



BOLETÍN

de indicadores turísticos del cantón Cuenca



BOLETÍN

de indicadores turísticos del cantón Cuenca

Universidad de Cuenca

Pablo Vanegas Peralta
RECTOR

Catalina León Pesantez
VICERECTORA

Mauricios Espinoza Mejía
DIRECTOR DE LA DIUC

Karina Farfán Pacheco
DECANA

Marlene Jaramillo Granda
SUBDECANA

Autores:

Ana Lucia Serrano
Segundo Freire
Iliana Sanmartín
Freddy Espinoza

Co-autores:

Karina Farfán
Susana Andrade
Elena Villafuerte

Diseño:

José Alejandro Bermeo

Fotografía:

Dean Jacobs
Ernesto Aguilar Montesinos
José Alejandro Bermeo

Agradecemos la colaboración de las siguientes personas en el proyecto de investigación "Creación, implementación y manejo de un sistema de indicadores turísticos del cantón Cuenca":

Santiago Carpio
Imelda Avecillas
José Reinoso
Mario Brazzero
Abraham Crespo
José Prada

Edición

La edición del boletín turístico fue gracias a la colaboración de la DIUC en especial al Dr Mauricio Espinoza, la Doctora Victoria Abril y la Magister Karina Quinde. También agradecemos a la Asociación Hotelera del Azuay, la Cámara de Turismo del Azuay y la Asociación de Bares, Restaurantes y Entretenimientos de Cuenca.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial sin el permiso previo escrito de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad-Universidad de Cuenca.

TIRAJE 400 ejemplares

Publicación realizada en Mayo de 2018, Cuenca-Ecuador.



Presentación

El comportamiento del turismo a nivel mundial tiene grandes diferencias, aquello depende de las relaciones económicas en torno al turismo, la importancia que tiene dentro de la política pública, la mirada objetiva de la propia realidad y contexto en donde se inserta la actividad turística, entre otros aspectos, sin embargo, cualquier lugar del planeta que distinga una oportunidad en el turismo debe contar con datos e información para transformarlo en conocimiento que ayude a tomar decisiones en el sector público y privado.

En Ecuador, el turismo tiene una evolución constante en cuanto a la oferta y en torno a la demanda, según las cifras oficiales del Ministerio de Turismo, aproximadamente en 1990 se registraron 350.000 visitantes, en 2009 se registraron 900.000 visitantes, en 2015 se registraron 1.6 millones de visitantes y en 2016 se registraron 1.4 millones de visitantes al año, no obstante, aquellas cifras deben ser manejadas con cautela, considerando que los límites entre turismo y migración son bastante difusos.

Cuenca, ciudad con varias distinciones a cuenta de sus virtudes culturales, naturales y turísticas, tiene las competencias de turismo otorgadas desde el año 2001 por parte del Estado; en la actualidad cuenta con una extensa oferta de servicios, no obstante, no sucede lo mismo con la demanda, por lo tanto, esta publicación pretende contribuir con datos e información estadística reafirmando el compromiso académico con la sociedad inmersa en la actividad turística.

Con mucho cariño hemos puesto el corazón y esfuerzo para lograr el presente trabajo de investigación.

Gracias

Ana Lucía Serrano
Directora del Proyecto de Investigación
Indicadores Turísticos del Cantón Cuenca

I. Introducción

Este boletín estadístico expone información recolectada desde julio 2015 a diciembre 2016, considerando la demanda de turistas y la oferta de alojamiento de la ciudad de Cuenca.

En primera instancia se realiza un breve análisis del impacto del turismo en el contexto mundial a partir de datos tomados de la Organización Mundial de Turismo (OMT), consecutivamente se analizan proyecciones de turismo del Ecuador.

Posteriormente se estudia la demanda turística de Cuenca en cuanto a: viajeros nacionales y extranjeros, procedencia, número de noches promedio de alojamiento, persona que decide sobre el lugar de vacaciones, grupos de edad de los visitantes, medio por el que se enteró de la ciudad de Cuenca, personas con intenciones de radicarse en Cuenca, medio de transporte usado para llegar a Cuenca y lugares visitados en Cuenca.

Seguidamente, se estudia la oferta turística relacionada al alojamiento en cuanto a: capacidad total de plazas ofertadas de alojamiento, información geográfica por ocupación, personal contratado para atender establecimientos, número de personas alojadas en establecimientos regulados, ocupación por categoría, ocupación por segmento, tarifa promedio, y canal de comunicación para escoger el hospedaje.

Es importante considerar que el Grupo de Investigación en Economía Regional (GIER) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, ha trabajado desde el 2016 hasta la actualidad en el levantamiento de datos de oferta y demanda del cantón Cuenca bajo la modalidad de consultoría con la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, sin embargo, la perspectiva de este estudio es diferente.

Este trabajo está disponible para investigadores, estudiantes, empresarios, autoridades y público en general que necesite una línea base con rigurosidad científica para emprender y fortalecer estudios, negocios y políticas de turismo en la ciudad de Cuenca.

II. Metodología: hoteles & restaurantes

Oferta

En base al catastro hotelero del año 2014 y su actualización disponible en el año 2015 (Ministerio de Turismo, 2016), se diseñaron encuestas de consulta al sector, basados en: plazas disponibles, noches de hospedaje, procedencia de huéspedes, tipo de huésped, empleo generado por el sector, necesidades de capacitación y formación profesional de principales directivos.

En base al número de establecimientos de hoteles y restaurantes se aplicó la fórmula muestral al universo, dando un número total de encuestas a 119 establecimientos de alojamiento entre hoteles, hosterías, y, un refugio. Los relevamientos muestrales iniciaron en julio de 2015 mediante levantamientos mensuales y trimestrales; el último realizado fue en diciembre de 2016.

A partir de 2016 se prepararon registros administrativos para control de información y relevamiento, además, se calculó la "no respuesta" del 10% sobre los registros administrativos. En la ejecución de relevamiento se obtuvo una respuesta promedio de 95.2%.

Demanda

El estudio de demanda fue diseñado para analizar el flujo y comportamiento del visitante nacional y extranjero a la ciudad de Cuenca en días festivos, iniciando en noviembre de 2015 y finalizando en mayo de 2016.

El estudio muestral tuvo como base el análisis de nueve conglomerados diseñados previamente, tomando como referencia los lugares más visitados. Por otra parte, la elección de los entrevistados fue de tipo aleatorio.

El contenido del estudio analiza 46 variables principales enfocadas a gustos, preferencias y actividades realizadas en la ciudad de Cuenca en los períodos establecidos. Finalmente, se hicieron depuraciones y verificaciones de información, y, se estableció una tasa de rechazo de 5.4%, o 94.6% de respuesta.

III. Impacto del turismo en el contexto mundial

El indicador relevante para medir el impacto del turismo en la dinámica de un país, es la incidencia que tiene en el Producto Interno Bruto (PIB), con este valor se puede comparar con otros países, con las variables de crecimiento de este sector, y, otros relacionados a los servicios o a sectores no relacionados en función de su crecimiento. La primera variable -no la única- se relaciona con el ingreso percibido por la producción y generación de divisas.

También se puede medir el impacto del turismo, su incidencia, mediante la medición del número de movilizaciones poblacionales, por regiones, subregiones y países.

El dinamismo del turismo está afectado por la estabilidad que exponga la región, aquella es desigual. En el período 1995 y 2000, Medio Oriente y África del Norte presentó el segundo mayor dinamismo del mundo con una tasa promedio del período de 6% anual, pasando a un 10% en el período 2000-2005.

En Europa y Eurasia, también pierde dinamismo, al pasar de un crecimiento promedio en la década de 1990 de 13% de crecimiento interanual promedio, a un exiguo 3% en el año 2015 respecto del año anterior.

Asia del Sur, contrario a los casos de pérdida de dinamismo descritos, se presenta como la región en donde turismo mantiene una tasa de crecimiento sostenida en los últimos 15 años.

América Latina y el Caribe en cambio transitan en una onda de crecimiento sin sobresaltos, alrededor de 6% entre 1995 y el año 2015.

Colombia es uno de los ejemplos que muestra que la estabilidad interna alienta el turismo o lo aleja, con relación a su conflicto interno o con respecto a su llamado de acuerdo de libre comercio entre el año 2010 y 2013; los picos de crecimiento y contracción ocurren justamente en este país.

Con las estadísticas de ingresos a los países, no se puede ser contundente ni determinante sobre la estabilidad y sobre las estadísticas de crecimiento del turismo en los países del continente americano.

Así, Estados Unidos, mantiene un exiguo crecimiento promedio en el turismo, sin desconocer el volumen importante de ingresos por turismo en su frontera sur.

Chile, Paraguay, Cuba, Puerto Rico, Granada y Panamá observan una tasa de crecimiento de dos dígitos para el período 2015 respecto del 2014; de ellos, Cuba y Panamá tiene un sostenido crecimiento desde el año 1995 a una tasa promedio superior a la media del continente del 6%. En sentido inverso, Surinam, Venezuela, Bahamas y en menor medida Ecuador, alcanzaron un crecimiento negativo entre 3 y 9% en la región en el año 2015.

Turismo receptivo, llegada de visitantes no residentes

Promedio de Crecimiento Anual Período 1995 - 2000

Asia del Sur	3
África Subsahariana	8
América Latina y Caribe	6
Norteamérica	3
Asia del este y Pacífico	7
Europa y Asia Central	13
América del Norte	-1
Medio Oriente y África del Norte	6

Promedio de Crecimiento Anual Período 2000 - 2005

Asia del Sur	10
África Subsahariana	4
América Latina y Caribe	6
Norteamérica	-2
Asia del este y Pacífico	9
Europa y Asia Central	7
América del Norte	-1
Medio Oriente y África del Norte	10

Promedio de Crecimiento Anual Período 2010 - 2014

Asia del Sur	29
África Subsahariana	8
América Latina y Caribe	5
Norteamérica	0
Asia del este y Pacífico	8
Europa y Asia Central	8
América del Norte	0
Medio Oriente y África del Norte	4

Promedio de Crecimiento Anual Período 2014 - 2015

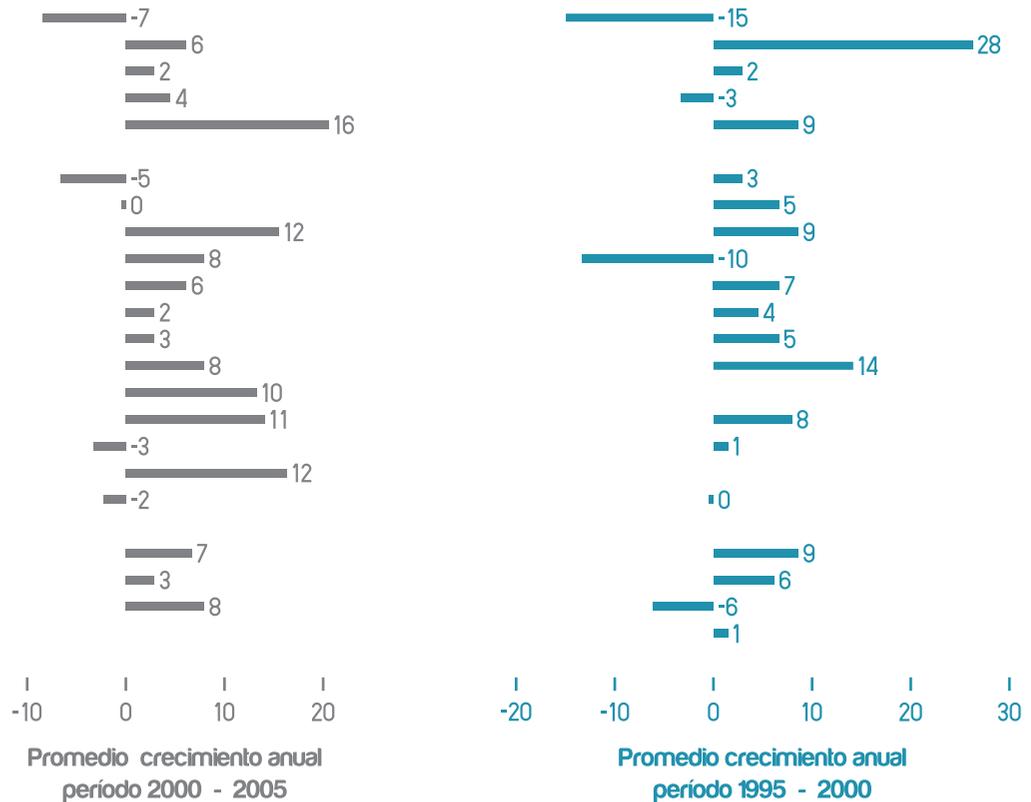
Asia del Sur	20
África Subsahariana	14
América Latina y Caribe	6
Norteamérica	5
Asia del este y Pacífico	5
Europa y Asia Central	3
América del Norte	2
Medio Oriente y África del Norte	-7

Fuente: UNWTO (2017). All Countries: Inbound Tourism: Arrivals 1995 - 2015 (01.2017)." Tourism Statistics, (1), file 1.

América: turismo receptivo, llegada de visitantes no residentes

Países

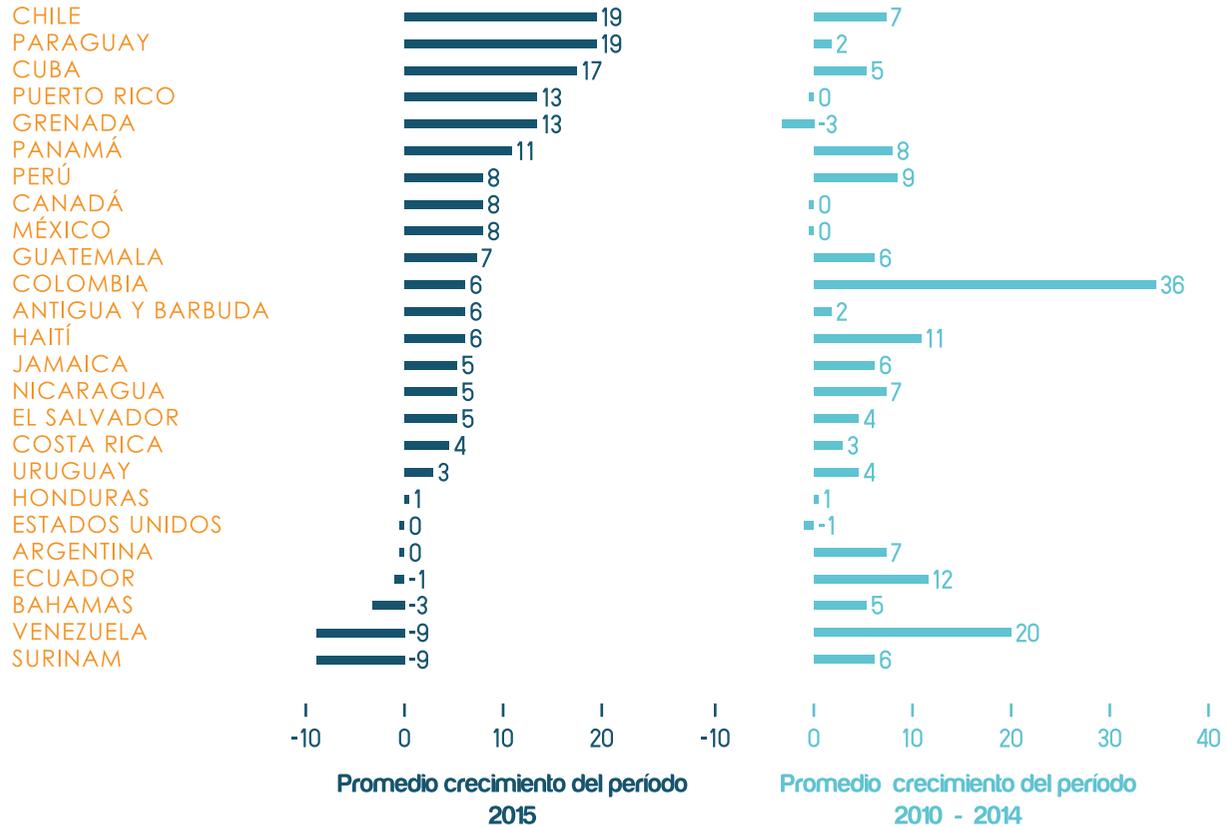
CHILE
 PARAGUAY
 CUBA
 PUERTO RICO
 GRENADA
 PANAMÁ
 PERÚ
 CANADÁ
 MÉXICO
 GUATEMALA
 COLOMBIA
 ANTIGUA Y BARBUDA
 HAITÍ
 JAMAICA
 NICARAGUA
 EL SALVADOR
 COSTA RICA
 URUGUAY
 HONDURAS
 ESTADOS UNIDOS
 ARGENTINA
 ECUADOR
 BAHAMAS
 VENEZUELA
 SURINAM



Fuente: UNWTO (2017). All Countries: Inbound Tourism: Arrivals 1995 - 2015 (01.2017). "Tourism Statistics, (1), file 1.

América: turismo receptivo, llegada de visitantes no residentes

Países



Fuente: UNWTO (2017). All Countries: Inbound Tourism: Arrivals 1995 - 2015 (01.2017). "Tourism Statistics, (1), file 1.

IV. Impacto del turismo en el Ecuador

En los últimos 18 años el Ecuador ha vivido varios eventos que han provocado inestabilidad, no solamente por factores internos, sino también por externos, como la absorción de crisis internacionales.

En este lapso de tiempo, el turismo receptivo ecuatoriano (personas ingresadas no residentes) puede perfilar una onda económica reflejada en sus cifras turísticas, desde un crecimiento negativo de 3% en 1998 respecto de 1997, o un período de recuperación entre el año 2000 y 2003, así como un lapso de inestabilidad interna hasta el año 2007, posteriormente una cifra negativa de 4% en el año 2009 y un incremento sostenido hasta 2014, concluyendo con un crecimiento negativo de 8% en el año 2016.

La gráfica anterior, exceptuando picos que se explican por coyunturas internas, tiene de manera directa implicaciones en el ingreso nacional percibido por concepto del gasto realizado por los visitantes no residentes.

El declive en las cifras de llegada de visitantes a Ecuador desde 1995 a 1999 tuvo incidencia directa en la tasa de crecimiento del ingreso percibido, hasta ubicarse en un crecimiento negativo de 25%.

En el período 1999 y 2000 de dolarización de la economía ecuatoriana, el turismo inusualmente crece a 21% pero con un decrecimiento del

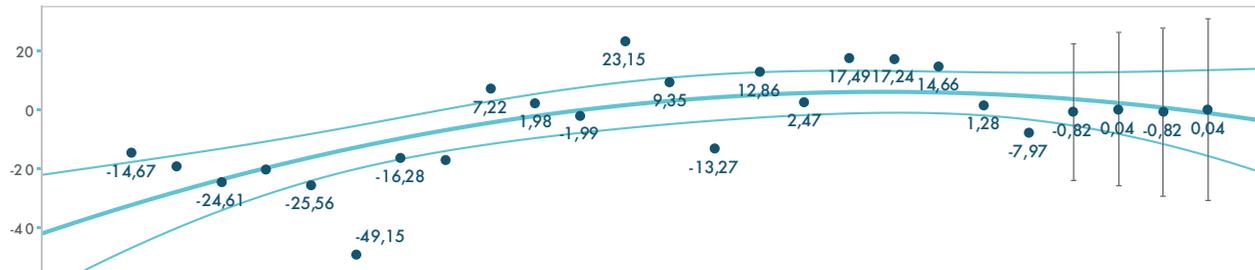
ingreso de menos 26%, expectativa que supone que los visitantes percibieron a Ecuador como un objetivo turístico barato, o una oleada de visitantes en calidad de inmigrantes.

Posterior a la dolarización del año 2000 y hasta el año 2006, y, pese al crecimiento del sector, el incremento en los ingresos no fue lo esperado, hasta alcanzar un nuevo declive en los ingresos reales de menos 2%.

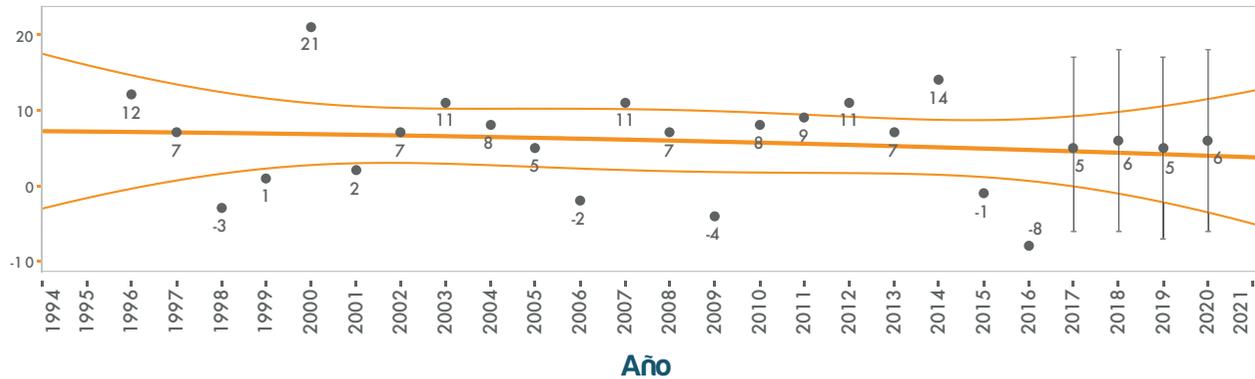
Entre el año 2006 y 2009 se percibe una caída del sector, extendiéndose hasta el año 2011, luego del cual se sostiene un crecimiento en el ingreso real turístico entre 15 y 17% hasta el año 2014, para luego obtener dos años de tasas negativas de crecimiento hasta el 8% en el año 2016.

Proyección de tasas de crecimiento del ingreso percibido y el número de visitantes.

Tasa de crecimiento del ingreso percibido



Tasa de crecimiento del visitante



Fuente: Ministerio del Interior (2017). Anuarios de Migración Internacional - INEC

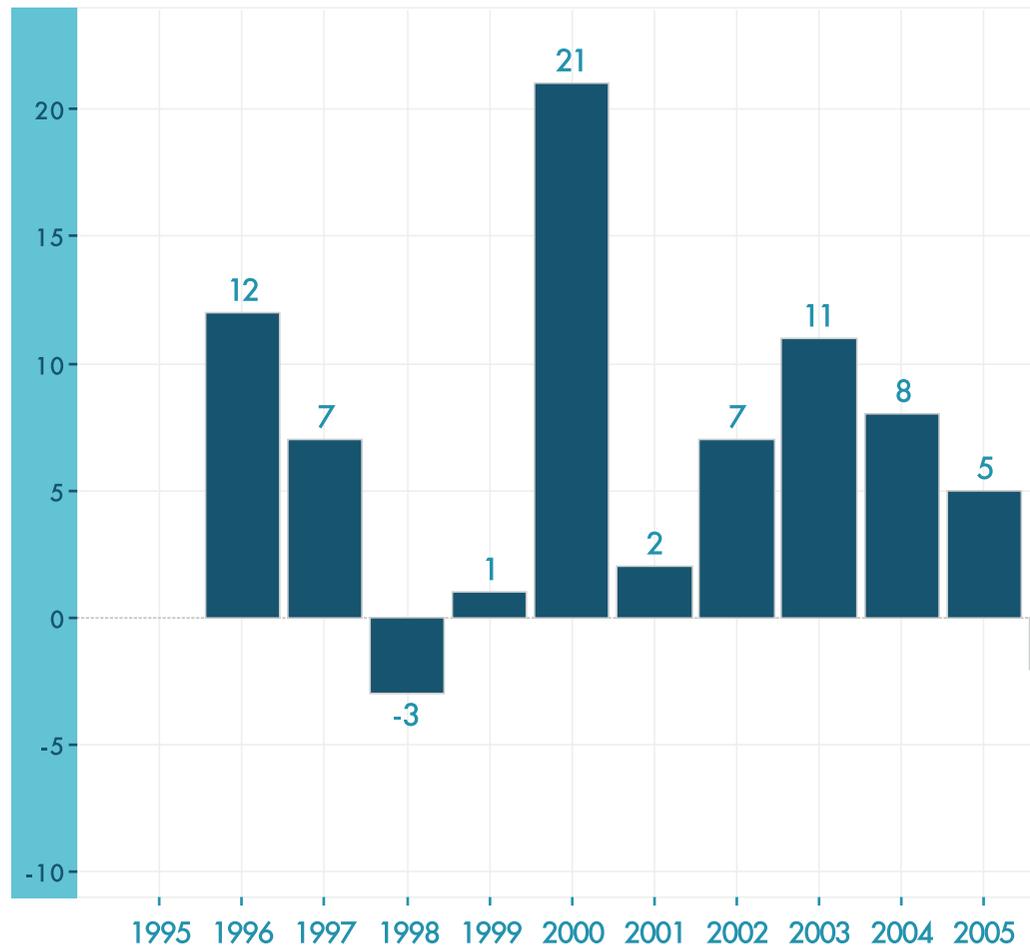
World Tourism Organization (2017). Compendium of Tourism Statistics dataset [Electronic], UNWTO, Madrid, data updated on 11/01/2017.

Banco Central del Ecuador, SENA, Subsecretaría de Transporte Marítimo y Puertos, DAC, y empresas privadas (2017). Boletín trimestral de la balanza de pagos del Ecuador No.58.

INEC (2017). Históricos IPC, marzo 2017

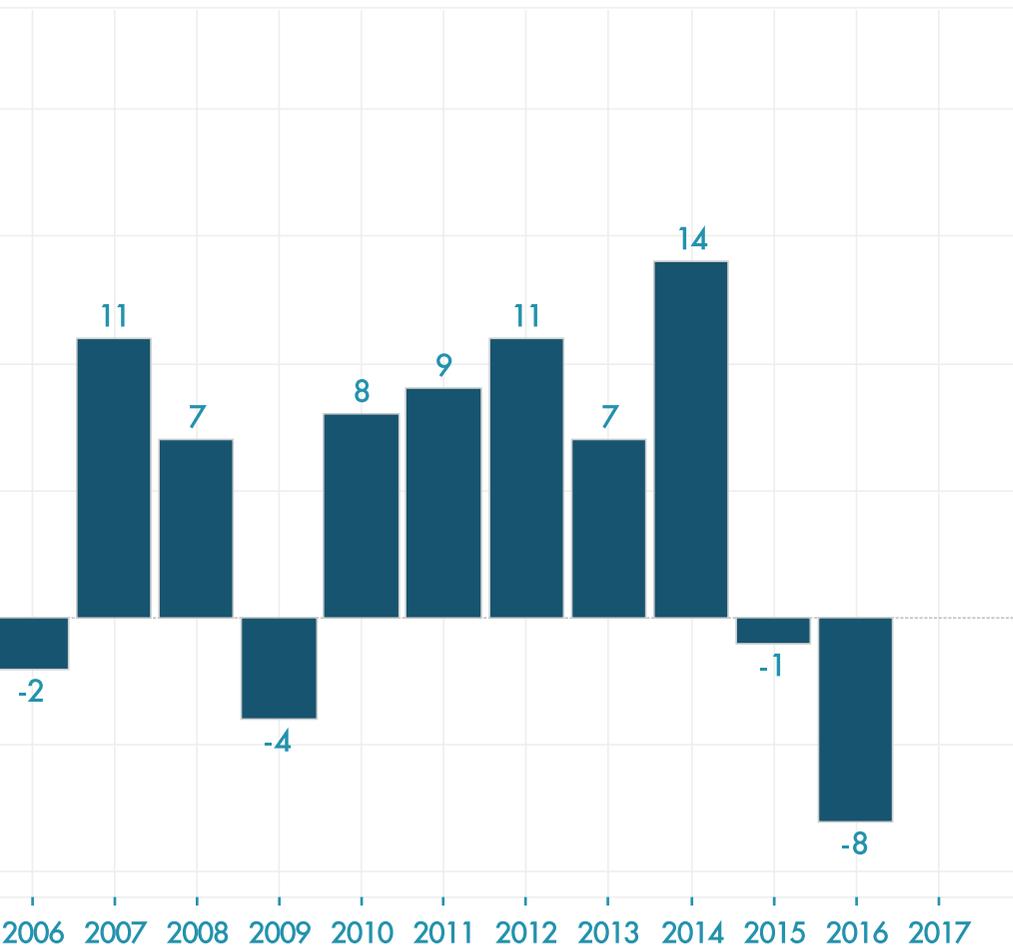
Turismo receptivo de Ecuador: 1996-2016

Tasa de crecimiento de visitantes no residentes



Nota 1: año 2016 corresponde a datos del Ministerio del Interior preliminar.

Fuente: Ministerio del Interior (2017). Anuarios de Migración Internacional - INEC. World Tourism Organization (2017). Compendium of Tourism Statistics.



ics dataset [Electronic], UNWTO, Madrid, data updated on 11/01/2017. Elaboración: Segundo Freire-Dirección de Investigaciones_FCH_U.Cuenca

V. Proyección de datos de importancia para el sector

En base a los datos históricos de llegadas de visitantes y al cálculo de ingresos en términos reales, a partir del año base 2004 construido con el índice de precios al consumidor, se construyó un modelo predictivo, el cual se compara con los resultados publicados por el Ministerio de Turismo para el año 2016, con los construidos por la Organización Mundial del Turismo para los demás períodos.

a. Modelo de estimación

Se realizó un cálculo para cuatro períodos posteriores, es decir, hasta el año 2020 y se tomó como referencia dos ciclos anteriores; el primero desde el año 2004 al 2009 y el otro desde el año 2009 hasta el resultado alcanzado en el año 2016. En el modelo de predicción se elimina la incidencia de la tendencia marcada por años y se prioriza el comportamiento marcado por ciclos.

Además, y, para contrastar con el modelo anterior, se utilizó el modelo polinomial de grado dos y un suavizado exponencial para determinar los rangos-distancias entre el valor obtenido como predicción y la línea de tendencia media.

Los resultados de la predicción se observan a continuación:

b. Resultados de la estimación hasta el año 2020

Para establecer la proyección de crecimiento hasta el año 2020, se utilizó el resultado del modelo cruzado con la línea media de tendencia del ciclo, cuyo resultado establece una franja predictiva, como se muestra a continuación:

Tasa de crecimiento anual del ingreso percibido por Ecuador (año base=2004)

Año Inicial	Cambio desde el inicio	Efecto de temporalidad				Contribución del modelo		Calidad obtenida
		Alto		Bajo		Tendencial	Temporalidad (ciclos)	
2017	2017 2020							
-0.82 ± 23.25	0.86	Año 2020	0.63%	Año 2019	-0.24%	0%	100%	BUENA

Tasa de crecimiento anual de visitantes no residentes

Año Inicial	Cambio desde el inicio	Efecto de temporalidad				Contribución del modelo		Calidad obtenida
		Alto		Bajo		Tendencial	Temporalidad (ciclos)	
2017	2017 2020							
5 ± 12	1	Año 2020	0%	Año 2019	0%	0%	100%	BUENA

La métrica de calidad de los modelos descritos se resume en los siguientes valores:

Variable de análisis: tasa de crecimiento anual del INGRESO PERCIBIDO POR ECUADOR										
Modelo			Métricas de calidad					Coeficientes de normalización		
Nivel	Tendencia (por años)	Temporal (ciclo)	RMSE	MAE	MASE	MAPE	AIC	Alfa	Beta	Gamma
SI	NO	SI	14.14	10.86	0.73	143.1%	121	0.5	0.0	0.012

Variable de análisis: tasa de crecimiento anual de VISITANTES NO RESIDENTES										
Modelo			Métricas de calidad					Coeficientes de normalización		
Nivel	Tendencia (por años)	Temporal (ciclo)	RMSE	MAE	MASE	MAPE	AIC	Alfa	Beta	Gamma
SI	NO	SI	7	6	0.63	176.9%	93	0.092	0.00	0.00

RMSE: raíz cuadrada del error estimado por el cuadrado de la media. MAE: error absoluto de la media. MASE: relación entre el error absoluto de la media y pronóstico futuro similar al período conocido. Debe tender hacia 0 como indicador que los errores de predicción se minimizan. MAPE: relación entre el error de la media y la magnitud total de datos observados y se mide en porcentaje. AIC: criterio de información para reducir el sobreajuste del modelo.

Pronóstico de tasas de crecimiento (%)				
Ingresos percibidos			Visitantes no residentes	
Año	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
2017	-0.82	0.04	5	6
2018	0.04	0.90	6	7
2019	0.90	1.76	7	8
2020	1.76	2.62	8	9

BIBLIOGRAFÍA:

Banco Central del Ecuador. (2017). Boletín trimestral de la balanza de pagos del Ecuador. Quito: Banco Central del Ecuador, No.58.

INEC. (2017). SERIE HISTORICA IPC marzo 2017. Quito-Ecuador: INEC.

Ministerio de Turismo. (2016). CATASTRO_hotelero2016. Cuenca: Dirección Provincial del Azuay.

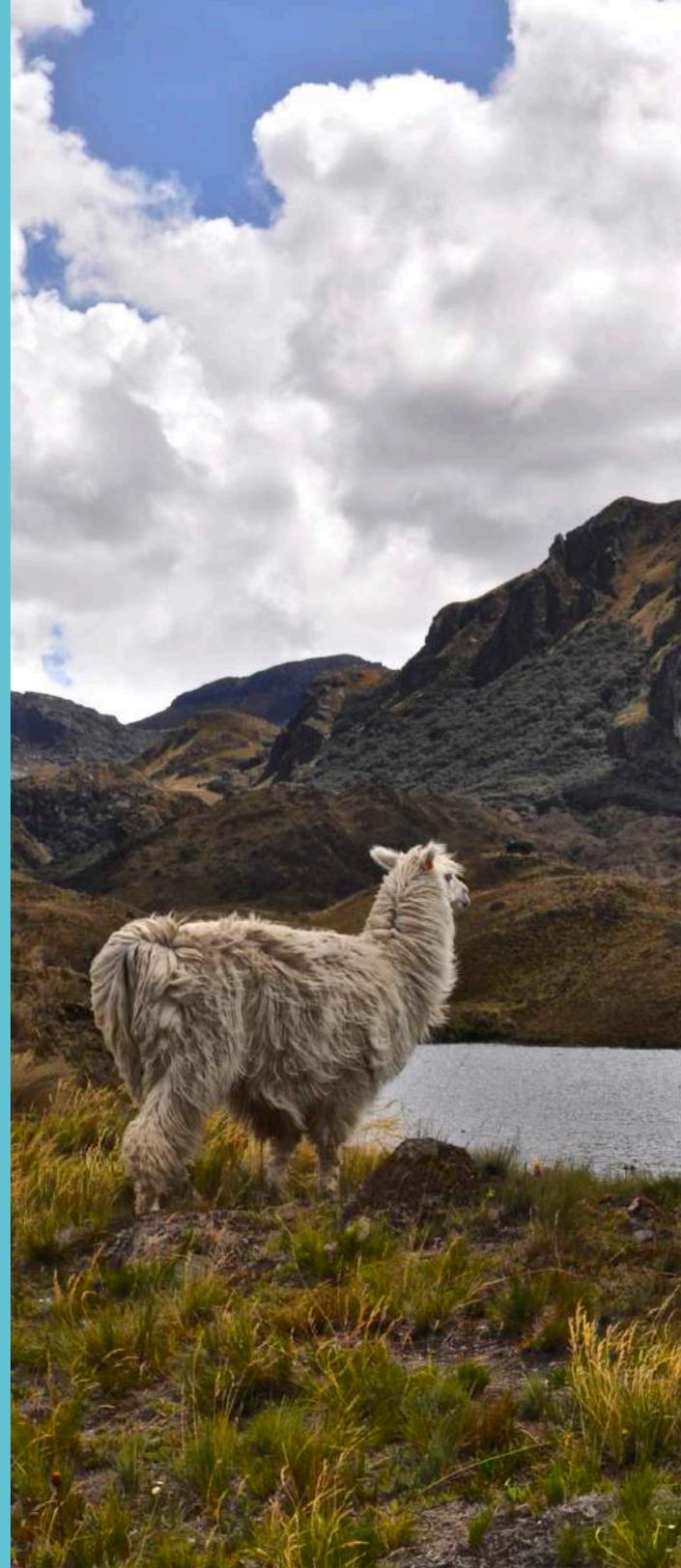
Ministerio del Interior. (2016). Anuarios de Migración Internacional - INEC. Quito: Ministerio del Interior

World Tourism Organization. (2017). Compendium of Tourism Statistics dataset [Electronic], data updated on 11/01/2017. UNWTO, Madrid, España: UNWTO.

Contenido

Demanda

- I. Viajeros nacionales y extranjeros
- II. Procedencia.
- III. Número de noches promedio de alojamiento.
- IV. Persona que decide sobre el lugar de vacaciones.
- V. Grupos de edad de los visitantes.
- VI. Medio por el que se enteró de la ciudad de Cuenca.
- VII. Personas con intenciones de radicarse en Cuenca.
- VIII. Medio de transporte usado para llegar a Cuenca.
- IX. Lugares visitados en Cuenca.





Oferta

X. Capacidad total de plazas ofertadas de alojamiento.

XI. Información geográfica por ocupación.

XII. Personal contratado para atender establecimientos.

XIII. Número de personas alojadas en establecimientos regulados.

XIV. Ocupación por categoría.

XV. Tarifa promedio.

XVI. Canal de comunicación para escoger el hospedaje.





Capítulo I

Viajeros nacionales y extranjeros



Estimación del total de huéspedes nacionales y extranjeros.

La estimación del total de personas hospedadas en establecimientos de todas las categorías, de acuerdo al catastro del año 2015, se calculó de acuerdo a la información obtenida de 126 establecimientos en el período octubre 2015 a diciembre 2016 y en dependencia de la disponibilidad de información y apertura a entregarla.

En el período en referencia, el promedio de extranjeros que llegaron a Cuenca por mes alcanzaron las 8429 personas, mientras que ecuatorianos que usaron servicios de hospedaje por mes sumó 18595 huéspedes.

Utilizando la mediana (estadígrafo central), mensualmente se estimó que se hospedaron 6756 extranjeros y 16617 ecuatorianos.

Además, se estimó que en el año 2016 se hospedaron 88788 extranjeros y 201372 ecuatorianos.



Viajeros Extranjeros

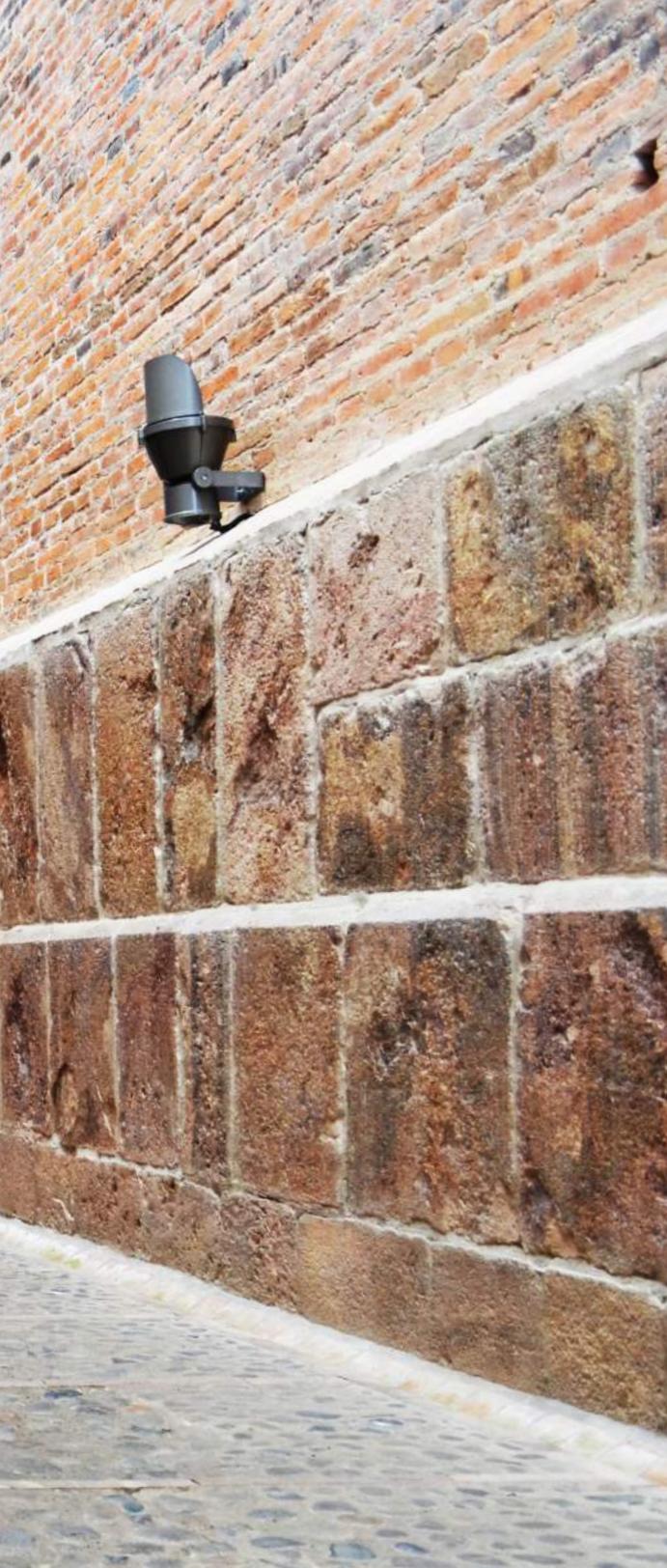
Octubre 2015	11,742	Marzo 2016	4,366	Agosto 2016	5,933
Noviembre 2015	14,679	Abril 2016	6,476	Septiembre	6,756
Diciembre 2015	11,236	Mayo 2016	4,574	Octubre 2016	10,003
Enero 2016	5,343	Junio 2016	4,188	Noviembre 2016	18,765
Febrero 2016	7,432	Julio 2016	2,937	Diciembre 2016	12,015



Viajeros Nacionales

Octubre 2015	25,397	Marzo 2016	12,070	Agosto 2016	15,421
Noviembre 2015	32,386	Abril 2016	12,973	Septiembre	12,843
Diciembre 2015	19,770	Mayo 2016	11,704	Octubre 2016	16,617
Enero 2016	16,625	Junio 2016	11,857	Noviembre 2016	41,031
Febrero 2016	22,755	Julio 2016	7,297	Diciembre 2016	20,179





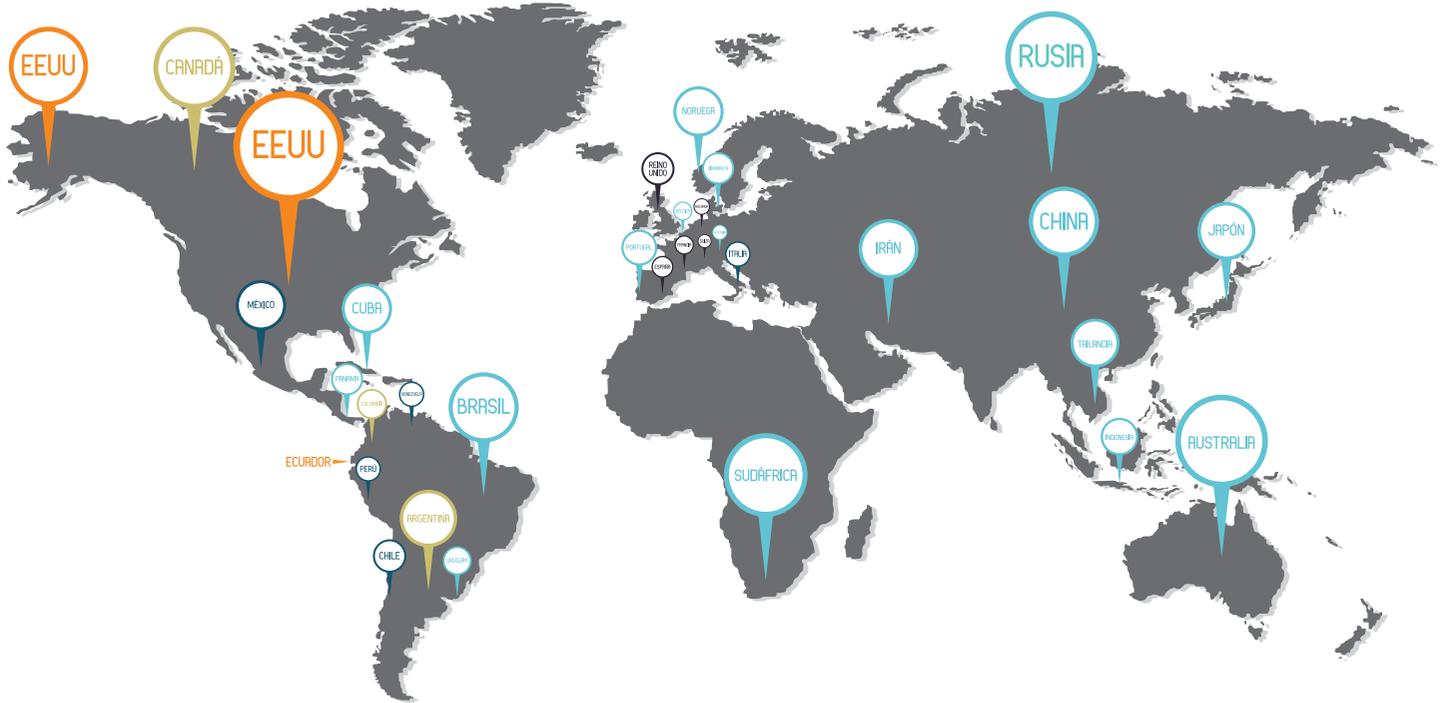
Capítulo II

Procedencia



Procedencia del turismo en la ciudad de Cuenca determinado durante los días festivos entre Julio 2015 y Mayo 2016.

-  **Turismo Mayor al 28% del total**
-  **Turismo del 4.75% al 26% del total**
-  **Turismo del 188% al 3.53% del total**
-  **Turismo del 0.71% al 142% del total**
-  **Turismo del 0.05% al 0.55% del total**





Procedencia de los visitantes de las principales ciudades del Ecuador.

Para establecer las principales ciudades de las cuales proceden los visitantes nacionales a la ciudad de Cuenca, de un total de 602 entrevistas, se seleccionan las ciudades con al menos 4 frecuencias; de ellos se seleccionan solamente a aquellos que pernoctan al menos una noche.

Resultado de esta selección de criterio, 491 personas proceden de 11 principales ciudades ecuatorianas.

Resultado de la selección descrita se establece que el 36.25% de los visitantes proceden de la ciudad de Guayaquil, 28.51% de Quito, 11.81% de Machala, 10.18% de Loja y porcentajes menores a 10% de las ciudades de Ambato, Portoviejo, Manta, Riobamba, Esmeraldas, Macas y Pasaje.

Los visitantes ecuatorianos eligen como lugar de hospedaje las casas de amigos y familiares en el 37.88%; casas de renta, departamentos y otras formas no regulares con el 1.63%.

Los establecimientos regulados de hospedaje son utilizados por el 76%, siendo los hoteles los sitios preferidos de hospedaje con el 27.9% y principalmente por los quiteños.

	Casa amigos / familiares	Casa huéspedes	Casa rentada departamento	Hostal	Hotel	Hotel boutique	Total
Ambato	1.22%	1.22%			1.63%		4.07%
Esmeraldas	1.22%						1.22%
Guayaquil	14.05%	5.09%	1.63%	6.92%	8.55%		36.25%
Loja	3.67%	2.04%		1.63%	2.85%		10.18%
Macas	0.81%						0.81%
Machala	6.31%	2.44%			3.05%		11.81%
Manta				0.81%	1.02%		1.83%
Pasaje	0.81%						0.81%
Portoviejo	1.02%			1.02%	0.81%		2.85%
Quito	7.94%	4.48%		5.70%	9.16%	1.22%	28.51%
Riobamba	0.81%				0.81%		1.63%



Países principales de procedencia | año 2015

Una vez elegidos los 12 países con un número mayor de visitantes, se concluye que a Cuenca llegan ciudadanos de procedencia estadounidense.

Con el total de entrevistados de los países elegidos, se establece una relación porcentual para determinar el tipo de hospedaje que utilizaron en su estadía.

Con el total de entrevistados de los países elegidos, se establece una comparación relativa para determinar el tipo de hospedaje que utilizaron en su estadía.

Se concluyó que en el año 2015 el 1.22% ya tiene casa propia, el 22.45% utilizan otras modalidades de hospedaje sin que se haya logrado determinarlo y 2.86% en modalidades no reguladas.

Todas estas formas de hospedaje no relacionados al sector de hospedaje alcanzó el 26.53% y solamente el 10.21% de los visitantes norteamericanos utilizaron establecimientos regulados.

Se concluyó que en el año 2015, 1 de cada dos extranjeros usa sitios de hospedaje regulados.



Total: 40%

Estados Unidos

AIRBNB DEPARTAMENTO: 2.86%
CASA AMIGOS: