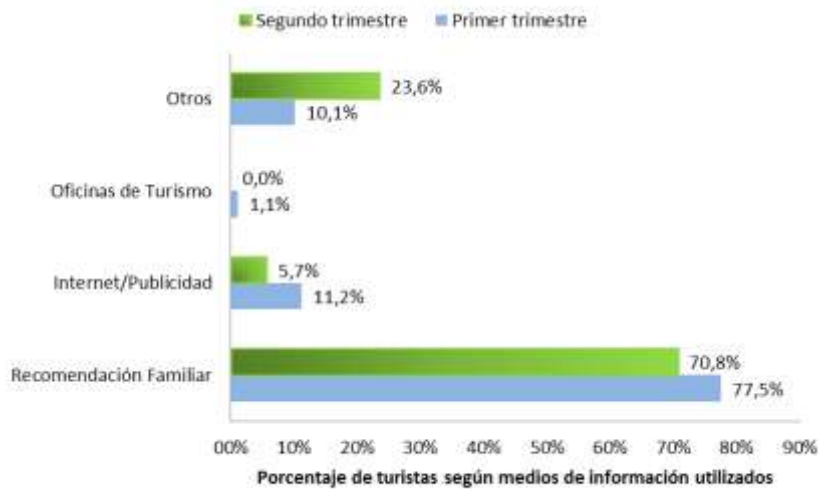
Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

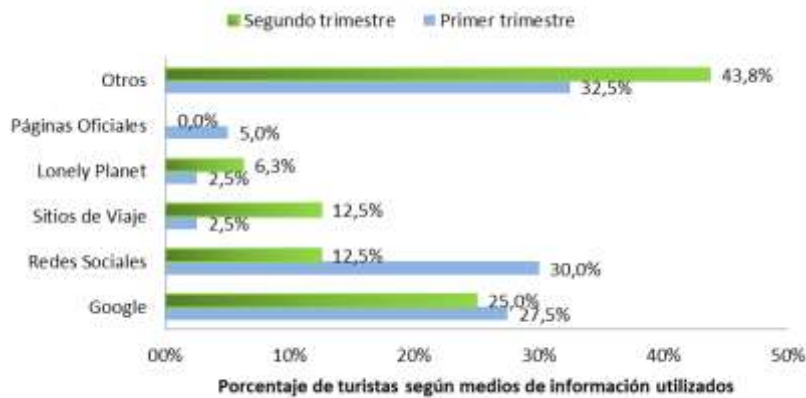
Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 32: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 33: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

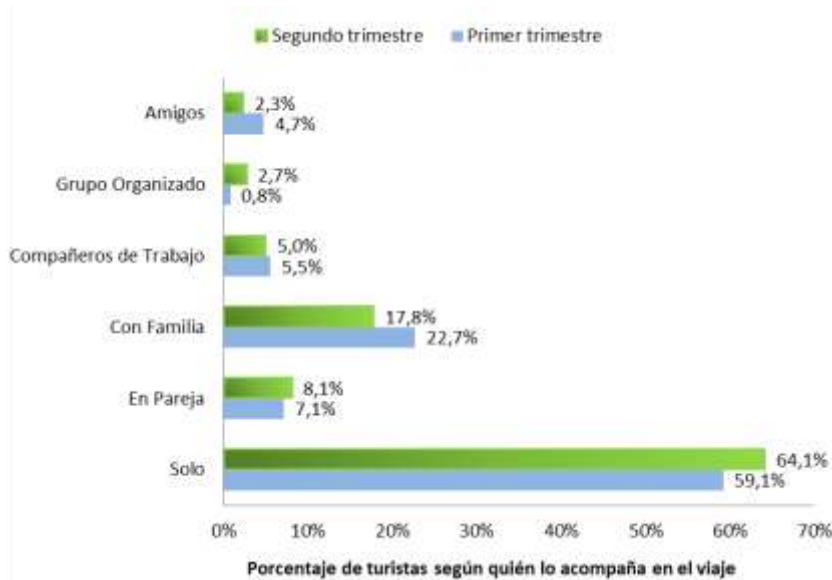
4.1.7. Organización del Viaje

4.1.3.1 Con quien viaja el Turista

En lo que respecta a los aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos (64.1%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias representan el 17.8%. Solamente el 8.1% y 5% de turistas vienen en pareja o con sus

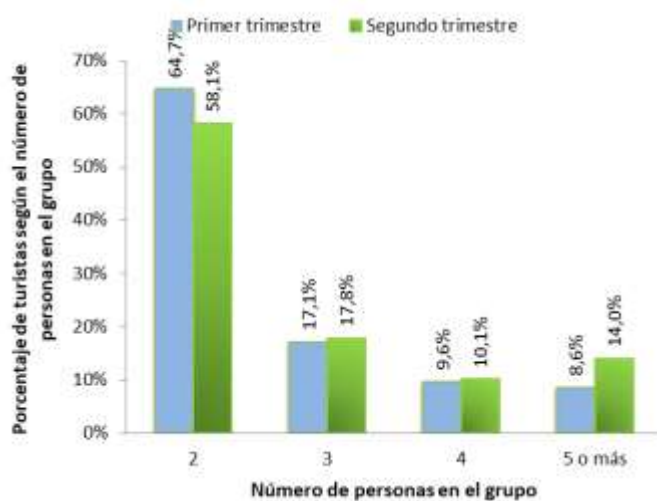
compañeros de trabajo respectivamente. Estos resultados son consistentes con los hallazgos del segundo trimestre del año 2018.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 35: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 38.5%, solos en un 22.2% y en pareja en un 26.5%. Esto sugiere que el turista recreativo prefiere visitar la ciudad acompañado de su familia, en pareja o solo en esta parte del año. Este resultado es similar al registrado en el segundo parcial del año 2018 aunque en diferentes proporciones ya que el turista que visitó la ciudad por el mismo motivo prefirió hacer su viaje en familia en un 40.8%, solo en un 28%, o en pareja (19.2%). En comparación con los resultados del segundo trimestre del 2018, hay una mayor proporción de turistas solos que visitan a sus familiares, pasando de un 60.9% a un 67.9% en el trimestre actual.

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

Tabla 10: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

Turista Nacional		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	30.2%	1.3%	36.2%	22.8%	8.7%	0.7%	100.0%
		2	22.2%	6.0%	38.5%	26.5%	6.8%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	59.2%	0.5%	31.3%	6.2%	2.2%	0.5%	100.0%
		2	67.9%	0.7%	22.5%	7.5%	1.0%	0.5%	100.0%
	Negocios, actividades	1	68.2%	0.8%	8.2%	2.4%	6.1%	14.5%	100.0%
		2	75.4%	3.8%	3.8%	3.3%	2.5%	11.2%	100.0%
Total		1	59.1%	0.8%	22.7%	7.1%	4.7%	5.5%	100.0%

	2	64.1%	2.7%	17.8%	8.1%	2.3%	5.0%	100.0%
--	---	-------	------	-------	------	------	------	--------

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.3.2 Forma de Organización del Viaje

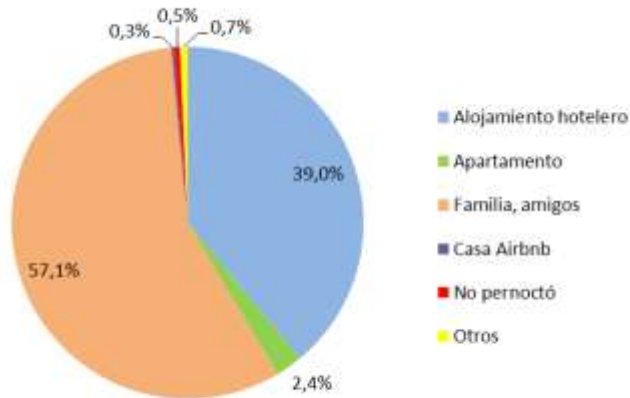
Los resultados revelan que una amplia mayoría de los turistas nacionales aun organizan su viaje por cuenta propia (con un 93.7% en abril-junio del 2019 vs. Un 86.9%, en el mismo periodo del 2018). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquetes ofertados por una agencia turística es alrededor del 6.3%.

4.1.8. La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

4.1.4.1 Elección del Alojamiento

El turista nacional prefiere alojarse con familiares o con amigos en un 57.1%; proporción que es mayor al 53.4% de turistas con la misma preferencia en el mismo trimestre del año anterior. Aquellos que eligen un establecimiento hotelero corresponden al 39%. El uso de un apartamento aplica solamente para el 2.4% de los visitantes. Los hallazgos, nuevamente son consistentes con los reportados en el segundo trimestre del año 2018.

Ilustración 36: Tipo de alojamiento que elige el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La ~~Tabla 11~~~~Tabla 11~~~~Tabla 11~~ revela que del total de turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, el 71.8% prefiere un establecimiento hotelero tradicional, mientras que un 25.6% se aloja con familiares o amigos. Este resultado es mayor con respecto a la fracción de esta misma variable obtenida en el mismo periodo del año 2018 (65.6%).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 o en establecimiento hotelero, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud, de compras o por servicios personales. El uso de la web para reservar una casa (Con la aplicación AIRBNB) fue escaso (ver anexo 5).

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

Turista Nacional		Trimestre	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?			TOTAL
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	1	51.0%	2.7%	45.6%	100.0%
		2	71.8%	1.7%	25.6%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	1	9.7%	2.5%	85.3%	100.0%
		2	10.1%	0.5%	88.6%	100.0%
	Negocios, actividades	1	53.7%	4.7%	35.5%	100.0%
		2	63.0%	3.3%	31.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	1	35.3%	0.0%	52.9%	100.0%
		2	62.5%	0.0%	37.5%	100.0%
	Estudios, investigación	1	31.4%	22.1%	45.3%	100.0%
		2	19.1%	10.6%	70.2%	100.0%
	Tratamiento de salud	1	21.4%	1.4%	74.3%	100.0%
		2	25.6%	7.0%	67.4%	100.0%
	Motivos religiosos	1	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
		2	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	1	27.3%	0.0%	72.7%	100.0%
		2	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	Otros	1	33.3%	0.0%	66.7%	100.0%
		2	63.6%	4.5%	18.2%	100.0%
Total		1	33.1%	4.6%	58.7%	100.0%
		2	39.0%	2.4%	57.1%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.2 Duración de La Estancia

En la [Tabla 12](#) se presenta la duración de estancia del turista nacional que visita la ciudad hasta por 30 días. En el segundo trimestre del año 2019, la estancia promedio es de 4.49 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 4 días o menos representan el 75% del total, es decir solo un 25% de visitantes permanecen en la ciudad más de 4 días. La estancia más común entre los turistas nacionales fue de 2 días. Estos resultados que son consistentes con los obtenidos en segundo parcial del año 2018, a excepción de la mediana que actualmente es un día menos que la registrada en el mismo periodo en comparación.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Bajo estas condiciones, se realiza una disgregación por motivo de viaje, para determinar con certeza la duración de la estadía de acuerdo con el motivo principal de viaje. La [Tabla 13](#) revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que aquellos que vienen para visitar a familiares o amigos. El turista que viene por negocios, tratamiento de salud, por compras o servicios personales, participación en congresos y conferencias, o motivos religiosos realizan visitas cortas de 2 días, finalmente estancias de 6 días se realizan entre los que vienen por estudios o investigación.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Es importante indicar que los resultados son congruentes con la duración de la estadía de los turistas que visitaron la ciudad en los periodos anteriores del año 2018, notándose un aumento en la duración en aquellos turistas que vienen por estudios o investigación.

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

(Para visitantes de hasta 30 días)

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración según el tipo de alojamiento utilizado ([Tabla 14](#)), se puede apreciar que, cuando un turista nacional se aloja en un establecimiento hotelero permanece

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

2 días, valor que es similar a la estancia mediana del trimestre anterior. Cuando se aloja con su familia y sus amigos la estancia es de 3 días y de un día cuando éste se aloja en un apartamento.

Para el turista nacional que prefiere reservar una habitación o una casa particular por medio de la web (casa Airbnb), la duración de estadía es igualmente de 3 días. Los resultados muestran ser consistentes con la evidencia reportada en el mismo trimestre del año anterior, con la única diferencia que ahora el grupo de turistas que visita la ciudad y prefiere alojarse en apartamentos, lo hace en una estadía mediana de 4 días, lo cual es 1.5 días menos que lo reportado en el segundo parcial del año 2018. Con estos hallazgos se puede confirmar que, en el caso de turista nacional, el tipo de alojamiento es un factor que influye en la duración de la estancia dados los resultados robustos que se presentan en todos los periodos analizados.

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

(Para visitantes de hasta 30 días)

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca erogan en promedio \$211.42 por grupo⁹ durante toda su estancia en el segundo trimestre del año 2019, valor que es inferior al gasto promedio obtenido en el mismo periodo en el año 2018 (\$232.92). Al dividir dicho gasto para el

⁹ 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.

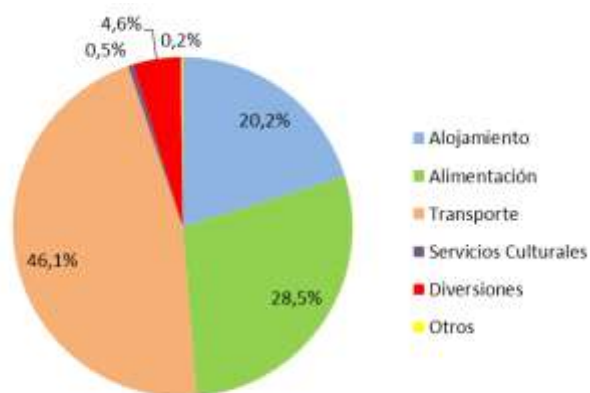
número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia. Este valor fue de \$167.22 en promedio, por persona en el año 2019, dato similar al \$166.77 por persona reportado en el segundo trimestre del año 2018. Finalmente, el gasto turístico diario promedio por persona se estimó en \$52.30, para en el periodo abril-junio de 2019, valor algo mayor al gasto diario por turista obtenido en el mismo periodo del año 2018 (\$50.16)¹⁰.

La Ilustración 37 ~~Ilustración 37~~ ~~Ilustración 37~~, revela la composición del gasto turístico en el segundo trimestre del año 2019. Del total de gastos realizados por los turistas nacionales, el 46.1% se destina a transporte, el 28.5% a alimentación, y un 20.2% a alojamiento. El 4.6% del gasto se eroga en entretenimiento. En relación con el trimestre abril-junio del año 2018, la composición del gasto con respecto a transporte es relativamente similar (43.6%); mientras que el gasto de alojamiento ha aumentado en 5.6 puntos porcentuales (14.6% en el segundo trimestre de 2018).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 37: Composición del gasto total turístico por rubro



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

¹⁰ 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.

La ~~Tabla 15~~~~Tabla 15~~~~Tabla 15~~ revela un aumento en el gasto turístico del turista recreativo al comparar interanualmente los segundos trimestres. Así, se puede apreciar un aumento de \$37.62 dólares con respecto al año anterior. La explicación de este aumento subyace en los siguientes rubros fundamentalmente: alojamiento, servicios culturales y diversiones. Aquellos turistas que vienen a la ciudad de Cuenca por negocios o actividades profesionales, estudios o investigación y por tratamiento de salud gastan \$5 menos, en comparación con el mismo trimestre del año 2018. Estos en los rubros de alojamiento, alimentación, y/o transporte.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Aquellos visitantes que vinieron por motivos puramente recreacionales, por participar de congresos y conferencias presentaron un incremento en su gasto mediano durante la estancia. Toda esta dinámica de desmejoras en ciertos grupos y mejora en otros hace que el promedio de gasto mediano durante la estancia en el segundo periodo del 2019 (\$107.94) sea mayor al obtenido en el mismo periodo 2018 (\$95.78).

Tabla 15: Motivo Principal vs Gasto Turístico del Turista Nacional

Turista Nacional		Segundo Trimestre	MEDIANA DEL GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	Otros	TOTAL
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	2018	\$33.89	\$38.68	\$58.21	\$1.56	\$11.18	\$13.14	\$156.67
		2019	\$56.88	\$37.99	\$61.39	\$18.96	\$19.07	\$0.00	\$194.29
	Visita a familiares o Amigos	2018	\$1.70	\$19.78	\$29.04	\$0.21	\$3.78	\$5.49	\$60.00
		2019	\$23.27	\$16.04	\$22.50	\$8.78	\$9.41	\$0.00	\$80.00
	Negocios, actividades profesionales	2018	\$33.21	\$33.46	\$55.69	\$0.63	\$3.04	\$3.97	\$130.00
		2019	\$20.24	\$10.39	\$16.01	\$6.20	\$10.15	\$62.02	\$125.00
	Congresos, conferencias	2018	\$22.42	\$21.18	\$50.83	\$0.00	\$1.59	\$6.48	\$102.50
		2019	\$53.05	\$23.72	\$42.84	\$0.00	\$5.39	\$0.00	\$125.00
	Estudios, investigación	2018	\$21.92	\$18.73	\$10.51	\$0.00	\$2.47	\$0.37	\$54.00
		2019	\$14.18	\$13.43	\$11.24	\$0.00	\$11.16	\$0.00	\$50.00
	Tratamiento de salud	2018	\$6.85	\$18.59	\$17.42	\$0.00	\$0.14	\$7.00	\$50.00
		2019	\$14.56	\$9.44	\$11.66	\$3.56	\$6.29	\$0.00	\$45.50
	Motivos religiosos	2018	\$0.00	\$50.00	\$208.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$258.00
		2019	\$0.00	\$30.00	\$230.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$260.00
	Compras o servicios personales	2018	\$4.91	\$10.74	\$6.87	\$0.13	\$0.22	\$28.14	\$51.00
		2019	\$25.68	\$17.20	\$16.05	\$0.00	\$13.57	\$0.00	\$72.50
Otros	2018	\$12.98	\$24.84	\$28.72	\$0.49	\$10.00	\$2.97	\$80.00	

		2019	\$38.32	\$19.30	\$49.23	\$0.00	\$13.16	\$0.00	\$120.00
Total		2018	\$17.92	\$26.56	\$41.20	\$0.47	\$3.81	\$5.81	\$95.78
		2019	\$25.86	\$16.31	\$24.64	\$8.12	\$10.80	\$22.22	\$107.94

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Turista Nacional		Primer trimestre 2019	Segundo trimestre 2018	Segundo trimestre 2019
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$30.83	\$52.22	\$64.76
	Visita a familiares o amigos	\$13.33	\$20.00	\$26.67
	Negocios, actividades profesionales	\$42.08	\$65.00	\$62.50
	Congresos, conferencias	\$25.00	\$34.17	\$62.50
	Estudios, investigación	\$11.00	\$11.25	\$10.00
	Tratamiento de salud	\$12.50	\$25.00	\$22.75
	Motivos religiosos	\$5.00	\$73.71	\$130.00
	Compras o servicios personales	\$30.00	\$25.50	\$36.25

Otros	\$11.67	\$40.00	\$40.00
GLOBAL	\$25.66	\$40.45	\$43.76

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El gasto diario mediano por persona, de turistas nacionales en el segundo trimestre del año 2019 es de \$43.76, valor relativamente mayor al reportado en el segundo trimestre del año 2018 (\$40.45). Además, el gasto mediano diario se incrementó un 70.54% respecto al registrado en el primer trimestre del año 2019 (\$25.66). Aquel turista nacional que viene por motivos religiosos presenta el mayor gasto diario por persona (\$130), pero se debe recalcar que se trata de un grupo minoritario. Siguen lista continuación quienes visitan la ciudad por recreación, esparcimiento o vacaciones, quienes reportan gastos diarios medianos por persona de \$64.76 frente a los \$52.22 registrados en el segundo trimestre de 2018 (Ver [Tabla 16](#) ~~Tabla 16~~ ~~Tabla 16~~).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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

4.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alojamiento, alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido, ya que consideran que los precios pagados por alojamiento, transporte y alimentos son justos en una proporción de 86.1%, 79.7% y 85.8% respectivamente. Esto es similar a lo obtenido en el segundo parcial del año 2018 (88.5%, 82.6% y 85.5% respectivamente). Esto ubica al destino Cuenca entre aquellas ciudades asequibles y con un alto beneficio por dólar pagado.

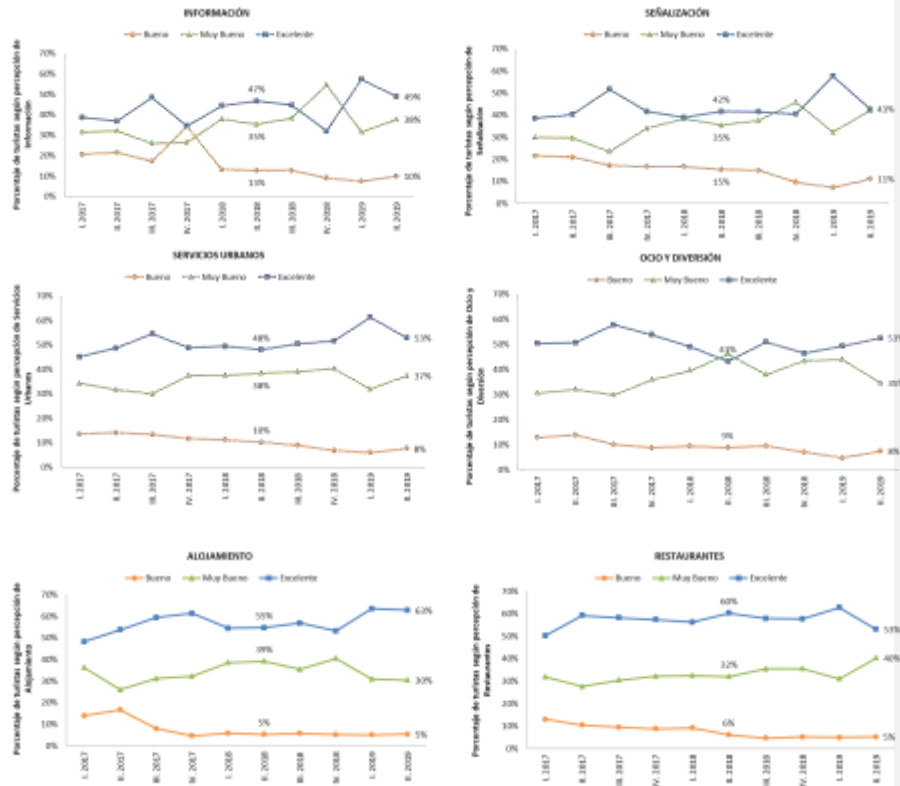
4.1.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de información, señalización, servicios urbanos, ocio y diversión, alojamiento y los servicios de gastronomía y restaurantes como muy buenos o excelentes. Estos resultados se pueden apreciar en la ~~Ilustración 38~~ ~~Ilustración 38~~ ~~Ilustración 38~~. Se aprecia un incremento de turistas nacionales que califican a los servicios urbanos, ocio y diversión y alojamiento como excelentes, en este parcial frente al mismo periodo en el año 2018.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

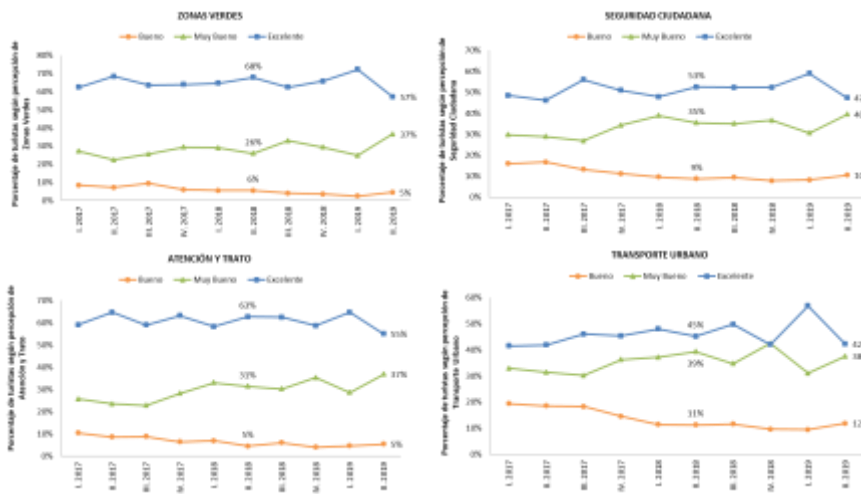
Ilustración 38: Percepción sobre los servicios de información, señalización, servicios urbanos y ocio y diversión que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, existe una percepción de alta seguridad y una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. No obstante, existe un empeoramiento en la proporción de visitantes que califican como excelente a favor de quienes lo califican como muy bueno, a todos los servicios de la ilustración panorámica.

Ilustración 39: Percepción sobre los servicios de zonas verdes, seguridad ciudadana, atención y trato y transporte urbano que ofrece la ciudad de Cuenca por parte del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

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

Como se aprecia en las [Ilustración 40](#) [Ilustración 40](#) [Ilustración 40](#) e [Ilustración 41](#) [Ilustración 41](#), alrededor del 96.3% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 3.3% probablemente regresaría; en este trimestre los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volverían son solamente el 0.4%, resultado consistente con el reportado en el segundo trimestre del año 2018. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 87% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, sin embargo, un 12.3% la calificó como medianamente recomendable, y solamente un 0.7% la considera como poco o nada recomendable. Esto implica que la referencialidad de la ciudad de Cuenca como destino turístico ha disminuido ligeramente con respecto al 91% de turistas nacionales que visitaron la ciudad en el segundo trimestre del año 2018.

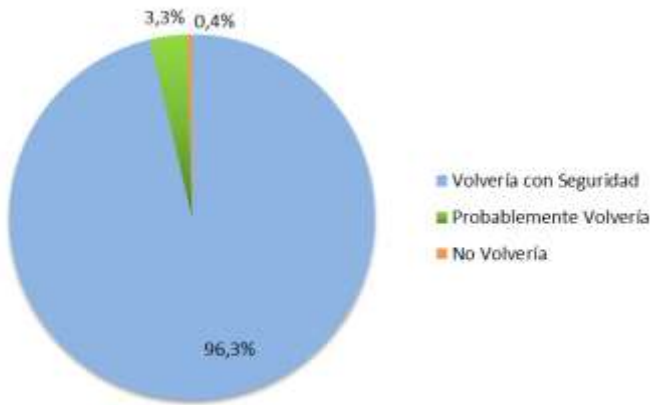
Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

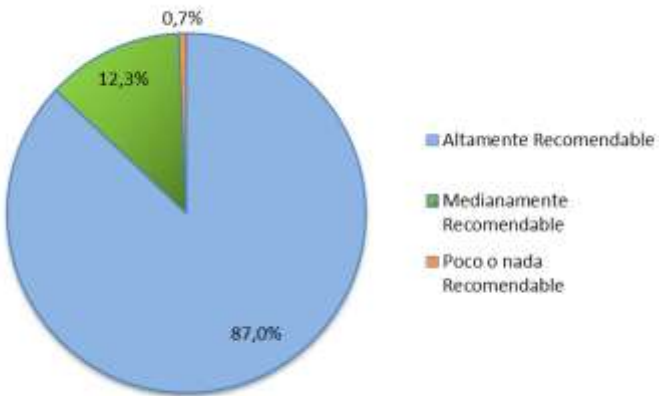
Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 40: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 41: Recomendabilidad del Destino Cuenca



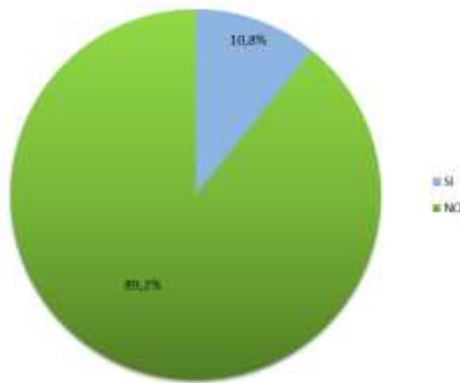
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Alrededor del 42.2% 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 57.8%, dice que no conocía los atractivos de la ciudad.

Finalmente, en la ~~Ilustración 42~~~~Ilustración 42~~~~Ilustración 42~~, la proporción de turistas nacionales que estuvieron al tanto de alguna iniciativa municipal para garantizar que la ciudad se mantenga como un destino turístico sustentable ha disminuido de 16% en el primer trimestre de 2019 a 10.8% en el segundo trimestre 2019.

Ilustración 42: Turista Nacional 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

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

Según la ~~Ilustración 43~~~~Ilustración 43~~~~Ilustración 43~~, una gran proporción de turistas nacionales presentan ingresos mensuales entre 1,500 a 2,000 dólares (28.6%). La proporción de turistas nacionales que ganan entre 1,000 a 1,500 dólares es del 20.4%; mientras que aquellos con ingresos entre 500 a 1,000 dólares mensuales representan el 22.4%. Un 20.7% de visitantes tienen ingresos de más de 2,000 mensuales; mientras un 7.9% de turistas nacionales reporta percibir menos de 500 dólares. Esto nos da una media de ingresos de 1,409.54 dólares al mes, una mediana de 1,483.87 y una moda de 1,755.1 dólares.

Esto sugiere que el visitante Nacional que visita la ciudad en el trimestre abril-junio del año 2019 tiene 4.7% de ingresos más que aquel turista que lo hizo en el segundo trimestre del 2018 (media de \$1,346.89).

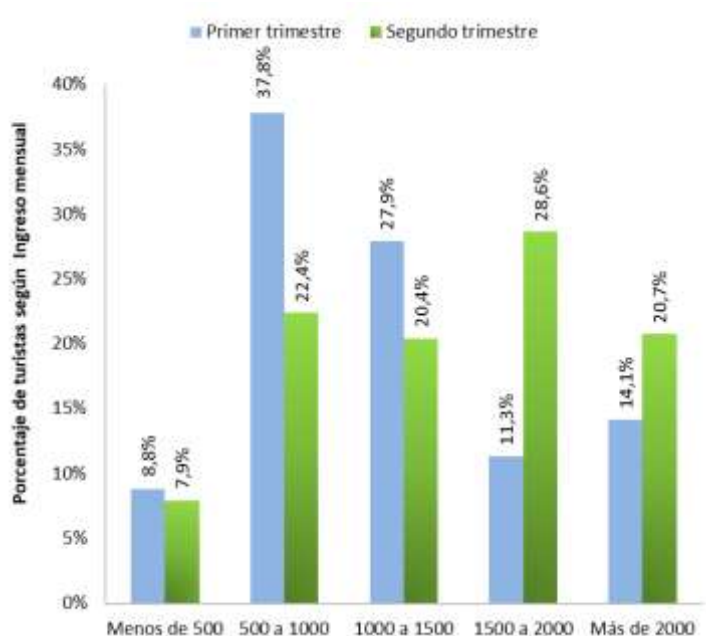
Con formato: Fuente: 11 pts

Con formato: Fuente: 11 pts

Con formato: Fuente: 11 pts

Con formato: Fuente: 11 pts

Ilustración 43: Ingreso mensual del Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIE

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

Perfiles de turistas nacionales

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el trimestre abril-junio 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 segundo trimestre del año 2019

El turista nacional que visita la ciudad:

- a) Visita la ciudad de Cuenca por visitar a sus familiares o amigos. Este grupo de turistas viajan solos o con su familia y prefieren alojarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$80, es decir, un gasto diario por persona de \$26.67.
- b) Visita la ciudad por negocios o actividades profesionales. Este grupo de turistas viajan solos y prefieren alojarse en un establecimiento hotelero o con familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 2 días, con un costo de estancia por persona de \$125, es decir, un gasto diario por persona de \$62.50.
- c) Visita la ciudad por realizar actividades recreativas. Este grupo elige a la ciudad de Cuenca como destino turístico por su cultura como las fiestas tradicionales o paisajes naturales, que viajan en familia, en pareja o solos y prefieren alojamiento hotelero u hospedarse con sus familiares o amigos. Presentan una estancia mediana de 3 días, con un costo de estancia por persona de \$194.29, es decir, un gasto diario por persona de \$64.76.

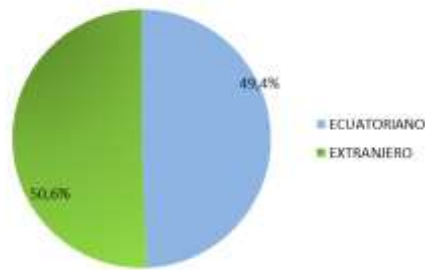
5. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

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

5.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 49,4% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales y un 50,6% son extranjeros. Por lo tanto, existe un mayor porcentaje de turistas extranjeros entrevistado en establecimiento hotelero frente al 26,1% reportado en el trimestre abril-junio del año 2018.

Ilustración 44: Procedencia del Turista en el Hotel



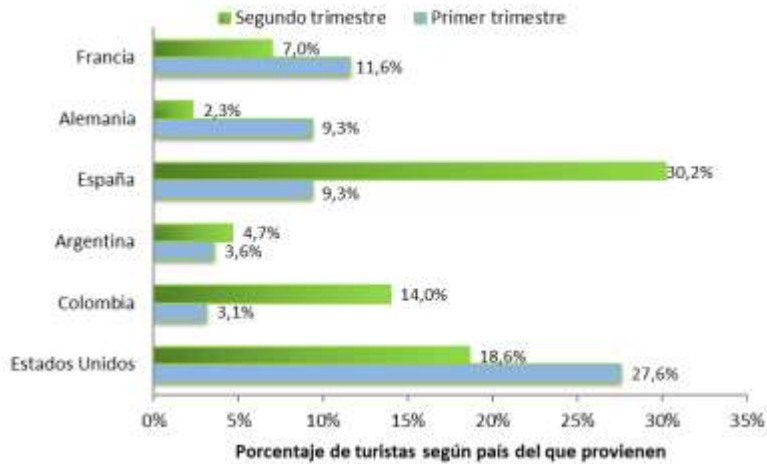
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, a diferencia del primer trimestre del 2019, se evidencia una mayor proporción de turistas provenientes de España (30,2%) y una menor de aquellos que provienen de Estados Unidos (18,6%), aunque similar al registrado en el segundo trimestre del año 2018 (17,4%). Además, hubo un incremento del flujo de turistas colombianos de un 3,1% a un 14% en el primer y segundo trimestres respectivamente. La incidencia de turistas franceses, argentinos y alemanes es del 7%, 4,7% y 2,3% respectivamente. (Ver [Ilustración 45](#), [Ilustración 45](#), [Ilustración 45](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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



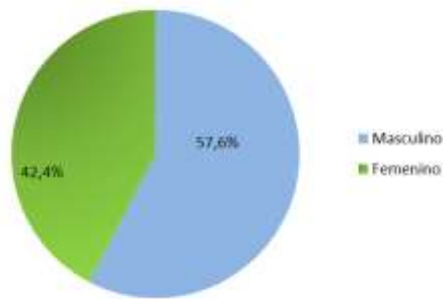
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, las dos principales ciudades de origen de los visitantes hospedados en hoteles son Quito (21,4%), y Guayaquil (21,4%). Existe además un 9,5%, 7,1%, y 2,4% de turistas ambateños, lojanos, machaleños, respectivamente. El 38,10% proviene del resto de ciudades del Ecuador, que a nivel individual resultan ser no significativas (ver anexo 9).

En lo que respecta al género, en el segundo trimestre 2019 la proporción de encuestados en hoteles de sexo masculino fue de 57,6% frente a 42,4% de mujeres (Ilustración 46). En el periodo similar del año 2018 la proporción estuvo compuesta por 51,3% varones frente a un 48,7% de mujeres.

Con formato: Fuente: 11 pto
Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 46: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



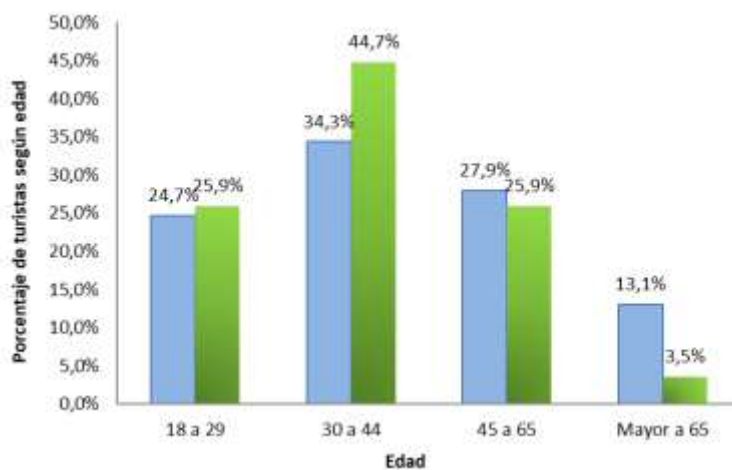
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la ~~Ilustración 47~~ ~~Ilustración 47~~ ~~Ilustración 47~~ muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros tienen entre 30 a 44 años de edad (44,7%) el cual es un valor mayor en comparación con el obtenido en el trimestre abril-junio del 2018 (38,2%). Una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (25,9%), que es 10,9 puntos porcentuales menor al obtenido en el mismo periodo del 2018. Finalmente alrededor del 25,9% tiene entre 45 a 65 años, y apenas un 3,5% tienen más de 65 años.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

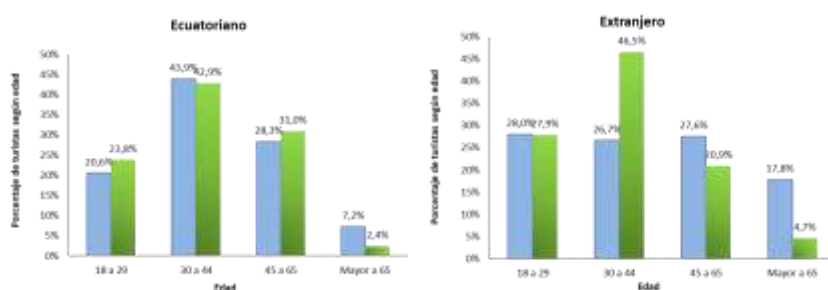
Ilustración 47: Edad del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero ([Ilustración 48](#)), éstas muestran que la mayor proporción de turistas nacionales en establecimientos hoteleros se encuentran entre los 30 a 44 años (42,9%). Este rango etario en el turista extranjero es del 46,5%. Una distinción importante, es que ahora el turista extranjero es más joven que aquel que visitó la ciudad en el segundo trimestre del 2018. Mientras que, en el caso de turistas nacionales, actualmente predominan grupos de visitantes con mayor rango etario en relación con el segundo parcial del año 2018; en donde un 42,2% de ellos estaban entre los 18 a 29 años.

Ilustración 48: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

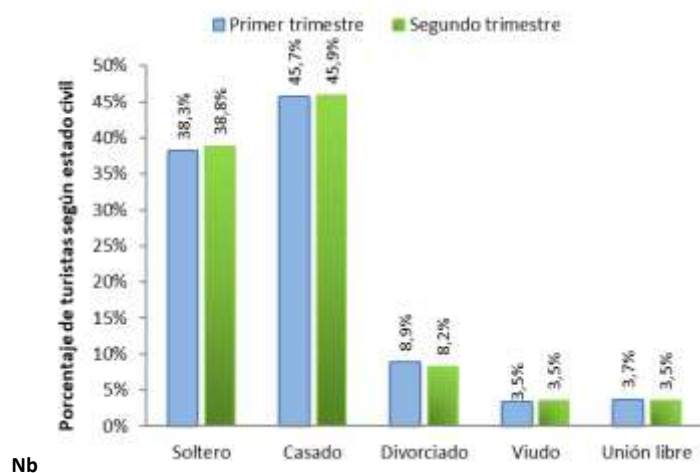


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (45,9%), al igual que en el segundo trimestre del 2018 (43,5%). En segundo lugar, se encuentra los turistas solteros 38,8%, valor relativamente similar al obtenido en el segundo parcial del 2018 (41%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

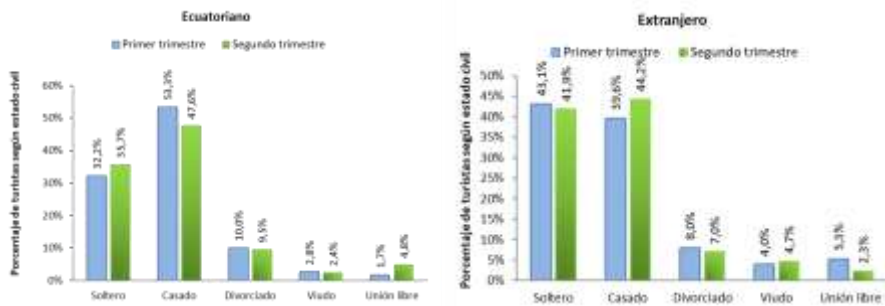
Ilustración 49: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si comparamos las formas de asociación civil observada entre turistas ecuatorianos y extranjeros, se aprecia que el visitante nacional continúa siendo mayoritariamente casado (47,6%), mientras que el turista extranjero se divide casi equitativamente entre soltero (41,9%) y casado (44,2%).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

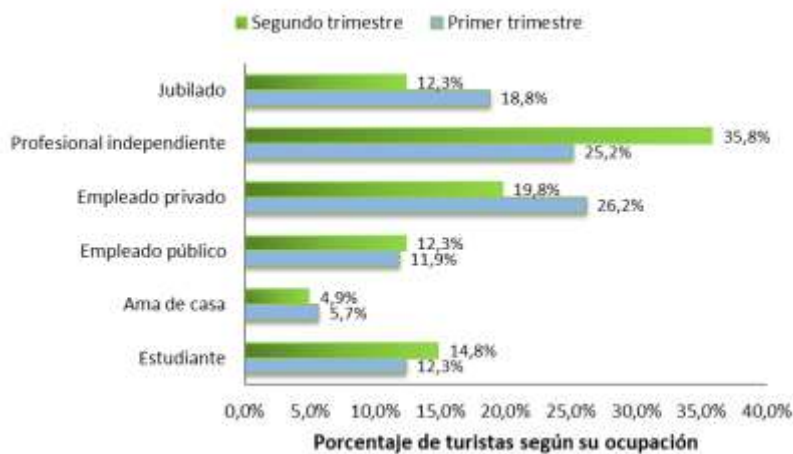
En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la [Ilustración 51](#), hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son profesionales independientes y empleados privados, 35,8% y 19,8% respectivamente. El cambio más notable frente a lo ocurrido en 2018 es la disminución de turistas que laboran como empleados privados a favor de una mayor representatividad de visitantes que laboran como profesionales independientes y de aquellos jubilados (16,6% y 5,9% respectivamente en el segundo trimestre del 2018).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos laboran básicamente como profesionales independientes (35,9%), empleados privados (28,2%), o como empleados públicos (12,8%). Mientras que el visitante extranjero trabaja como profesional independiente (35,7%), estudiante (21,4%) o jubilado (16,7%).

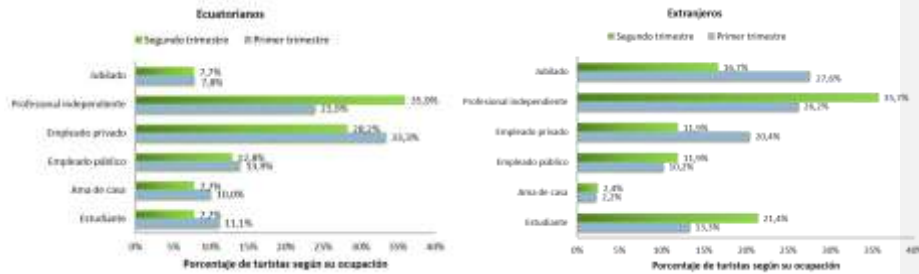
Ilustración 51: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Ilustración 52: Ocupación del Turista según procedencia en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3. Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que predomina entre los turistas que pernoctan en hoteles es el viaje organizado de manera independiente (64,7%). Turistas que organizan su viaje a través de su empresa o por agencia de viajes alcanzan únicamente el 5,9% y el 22,4%, respectivamente. El uso de internet y de agencias de viaje online es menos de 5 en cada caso (ver [Ilustración 53](#)).

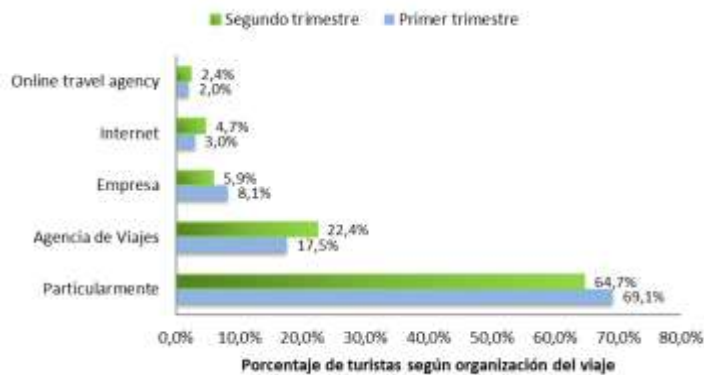
Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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 segundo parcial del año 2018 (56,6% y 15,8% respectivamente).

Si analizamos por separado a turistas nacionales y extranjeros, se aprecia que los visitantes ecuatorianos organizan su viaje de forma particular (81%), o a través de su empresa (11,9%). Mientras que el turista extranjero la gran mayoría de visitantes organiza su viaje de forma particular (48,8%) y un 44,2% organiza por medio de una agencia de viajes.

Ilustración 53: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero

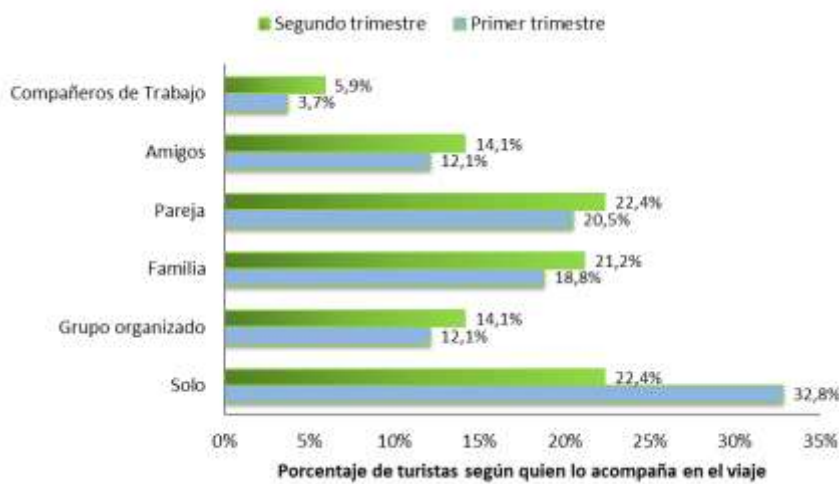


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos o en pareja (22,4% en cada caso), mientras que en el segundo trimestre del año 2018 los turistas prefirieron viajar solos en una proporción del 33,4%, o en familia (19,9%). En este parcial, los turistas hospedados en hoteles que viajaron a Cuenca en familia son del 21,2%, y los que viajan con sus amigos representa el 14,1% del total (ver [Ilustración 54](#)).

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En esta época del año, se corrobora que el turista en establecimiento hotelero viene por motivos fundamentalmente recreacionales (50,6%) proporción que es similar al registrado en el segundo trimestre del año 2018 (51,7%). Hay un 30,6% que viene por motivos de trabajo o negocios, valor mayor al presentado en el periodo similar del año 2018 (25,6%). La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 5% cada una.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La ~~Ilustración 56~~ evidencia un comportamiento disímil en cuanto al motivo principal del viaje, entre los turistas nacionales y los extranjeros hospedados en hoteles. El motivo recreacional explica 3 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.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 56: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4. Medios de Información Utilizados

Las experiencias pasadas y las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 61,2% de las fuentes de información sobre la ciudad, utilizadas por el turismo alojado en hoteles. Ahora, también el uso de las redes sociales, internet y publicidad es mayor en el trimestre actual (11,8% y 22,4% respectivamente) en relación con el segundo trimestre del año del año 2018 (5,1% y 3,7% respectivamente). El uso de oficinas de turismo y páginas oficiales es

mínimo o nulo ya que representa menos del 3% del total. (Ver [Ilustración 57](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

En el caso particular de los turistas ecuatorianos, éstos continúan basando su información acerca de la ciudad en experiencias anteriores (57,1%), y un porcentaje menor en recomendaciones familiares (23,8%). Para el turista extranjero, en cambio, la fuente principal, por largo, sigue siendo la recomendación de familiares/amigos (32,6%) y ahora también el uso de la internet (34,9%) (Ver anexo 10).

Ilustración 57: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles



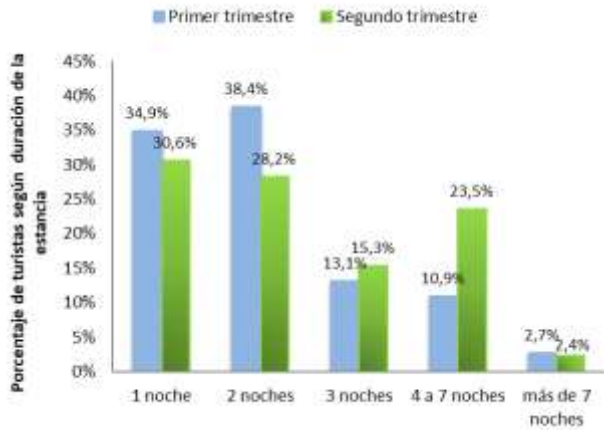
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.5. Duración de la Estancia

En la [Ilustración 58](#) se revela que pernoctó una noche el 30,6% de los turistas hospedados en hoteles, mientras que 28,2% lo hizo por dos noches. Es decir, alrededor del 58,8% de los turistas hospedados en establecimientos hoteleros, pagaron por dos noches o menos. El 15,3% pasó 3 noches hospedado. En este trimestre hay un alto porcentaje de turistas con estadías de 4 a 7 noches (23,5%), similar al 21% registrado en el segundo trimestre 2018.

Se encontró además que 64,2% de los visitantes que abandonan el hotel indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento; solamente 35,8% reveló que se quedará noches adicionales en otro establecimiento, siendo la más común la respuesta una noche extra.

Ilustración 58: Duración de la Estancia del Turista en Hoteles



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

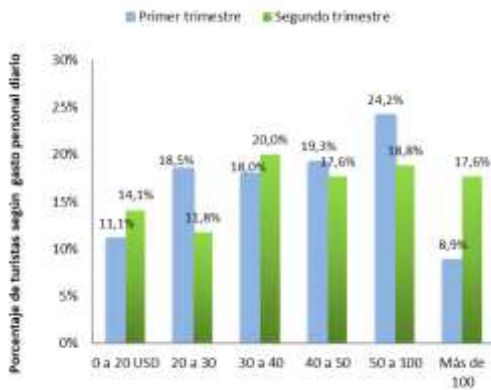
5.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

La ~~Ilustración 59~~ ~~Ilustración 59~~ ~~Ilustración 59~~ revela el patrón de gasto del turista hospedado en hoteles, para el segundo trimestre 2019. Se observa que en 2019 la mayor proporción de turistas gastó diariamente entre 30 a 40 dólares durante la estadía (20%); otro tanto (18,8%) erogó entre 50 y 100 dólares. Se observa un incremento de alrededor de 5,8 puntos porcentuales en la proporción que gastan diariamente un valor de más de 100 dólares en comparación con el segundo trimestre 2018 (11,8%).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 59: Gasto Personal Diario durante la estadía



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Cuando se analiza el gasto en función de la nacionalidad del turista, se evidencia que el visitante nacional gasta menos que el turista extranjero. En la [Ilustración 60](#) se puede apreciar un comportamiento en forma de montículo en la distribución del gasto del turista nacional, mientras que la distribución del gasto del turista extranjero presenta cierta aglomeración a la derecha de la distribución.

Se obtuvo un promedio ponderado del gasto, resultando que los visitantes ecuatorianos gastaron en el segundo trimestre 2019 aproximadamente \$USD 42,98, frente al extranjero que gastó \$USD65,93. El gasto promedio ponderado del turista nacional es menor al presentado en el segundo trimestre del año 2018 (\$USD 51,62), mientras que en el caso del turista extranjero el gasto fue mayor respecto a su periodo similar 2018 (\$USD 55,43).

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

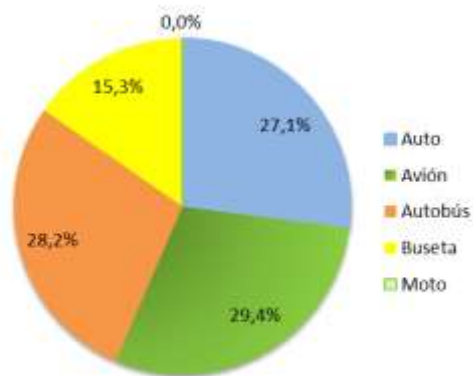


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.7. Medio de transporte utilizado

De todos los turistas que fueron relevados en establecimiento hotelero, 29,4% llegó a la ciudad utilizando avión, y un 28,2% vino en autobús. Aquellos que utilizaron auto propio o buseta corresponden al 27,1% y 15,3%, respectivamente. Es interesante notar que la buseta como medio de transporte, incrementa de manera importante su participación, pasando de 5,4% a 15,3%, entre los segundos trimestres de 2018 y 2019.

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



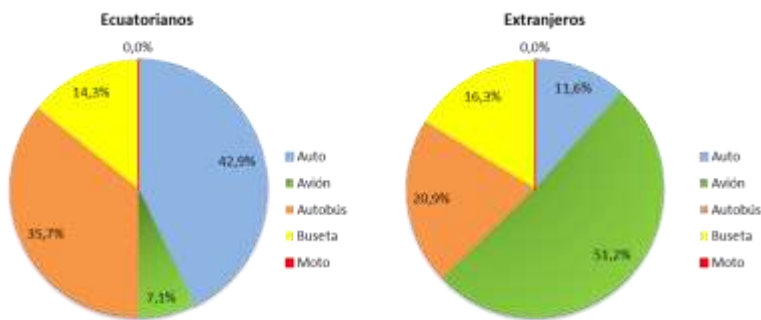
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Analizando el medio de transporte utilizado, de acuerdo a la procedencia del turista (Ver [Ilustración 62](#)), la mayoría de turistas nacionales utilizó auto propio para visitar la ciudad (42,9%) y un 35,7% usó autobús; mientras que un 51,2% de los turistas extranjeros llegaron en avión y un 20,9% en autobús.

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 62: Medio de transporte utilizado por procedencia del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

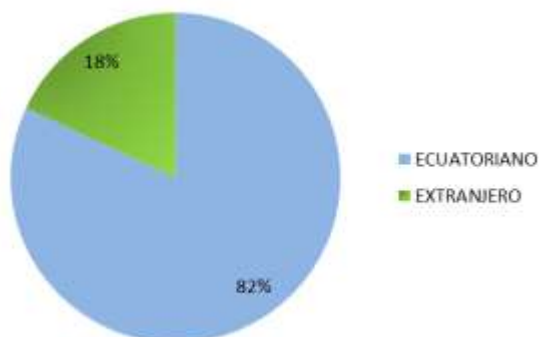
6. El turista que usa el medio de transporte Buseteta

Como no todos los turistas necesariamente pueden ser relevados en los terminales, o establecimientos hoteleros, es importante contar con mecanismos que permitan aproximar el perfil y el comportamiento de aquellos que vienen directamente por medios propios, de forma de capturar las preferencias de aquellos que vienen por busetas, ya que no es posible hacer un conteo directo por temas presupuestarios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, y establecimientos hoteleros realizar un estudio paralelo directamente en los medios de transporte de busetas, cuyos resultados en el trimestre abril- junio 2019, se ponen a consideración a continuación.

6.1. Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 82% de los entrevistados en el medio de transporte busetas son turistas nacionales, contra un 18% de extranjeros.

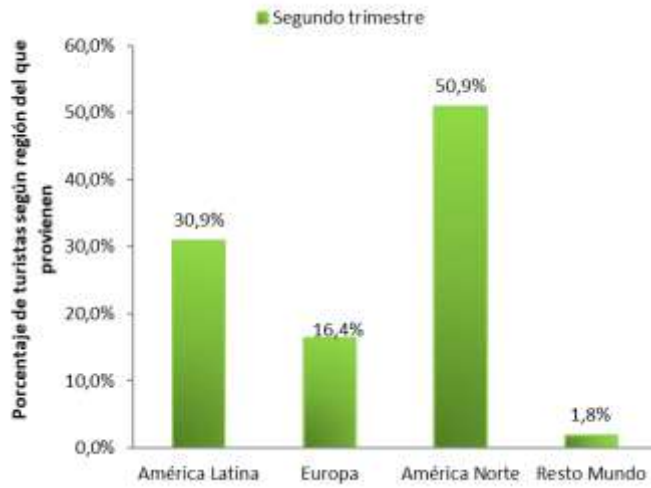
Ilustración 63: Procedencia del Turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La ciudad de Cuenca recibe turistas de diversas partes del mundo. En esta época del año, hay una mayor proporción de turistas extranjeros provenientes de América del Norte (50,9%). Los turistas latinoamericanos representan alrededor del 30,9% de visitantes. La proporción de visitantes europeos es alrededor del 16,4%, y apenas un 1,8% provienen del resto del mundo.

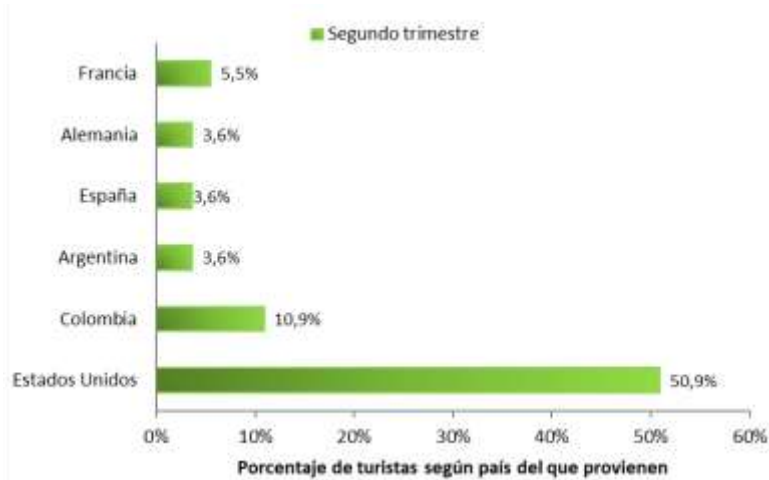
Ilustración 64: Procedencia del turista por región del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia una mayor proporción de turistas provenientes de Estados Unidos (50,9%), el flujo de turistas colombianos es de 10,9%. El flujo de turistas restantes es menor de 6% en cada caso.

Ilustración 65: Procedencia del Turista Extranjero por país del que proviene

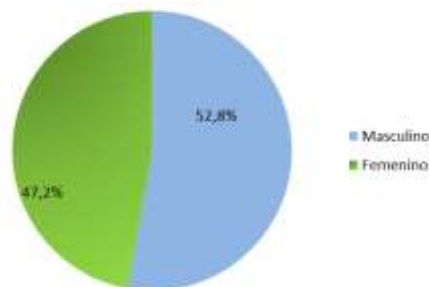


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a los turistas nacionales, la principal ciudad de origen de los visitantes que utilizan medio de transporte busetas, es Guayaquil (77,6%). Los visitantes de la ciudad de Quito, contrario a lo que sucede en los relevamientos en terminales y establecimiento hotelero, representan tan solo el 2% del total de turistas. El restante de turistas nacionales proviene de distintas ciudades del Ecuador que representan menos del 3% lo que a nivel individual resultan ser no significativo, pero se puede destacar que casi el 100% provienen de ciudades de la costa.

En lo que respecta al género, en el trimestre actual la proporción de encuestados de sexo masculino fue de 52,8% frente a 47,2% de mujeres.

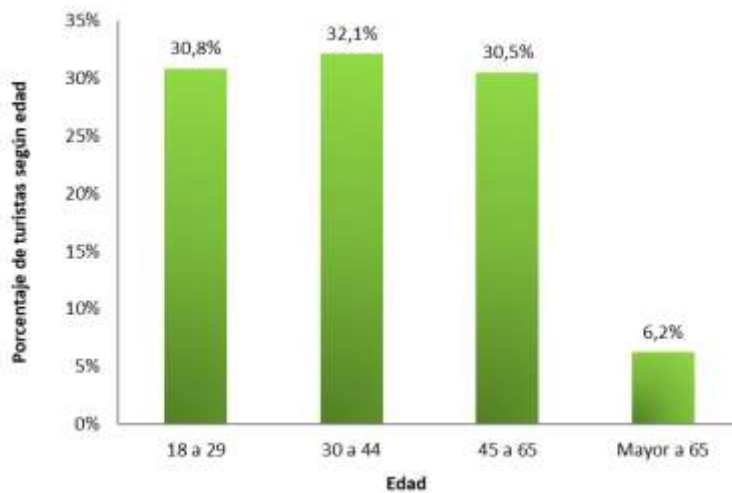
Ilustración 66: Composición de la muestra



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la [Ilustración 67](#) muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados tiene una distribución casi equitativa entre los rangos etarios 18 a 29 años, entre 30 a 44 años y de 45 a 65 años, con una proporción de 30,8%, 32,1% y 30,5% respectivamente. Apenas un 6,2% tienen más de 65 años.

Ilustración 67: Edad del turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta



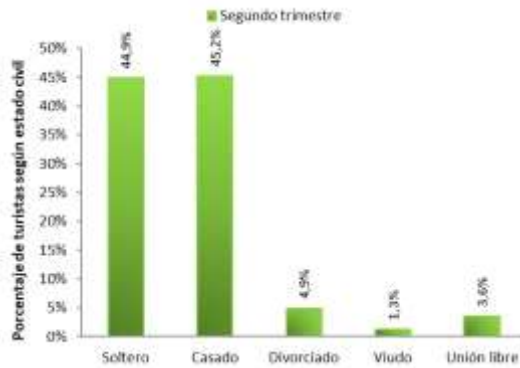
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero, se observa que la distribución de la edad de turistas nacionales es similar al comportamiento de toda la muestra, mientras que, en el caso de turistas extranjeros, hay un 40% de visitantes con edad de 45 a 65 años de edad, y 12,7% del total tiene más de 65 años.

6.2. Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, existe predominancia de turistas casados (45,2%) y solteros 44,9%, Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia.

Ilustración 68: Estado Civil del Turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Las formas de asociación civil observada entre turistas ecuatorianos y extranjeros, no es diferente a la presentada en la ilustración anterior.

En cuanto a la ocupación del turista en establecimiento hotelero, como se aprecia en la [Ilustración 69](#), hay mayor incidencia de los turistas que tienen un trabajo remunerado (80,3%) y apenas un 9,2% son jubilados. Un 5,9% del total es estudiante y un 4,3% se encuentra sin trabajo.

Si dividimos a turistas nacionales y extranjeros, la mayor diferencia a destacar es que los visitantes ecuatorianos solo un 8% son jubilados, mientras que hay un 14,5% de turistas extranjeros que son jubilados.

Ilustración 69: Ocupación del Turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta

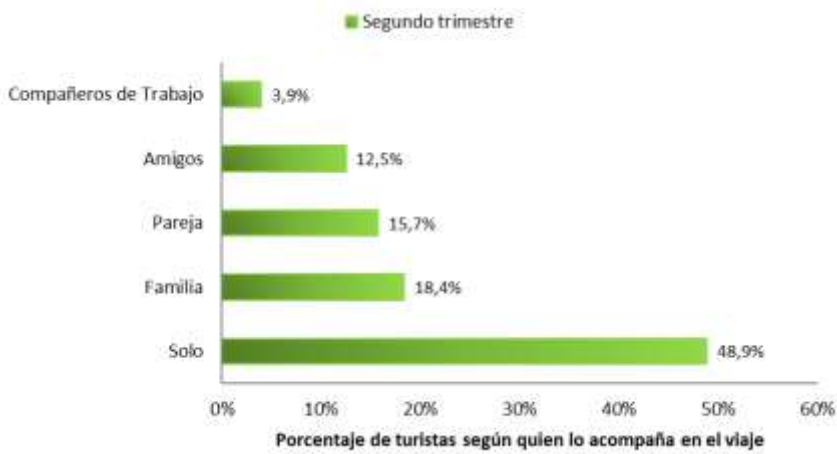


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3. Organización del Viaje y Motivación

Los resultados muestran que en esta época del año la preferencia de los turistas es viajar solos (48,9%). En este parcial, los turistas que visitan la ciudad por medio de transporte buseta en familia son el 18,4%, y los que viajan en pareja o con sus amigos representa el 15,7% y el 12,5% respectivamente (ver [Ilustración 70](#)).

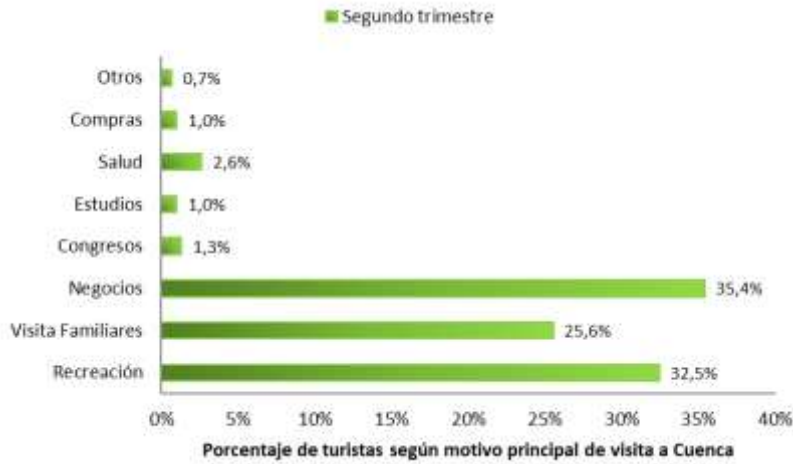
Ilustración 70: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En esta época del año, el turista que visita la ciudad por medio de transporte buseta viene por motivos fundamentalmente de negocios o trabajo, por motivos recreacionales o visita a familiares, en proporciones del 35,4%, 32,5% y 25,6% respectivamente. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 3% cada una.

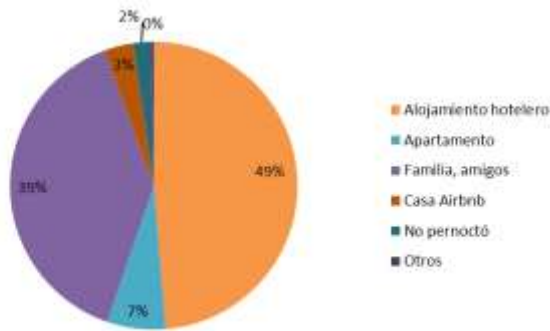
Ilustración 71: Principal Motivo de Viaje del turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El tipo de alojamiento preferido por el turista que llega a la ciudad por medio de busetas es el establecimiento hotelero con un 49%. El porcentaje de turistas que indican alojarse con sus familiares o amigos es del 39% del total de turistas. Un Apartamento fue la opción preferida de alojamiento del 7%, y el servicio Airbnb lo fue para el 3%.

Ilustración 72: Tipo de alojamiento que elige el Turista que llega a la ciudad por buseta



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

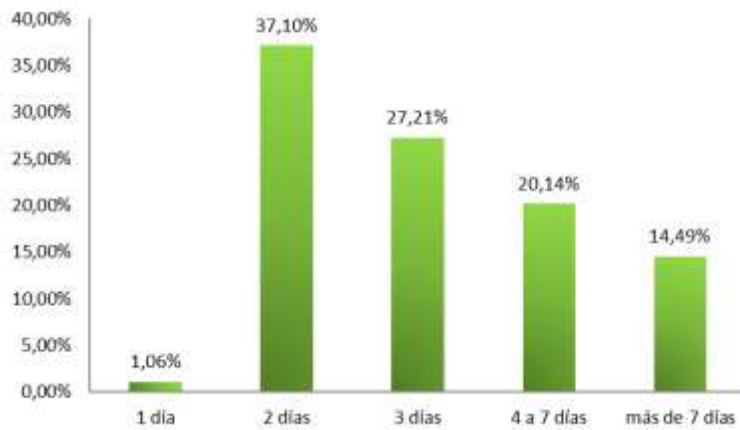
6.4. Medios de Información Utilizados

Las recomendaciones de amigos o familiares constituyen aproximadamente el 95,1% de las fuentes de información sobre la ciudad, utilizadas por el turismo que visita la ciudad por medio de busetas. Solo un 2,6% utiliza internet y publicidad. Los usos de otros medios de información fueron escasamente utilizados, por menos del 1% del total, en cada caso.

6.5. Duración de la Estancia

En la [Ilustración 73](#) se revela que permaneció en la ciudad dos días el 37,1% de los turistas, mientras que 27,21% lo hizo por tres días. Una importante proporción de turistas se quedaron más de 3 días, un 20,14% se quedó entre 4 a 7 días, y un 14,49% se hospedó en la ciudad más de 7 días. La estancia promedio fue de 5,55 días, una mediana de 3 días. La respuesta más común entre los turistas fue que permanecían 2 días en la ciudad.

Ilustración 73: Duración de la Estancia del Turista



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La duración de la estancia depende en gran medida del motivo principal por el que viene el turista. En este sentido, no es recomendable comparar el tiempo de permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En concordancia, se realizó una disgregación del tiempo de estancia, por motivo de viaje. La [Tabla 17](#) revela que el turista recreativo, aquel que visita a sus familiares o amigos, aquel que visita la ciudad por negocio/trabajo o por participar de congresos o conferencias permanece alrededor de 3 días en la ciudad. Los visitantes que vienen por motivos de estudio presentan estancias más largas, pero son grupos no significativos.

Tabla 17: Motivo Principal vs Días de Alojamiento

(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista que viene en buseta		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
		Segundo trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3,0
	Visita a familiares o amigos	3,0
	Negocios, actividades	3,0
	Congresos, conferencias	3,0
	Estudios, investigación	30,0
	Tratamiento de salud	2,0
	Motivos religiosos	N/D
	Compras o servicios personales	2,0
	Otros	2,0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo con el tipo de alojamiento utilizado, en la [Tabla 18](#), se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen estancias cortas de 3 días, resultado que es similar a los hallazgos en relevamiento de terminales.

La duración de estancia de quienes se alojaron en un apartamento fue de 15 días. Los turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia mediana de 3 días, finalmente, quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (por airbnb) tienen estancias de hasta 10,5 días.

Tabla 18: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento
(Para visitantes de hasta 30 días)

Turista que viene en buseta		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)
		Segundo Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3,0
	APARTAMENTO	15,0
	FAMILIA, AMIGOS	3,0
	CASA AIR BNB	10,5
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	2,0
	OTROS	2,0

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

6.6. Gasto Personal Diario durante la estadía

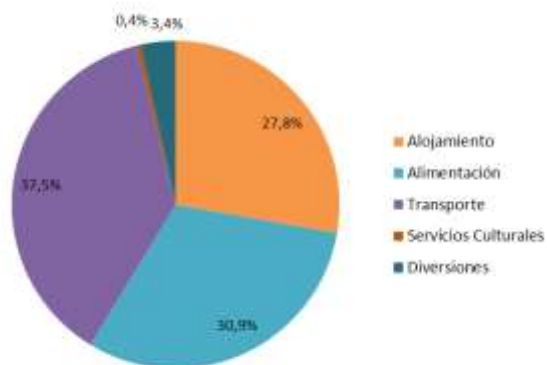
Los turistas que llegaron a la ciudad de Cuenca por medio de busetas gastaron en promedio durante el trimestre 2019 \$135,97 por grupo¹¹ durante toda su estancia. Al dividir el gasto total del grupo durante su estancia por el número de personas en el grupo, se obtiene el gasto turístico por persona durante la estancia; el valor obtenido para el periodo analizado 2019 fue de \$31,27. Por último, se encontró que el gasto diario por persona realizado en abril-junio del año 2019 (\$10,07¹²)

La ~~Ilustración 74~~~~Ilustración 74~~~~Ilustración 74~~, revela la composición del gasto turístico para el segundo trimestre 2019. Del total de gastos realizados por turistas, el 37,5% se erogó en transporte. El 30,9% del gasto se lo hizo en alimentación, y un 27,8% se utilizó en alojamiento, Por último, los gastos realizados en entretenimiento y servicios culturales representan el 3,4% y 0,4% del total, respectivamente.

¹¹ 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.

¹² Se debe tomar en cuenta que los gastos presentados aquí son gastos promedios que pueden estar sesgados por datos anómalos.

Ilustración 74: Composición del gasto total en turismo por rubro



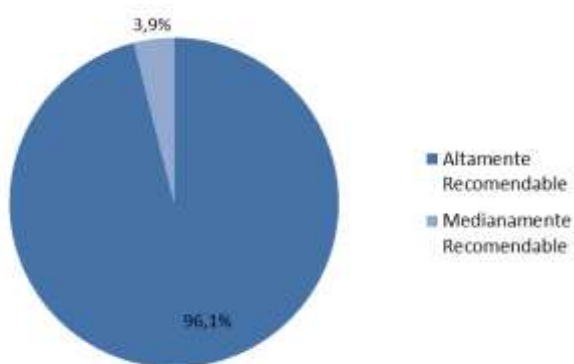
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.7. Recomendación del destino

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 75](#) alrededor del 96,1% de los turistas considera que la ciudad es altamente recomendable como destino y un 3,9% la calificó como medianamente recomendable.

Ilustración 75: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

7. La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

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

En la [Tabla 19](#) se presenta el número de hoteles catastrados según cada categoría de establecimiento hotelero, información que fue proporcionada por la Fundación Turismo para Cuenca en el año 2018, según el cual existe un total de 210 establecimientos hoteleros en la ciudad de Cuenca.

Tabla 19: Número total de establecimientos existentes según catastro 2018

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Es importante señalar que la recolección de información se realiza por medio aplicación de encuestas online. La [Tabla 20](#) resume el número de encuestas realizadas durante cada mes en el periodo enero-junio 2019. En promedio, el número de establecimientos relevados al mes es de 41, lo que implica un 19,52% respecto al catastro.

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

Mes	Encuestas online
Enero	47
Febrero	41
Marzo	41
Abril	44
Mayo**	45
Junio*	28
TOTAL	246

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

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

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

En la [Tabla 21](#) se presenta el tamaño y la distribución de la muestra, por tipo de alojamiento, en el periodo enero-junio 2019. Cabe anotar que el mes de junio es un dato provisional.

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

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo**	Junio*
Hotel Cinco estrellas	3	3	3	2	1	2
Hotel Cuatro estrellas	3	3	2	4	2	1
Hotel Tres estrellas	12	9	9	9	11	8
Hotel Dos estrellas	8	5	7	7	5	4
Hostal Tres estrellas	3	5	5	5	7	2
Hostal Dos estrellas	7	6	6	7	7	2
Hostal Una estrellas	8	6	6	7	9	5
Hosterías	1	2	2	1	2	2
Categoría única	2	2	1	2	1	2
TOTAL	47	41	41	44	45	28

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El siguiente texto analiza las características de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Cuenca. Se considera pertinente presentar este informe en los términos definidos por el Ministerio de Turismo; esto es por categorías. Otra especificidad del análisis es que se realiza un análisis completo de los años por meses considerando sus fluctuaciones.

7.1. 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 hosterías¹³.

7.1.1. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la [Tabla 22](#) se presentan los indicadores de oferta para el total de los establecimientos hoteleros del cantón.

Se aprecia que la proporción de turistas nacionales hospedados en los establecimientos de alojamiento de la ciudad, osciló entre 69,2% y 75,9% en el segundo trimestre, siendo el promedio de 72,8%. La proporción de huéspedes extranjeros fue mayor en el mes de junio (30,8%) en el primer semestre del año.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 32,2	\$ 34,1	\$ 30,1	\$ 32,1	\$ 31,2	\$ 29,8	\$ 34,3	\$ 31,8
Porcentaje de huéspedes nacionales	70,3%	72,0%	73,4%	71,9%	73,2%	75,9%	69,2%	72,8%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	29,7%	28,0%	26,6%	28,1%	26,8%	24,1%	30,8%	27,2%
Tasa de ocupación	30,2%	38,3%	33,5%	34,0%	31,6%	31,3%	33,7%	32,2%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

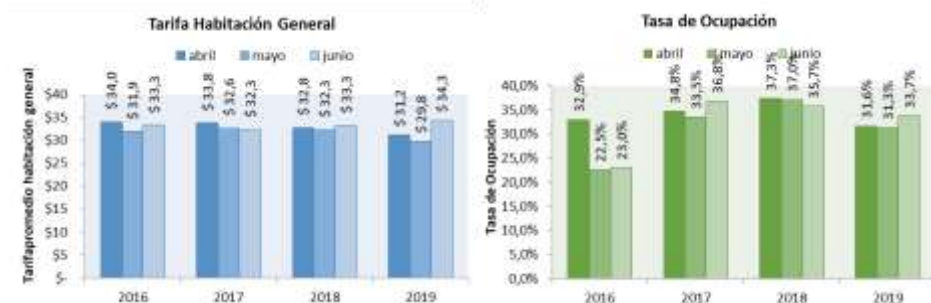
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la tasa de ocupación, la ciudad registró una ocupación mensual promedio en el segundo trimestre de 32,2%; esta tasa es menor a la registrada en el mismo periodo 2018 (36.7%), pero es similar al primer trimestre 2019 (34%). En el mes de febrero se registró la mayor tasa de ocupación hotelera (38,3%) en el primer semestre del 2019.

Con respecto a la tarifa promedio de una habitación general, ha oscilado entre \$29,8 y \$34,3 en el trimestre actual, registrando un valor promedio de \$31,8, en el periodo de estudio, este indicador es muy estable, así en el parcial abril – junio 2018 y 2019 la tarifa fue similar en ambos años.

¹³ Se excluye de este análisis pensiones y hosterías, debido fundamentalmente a que la muestra obtenida para estas categorías es muy pequeña, y puede acarrear incluso problemas con la confidencialidad de la información individual. Los cambios en el catastro también en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re-categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

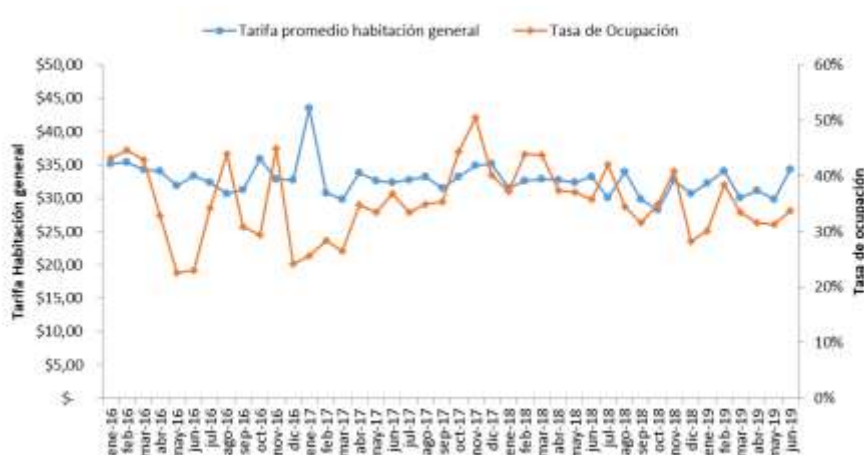
Ilustración 76: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 77](#), los indicadores obtenidos para la categoría Total se ven bastante estables a lo largo del tiempo, sin embargo, éstos tienden a fluctuar más cuando se los calcula por categoría de establecimiento hotelero, como se verá en los siguientes acápite.

Ilustración 77: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría: total, enero 2016 – junio 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.2. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 106,5	\$ 98,9	\$ 101,8	\$ 102,4	\$ 111,0	\$ 144,0	\$ 115,0	\$ 123,3
Porcentaje de huéspedes nacionales	69,8%	72,4%	67,3%	69,8%	57,8%	32,1%	54,7%	48,2%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	30,2%	27,6%	32,7%	30,2%	42,2%	67,9%	45,3%	51,8%
Tasa de ocupación	44,8%	50,8%	44,7%	46,8%	48,6%	30,5%	37,9%	39,0%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos hoteleros Cinco Estrellas el porcentaje de hospedados nacionales fue, en promedio de 48,2% al mes en el trimestre actual, siendo el mes de mayo el que presenta el mayor porcentaje de huéspedes extranjeros (67,9%). Por otro lado, la proporción de huéspedes extranjeros es más baja durante el mes de febrero (ver [Tabla 23](#), [Tabla 23](#), [Tabla 21](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

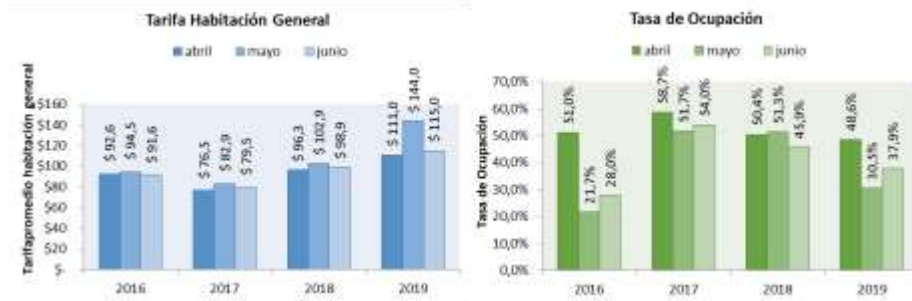
La tarifa promedio de una habitación general varió entre \$111 y \$144, mientras que el promedio fue de \$123,3. Este rubro es un 20,42% más respecto a la tarifa promedio registrada durante el primer trimestre 2019, y es 24,10% mayor al promedio mensual en el segundo trimestre 2018 (USD\$ 99,4). La [Ilustración 78](#), [Ilustración 78](#), [Ilustración 77](#) muestra que la mayor tarifa en este periodo se dio en el mes de mayo 2019 en relación a los años anteriores.

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 39% durante el trimestre analizado, valor que es menor al nivel de ocupación promedio mensual en el segundo parcial 2017 y 2018 (54,8% y 49,2% respectivamente). Los bajos niveles de ocupación en el trimestre abril-junio 2019 se podrían explicar por los altos niveles de la tarifa de una habitación general. Fue en el mes de febrero donde se observó la mayor tasa de ocupación (50,8%) en todo el periodo analizado, lo que puede estar relacionado con la menor tarifa de una habitación general en dicho mes (ver [Tabla 23](#), [Tabla 23](#), [Tabla 21](#)).

Con formato: Fuente: 11 pto

Con formato: Fuente: 11 pto

Ilustración 78: Tarifa promedio habitación general y Tasa ocupación, cinco estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 79](#) 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 junio 2019, lo que está acompañado de una caída en la tasa de ocupación hotelera con respecto al primer trimestre 2019.

Ilustración 79: Tasa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría cinco estrellas: enero 2016 –junio 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.3. 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. Sin embargo, en cuanto al origen de los huéspedes, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 43,4%, que en trimestres

anteriores fue mayor al registrado en hoteles cinco estrellas. Esta proporción es 16.2 puntos porcentuales por debajo de la observada en el trimestre anterior. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de marzo.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$53,9	\$53,2	\$57,5	\$54,9	\$59,1	\$57,7	\$49,0	\$55,3
Porcentaje de huéspedes nacionales	40,3%	49,9%	30,8%	40,3%	66,7%	63,3%	39,7%	56,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	59,7%	50,1%	69,2%	59,7%	33,3%	36,7%	60,3%	43,4%
Tasa de ocupación	34,9%	49,1%	39,5%	41,2%	43,5%	46,9%	37,0%	42,4%

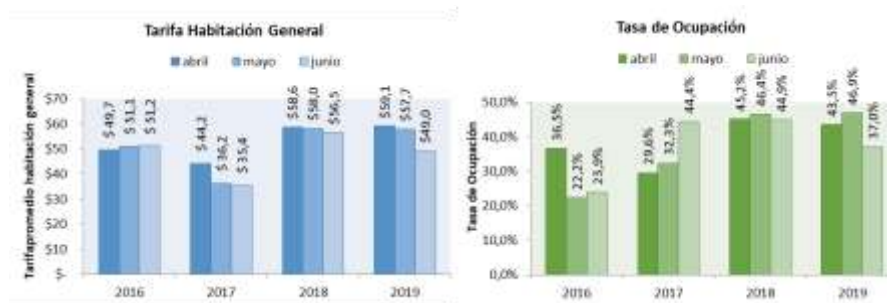
Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$49 y USD \$59,1, lo que dio un promedio de USD \$55,3 al mes en el trimestre actual (ver [Tabla 24](#)~~Tabla 24~~~~Tabla 22~~). La comparación interanual de la tarifa promedio en esta categoría de establecimientos es muy similar respecto al segundo trimestre 2018 (\$57,7).

Al igual que en el caso de hoteles cinco estrellas, el mes de febrero presentó mayor tasa de ocupación en el primer semestre analizado (49,1%). Además de la tarifa, la tasa de ocupación promedio mensual se mantiene en niveles similares entre 2018 y 2019 en el segundo trimestre.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 81](#)~~Ilustración 81~~~~Ilustración 80~~, los niveles de ocupación promedio mensual entre el primer y segundo trimestre 2019, no difiere significativamente, pero son mayores a los niveles registrados en el cuarto trimestre 2018.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.4. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

A diferencia de las dos categorías analizadas previamente, en los hoteles de tres estrellas el porcentaje de huéspedes extranjeros es bastante bajo en relación al total de huéspedes. En la [Tabla 25](#) vemos que este porcentaje fue en promedio de 11% al mes. Este comportamiento se vuelve la norma a partir de esta categoría.

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 36,6	\$ 37,2	\$ 29,1	\$ 34,3	\$ 34,4	\$ 28,7	\$ 29,5	\$ 30,9
Porcentaje de huéspedes nacionales	76,5%	80,5%	91,8%	82,9%	87,4%	86,2%	93,5%	89,0%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	23,5%	19,5%	8,2%	17,1%	12,6%	13,8%	6,5%	11,0%
Tasa de ocupación	19,0%	25,6%	23,9%	22,8%	25,3%	24,1%	28,8%	26,1%

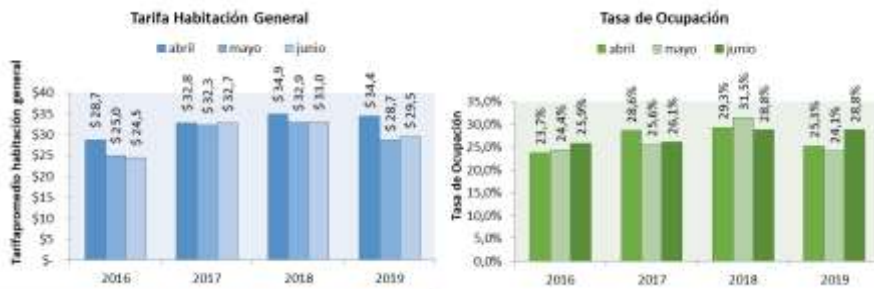
Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En cuanto a la tarifa mensual de la habitación general, podemos ver que en promedio ésta fue de USD \$30,9, valor menor que la tarifa promedio mensual presentado en el primer trimestre \$34,3. Hecho que podría explicar niveles de ocupación promedio mayores en el trimestre actual (26,1%) en comparación con el primer parcial.

En la [Ilustración 82](#), la tarifa de una habitación general es ligeramente menor a los niveles promedio registrados en el año 2017 y 2018, especialmente en los meses de mayo y junio. Por otra parte, los niveles de ocupación presentan una caída respecto al segundo trimestre 2018, de hecho, existe una disminución del 3.8 puntos porcentuales.

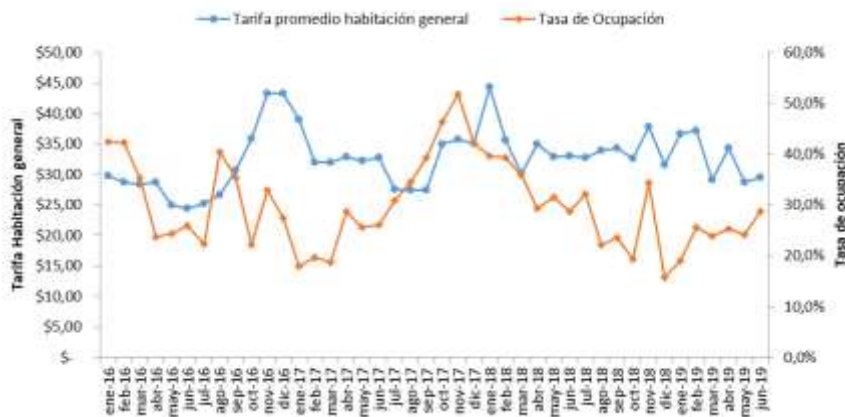
Ilustración 82: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría tres estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 83](#), a pesar de la estabilidad de la tarifa de una habitación general, la tasa de ocupación de este tipo de establecimiento hotelero sufre un desplome desde el mes de noviembre del año 2017, pero a partir de enero 2019 parece recuperarse.

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



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.5. Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

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

- Con formato: Fuente: Sin Negrita
- Con formato: Fuente: Sin Negrita
- Con formato: Fuente: Sin Negrita
- Con formato: Fuente: Sin Negrita

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

INDICADORES	Meses			Promedi o Trimestr e	Meses			Promedi o Trimestr e
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23,1	\$ 21,8	\$ 21,7	\$ 22,2	\$ 22,8	\$ 22,1	\$ 22,2	\$ 22,4
Porcentaje de huéspedes nacionales	74,2%	47,0%	70,7%	63,9%	72,4%	69,8%	56,6%	66,3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	25,8%	53,0%	29,3%	36,1%	27,6%	30,2%	43,4%	33,7%
Tasa de ocupación	32,5%	35,5%	32,2%	33,4%	27,5%	24,0%	38,2%	29,9%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la de tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 33,7%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de febrero con valor de 53% en todo el semestre analizado.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$22,4 dólares en el trimestre abril-junio 2019. Este rubro es menor al observado en el segundo trimestre 2017 y 2018 (USD \$30,7 y \$25,7 respectivamente), pero se mantuvo estable en relación al primer trimestre 2019 (USD \$22,2).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio de 29,9% al mes, por lo que presenta niveles similares de ocupación con respecto al segundo parcial 2018 (30,4%) pero menor a su similar 2017 (50,1%).

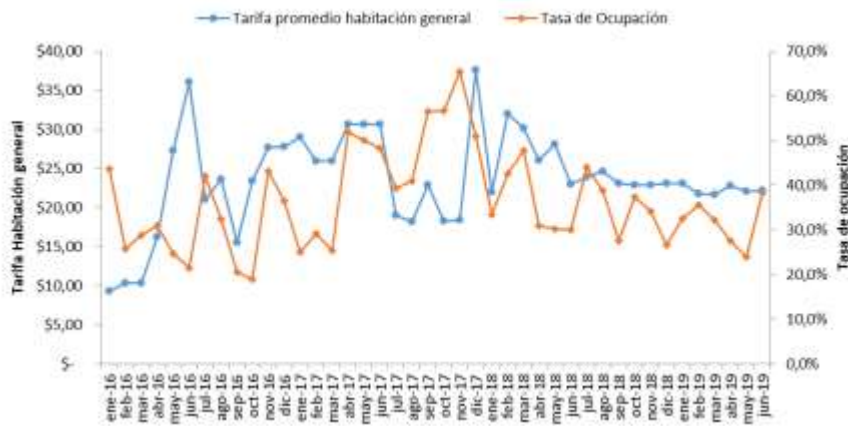
Ilustración 84: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 85](#), la tarifa de una habitación general muestra estabilidad a partir de junio 2018 cuyos valores fluctúan entre 22 y 24 dólares. Por otra parte, la tasa de ocupación muestra el mismo patrón de variación a partir de enero 2018, con ligero sesgo hacia la baja.

Ilustración 85: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría dos estrellas: enero 2016 - junio 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.6. Indicadores de establecimientos de alojamiento: Hostales

Hostales Tres Estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 23,6	\$ 26,6	\$ 23,5	\$ 24,6	\$ 25,2	\$ 22,7	\$ 36,9	\$ 28,3
Porcentaje de huéspedes nacionales	60,8%	60,7%	83,0%	68,2%	68,4%	74,9%	38,1%	60,5%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	39,2%	39,3%	17,0%	31,8%	31,6%	25,1%	61,9%	39,5%
Tasa de ocupación	30,5%	38,3%	44,2%	37,7%	44,5%	33,3%	26,1%	34,6%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

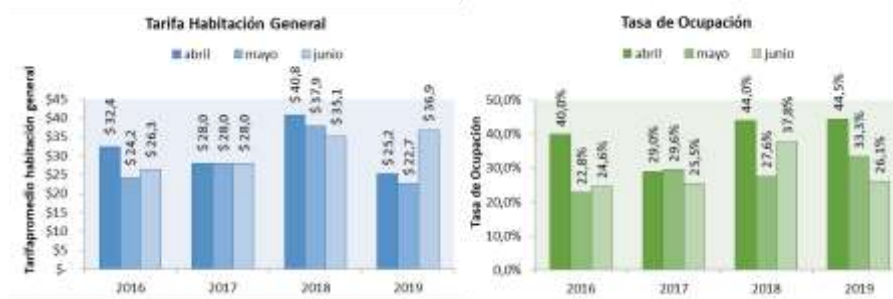
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de hostales Tres Estrellas, se observa que la proporción mensual promedio de huéspedes extranjeros fue de 39,5%. Resulta interesante notar que esta proporción está alrededor de 28.5 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 junio.

La tarifa de una habitación general, podemos ver que en promedio ésta fue de USD \$28,3 en promedio mensual. Este rubro, similar a la categoría hotel dos estrellas, sufre una caída del 25,56% respecto al registrado en el periodo abril-junio 2018 (\$USD 38). La tarifa promedio de esta categoría en el trimestre actual es mayor a la tarifa de la categoría hotel dos estrellas.

Con respecto a la tasa de ocupación, en promedio mensual es de 34,6% en el parcial analizado, valor que es solamente 1,8 puntos porcentuales menos que en trimestre abril-junio 2018 (36,4%). Esta categoría presenta la tasa más baja de ocupación en el mes de junio en relación al primer semestre analizado.

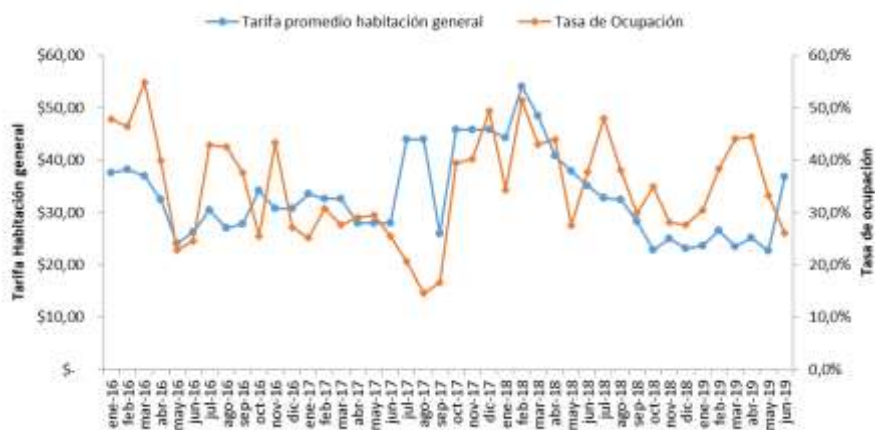
Ilustración 86: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De acuerdo a la [Ilustración 87](#), a partir de marzo 2018 sufre un desplome consecutivo en la tarifa de una habitación general, hasta octubre 2018, manteniéndose constante entre octubre 2018 a mayo 2019 en un rango de 22 a 26 dólares, finalmente en el mes de junio la tarifa salta a \$36,9, lo que podría explicar la caída del nivel de ocupación en dicho mes.

Ilustración 87: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales tres estrellas: enero 2016 - junio 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

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

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

INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 20,1	\$ 18,0	\$ 15,4	\$ 17,8	\$ 16,9	\$ 19,4	\$ 17,9	\$ 18,1
Porcentaje de huéspedes nacionales	54,3%	83,9%	64,2%	67,5%	73,2%	86,1%	55,6%	71,6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	45,7%	16,1%	35,8%	32,5%	26,8%	13,9%	44,4%	28,4%
Tasa de ocupación	40,9%	54,0%	37,1%	44,0%	29,1%	41,8%	45,2%	38,7%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

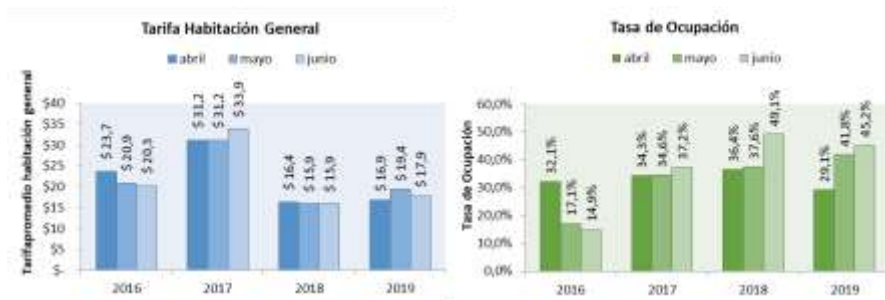
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

El porcentaje promedio de extranjeros hospedados en esta categoría es mayor al observado en la categoría hotel tres estrellas, manteniendo un promedio mensual de 28,4%. La mayor proporción de huéspedes extranjeros en este tipo de establecimientos hoteleros de la ciudad se observa en el mes de enero y junio.

La tarifa promedio de una habitación general es más baja que en las anteriores categorías de establecimientos, y se encuentra en promedio mensual en USD \$18,1, solo dos dólares más que en el segundo trimestre 2018 (\$16,1).

Con respecto a la tasa de ocupación, este tipo de establecimiento mantuvo una ocupación promedio al mes de 38,7%, ocupación que es mayor respecto a las categorías hostel tres estrellas. Esta categoría hotelera mantiene una ocupación relativamente similar al registrado en el mismo periodo 2018 (41%).

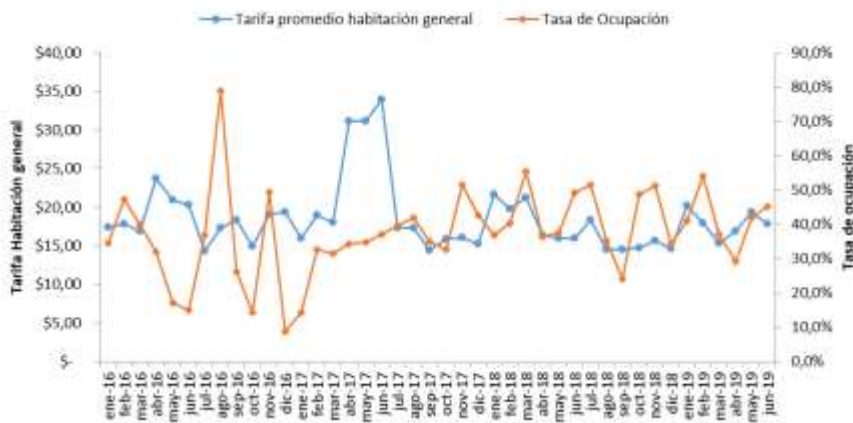
Ilustración 88: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Los establecimientos hostales dos estrellas, mantiene la tarifa de una habitación general que varía entre \$14,4 y \$21,6 desde julio 2017 hasta junio 2019.

Ilustración 89: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales dos estrellas: enero 2016 - junio 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 16,1% mensual, proporción que es menor que en las categorías previas. En cuanto a la dinámica mensual, la proporción de extranjeros fue mayor en el mes de mayo.

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

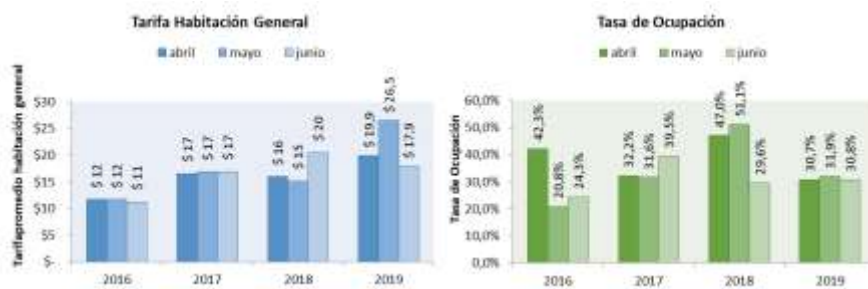
INDICADORES	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo		abril	mayo**	junio*	
Tarifa promedio habitación general	\$ 17,1	\$ 20,2	\$ 16,8	\$ 18,0	\$ 19,9	\$ 26,5	\$ 17,9	\$ 21,4
Porcentaje de huéspedes nacionales	86,5%	83,3%	89,6%	86,5%	86,3%	82,0%	83,4%	83,9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	13,5%	16,7%	10,4%	13,5%	13,7%	18,0%	16,6%	16,1%
Tasa de ocupación	30,0%	33,0%	32,1%	31,7%	30,7%	31,9%	30,8%	31,1%

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tarifa de una habitación general osciló entre los USD \$17,9 y USD \$26,5, registrando un promedio de USD \$21,4 al mes, tarifa que es mayor al presentado en el segundo trimestre 2018 (USD \$17,2), esto implica un crecimiento de 24,42%. Con respecto a la tasa de ocupación, fue de 31,1% en promedio mensual en el trimestre analizado, valor que disminuyó 11,5 puntos porcentuales respecto al mismo parcial 2018.

Ilustración 90: Tarifa promedio habitación general y Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: segundo trimestre 2016, 2017, 2018 y 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La tasa de ocupación de este tipo de establecimiento hotelero se ha mantenido estable en el primer semestre del año 2019 alrededor de 31%. En el mes de mayo 2019 se observa un pico en la tarifa de una habitación general, que es el mayor valor registrado desde abril 2017.

Ilustración 91: Tasa de ocupación, categoría hostales una estrella: enero 2016 - junio 2019



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

7.1.7. Tarifa RevPar

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

Tabla 30: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar
Promedio por tipo de establecimientos
Enero - junio 2019

Categoría establecimiento	Meses			Promedio Trimestre	Meses			Promedio Trimestre
	enero	febrero	marzo*		abril	mayo**	junio*	
Total	\$ 10,5	\$ 14,0	\$ 11,3	\$ 11,9	\$ 11,3	\$ 9,3	\$ 11,2	\$ 10,6
Hotel Cinco estrellas	44,78	49,23	44,07	\$ 46,0	\$ 50,7	\$ 44,1	\$ 51,8	\$ 48,8
Hotel Cuatro estrellas	\$ 19,2	\$ 24,6	\$ 24,4	\$ 22,7	\$ 27,0	\$ 25,3	\$ 18,5	\$ 23,6
Hotel Tres estrellas	\$ 6,3	\$ 11,6	\$ 7,2	\$ 8,4	\$ 11,1	\$ 8,2	\$ 7,6	\$ 9,0
Hotel Dos estrellas	\$ 8,4	\$ 8,1	\$ 7,1	\$ 7,8	\$ 6,8	\$ 4,2	\$ 8,4	\$ 6,5
Hostal Tres estrellas	\$ 10,1	\$ 11,1	\$ 15,9	\$ 12,4	\$ 9,6	\$ 9,1	\$ 9,5	\$ 9,4
Hostal Dos estrellas	\$ 6,9	\$ 9,0	\$ 5,8	\$ 7,2	\$ 5,8	\$ 7,6	\$ 9,1	\$ 7,5
Hostal Una estrella	\$ 5,9	\$ 7,4	\$ 5,7	\$ 6,3	\$ 5,3	\$ 5,7	\$ 3,8	\$ 5,0

Nota: *Provisional **Semidefinitivo

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se puede ver que son, de acuerdo a lo esperado, los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen, con \$48,8 y \$23,6, respectivamente, durante el periodo analizado. Para las demás categorías los valores disminuyen sensiblemente, llegando a \$9 para hoteles tres estrellas y \$6,5 para hotel dos estrellas. Para la categoría hostales tres estrellas, se evidencia una tarifa

promedio mensual de \$9,4. En promedio los hostales dos estrellas presentan una tarifa RevPar con un valor de 7,5 dólares y los hostales una estrella tiene la tarifa más baja de todas las categorías (5 dólares en promedio mensual).

Los hoteles cinco mantienen su rentabilidad por habitación en relación al mismo trimestre del año 2018, mientras que los hoteles cuatro, tres y dos estrellas presentaron una desmejora en su rentabilidad, mostrando respectivamente, un decrecimiento de 11,79% y 21,42% y 21,95%; lo que se debe principalmente a la caída de la tasa de ocupación.

Para la categoría general, la rentabilidad por habitación disponible es ligeramente menor respecto al trimestre abril-junio 2018 (USD \$12,9). En general todas las categorías sufren disminuciones en su rentabilidad por habitación especialmente la categoría de hostel tres y una estrella (disminución de 33,4% y 34% respectivamente). La disminución de la tarifa Rev Par se debe principalmente a la disminución del nivel de ocupación hotelera.

8. Anexos

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

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

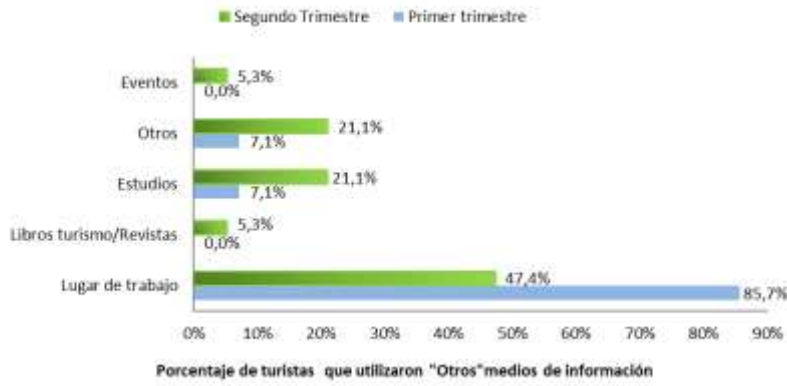
Tabla 31: Motivo principal de viaje por nacionalidad del turista extranjero

Turista Extranjero	Motivo de visita				Total
	Recreación	Visita Familiares	Negocios	Otros motivos	
EEUU	48,45%	41,24%	5,15%	5,15%	100,00%
Colombia	20,00%	20,00%	50,00%	10,00%	100,00%
Alemania	84,21%	10,53%	0,00%	5,26%	100,00%
España	45,00%	15,00%	30,00%	10,00%	100,00%
Perú	16,67%	50,00%	25,00%	8,33%	100,00%
Argentina	57,14%	0,00%	14,29%	28,57%	100,00%
Canadá	50,00%	37,50%	12,50%	0,00%	100,00%
Francia	89,47%	5,26%	0,00%	5,26%	100,00%
Italia	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Chile	44,44%	11,11%	33,33%	11,11%	100,00%
Venezuela	12,50%	43,75%	37,50%	6,25%	100,00%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

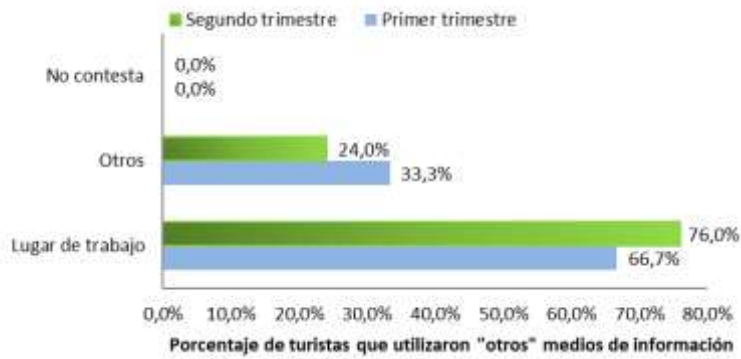
ANEXO 3: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

Ilustración 92: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 93: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

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

Turista Extranjero		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	40,4%	7,2%	13,3%	28,3%	10,8%	0,0%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	55,8%	7,8%	15,6%	19,5%	1,3%	0,0%	100,0%
	Negocios, actividades	68,5%	3,7%	1,9%	3,7%	1,9%	20,4%	100,0%
	Congresos, conferencias	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Estudios, investigación	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos							
	Compras o servicios personales	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Otros	45,5%	18,2%	9,1%	18,2%	9,1%	0,0%	100,0%
Total	50,0%	7,2%	11,9%	20,6%	6,9%	3,4%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

Turista Nacional		¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
		SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	22,2%	6,0%	38,5%	26,5%	6,8%	0,0%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	67,9%	0,7%	22,5%	7,5%	1,0%	0,5%	100,0%
	Negocios, actividades	75,4%	3,8%	3,8%	3,3%	2,5%	11,2%	100,0%
	Congresos, conferencias	62,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100,0%
	Estudios, investigación	89,4%	2,1%	2,1%	0,0%	0,0%	6,4%	100,0%
	Tratamiento de salud	44,2%	0,0%	37,2%	16,3%	2,3%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Compras o servicios personales	16,7%	0,0%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	100,0%
	Otros	27,3%	9,1%	45,5%	4,5%	4,5%	9,1%	100,0%
Total	64,1%	2,7%	17,8%	8,1%	2,3%	5,0%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

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

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

Turista Extranjero		¿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	83,7%	1,2%	9,6%	4,8%	0,0%	0,6%	100,0%
	Visita a familiares o	24,7%	1,3%	70,1%	3,9%	0,0%	0,0%	100,0%
	Negocios, actividades	79,6%	3,7%	14,8%	0,0%	1,9%	0,0%	100,0%
	Congresos, conferencias	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Estudios, investigación	0,0%	20,0%	60,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos							
	Compras o servicios personales	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Otros	54,5%	0,0%	18,2%	9,1%	0,0%	18,2%	100,0%
Total	66,3%	1,9%	26,6%	3,8%	0,3%	1,3%	100,0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

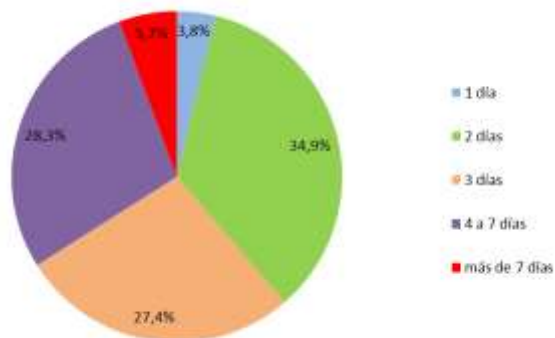
Tabla 35: Motivo principal de viaje vs Tipo de alojamiento del Turista Nacional

Turista Nacional		¿QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO EN SU ESTANCIA?						TOTAL
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	OTROS	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	71,8%	1,7%	25,6%	0,9%	0,0%	0,0%	100,0%
	Visita a familiares o amigos	10,1%	0,5%	88,6%	0,5%	0,0%	0,2%	100,0%
	Negocios, actividades	63,0%	3,3%	31,5%	0,0%	1,4%	0,8%	100,0%
	Congresos, conferencias	62,5%	0,0%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Estudios, investigación	19,1%	10,6%	70,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Tratamiento de salud	25,6%	7,0%	67,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Motivos religiosos	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
	Compras o servicios personales	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Otros	63,6%	4,5%	18,2%	0,0%	0,0%	13,6%	100,0%
Total		39,0%	2,4%	57,1%	0,3%	0,5%	0,7%	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 94: Turista Extranjero que se aloja en hotel por duración de la estancia



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 7. NIVEL DE SUSTITUCIÓN HOTELERA DE TURISTAS EXTRANJEROS

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

Categoría establecimiento	Porcentaje de huéspedes extranjeros			Tarifa de una habitación general		
	Segundo trimestre 2018	Segundo trimestre 2019	Diferencia 2018-2019	Promedio segundo trimestre 2018	Promedio Segundo trimestre 2019	Diferencia* 2019-2018
Hotel Cinco estrellas	24,5%	22,0%	-2,6%	\$ 99,4	\$ 123,3	\$ 24,0
Hotel Cuatro estrellas	27,4%	21,8%	-5,7%	\$ 57,7	\$ 55,3	(\$ 2,4)
Hotel Tres estrellas	18,8%	10,1%	-8,7%	\$ 33,6	\$ 30,9	(\$ 2,7)
Hotel Dos estrellas	5,3%	12,0%	6,7%	\$ 25,7	\$ 22,4	(\$ 3,4)
Hostal Tres estrellas	7,1%	11,5%	4,4%	\$ 38,0	\$ 28,3	(\$ 9,7)
Hostal Dos estrellas	6,6%	9,5%	2,8%	\$ 16,1	\$ 18,1	\$ 2,0
Hostal Una estrella	8,7%	6,1%	-2,6%	\$ 17,2	\$ 21,4	\$ 4,2
Total**	100,0%	100,0%		\$ 32,8	\$ 31,8	(\$ 1,0)

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

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 8: PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO Y NACIONAL

Tabla 37: Perfil del Turista Extranjero

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	54,7%	5,5%
	30 a 44 años	33,3%	24,2%
	45 a 65 años	11,0%	50,3%
Nivel de Instrucción	Primaria	1,2%	1,8%
	Secundaria	15,4%	13,9%
	Superior	65,4%	56,4%
	Postgrado	17,9%	27,9%
Profesión del Turista Extranjero	Director	9,5%	3,9%
	Técnico Superior	2,4%	4,9%
	Profesional Independiente	32,5%	21,4%
	Servidor público	16,7%	9,7%
	Administración	6,3%	12,6%
	Comerciante	3,2%	12,6%
	Obrero	1,6%	6,8%
	Otros	27,8%	28,2%
Composición núcleo familiar	Vive solo	51,8%	2,4%
	Solo padres e hijos	34,7%	91,9%
	Padres e hijos y otros familiares	13,5%	5,7%

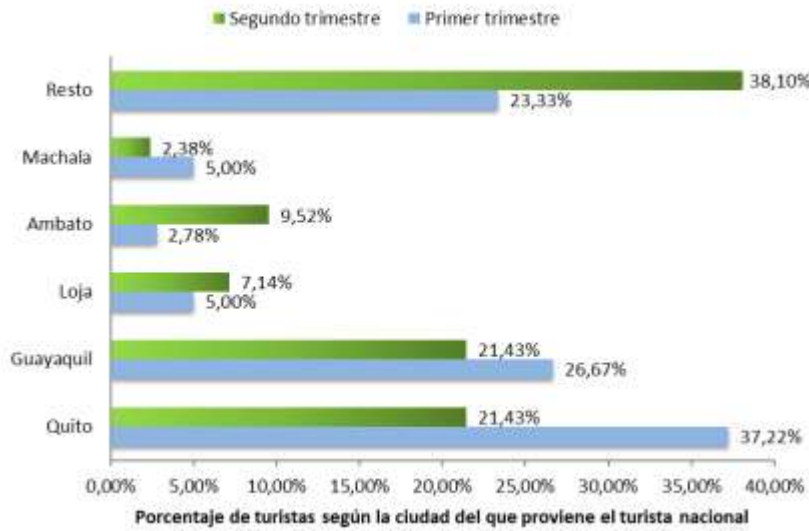
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Tabla 38: Perfil del Turista Nacional

		SOLTERO	CASADO
Edad	18 a 29 años	58,9%	10,1%
	30 a 44 años	32,2%	47,7%
	45 a 65 años	6,4%	38,1%
Nivel de Instrucción	Primaria	1,2%	5,3%
	Secundaria	26,4%	16,9%
	Superior	64,9%	69,9%
	Postgrado	7,4%	8,0%
Profesión del Turista Extranjero	Director	0,6%	2,8%
	Técnico Superior	3,4%	1,9%
	Profesional Independiente	53,3%	50,4%
	Servidor público	14,1%	13,4%
	Administración	6,6%	11,1%
	Comerciante	9,7%	7,0%
	Obrero	1,3%	3,3%
	Otros	11,0%	10,0%
Composición núcleo familiar	Vive solo	22,3%	0,9%
	Solo padres e hijos	63,7%	85,6%
	Padres e hijos y otros familiares	14,0%	13,4%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 95: Turista Nacional por ciudad de procedencia



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 10: PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL TURISTA EN HOTELES

Ilustración 96: Principales Medios de Información del Turista Nacional y Extranjero en establecimientos Hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER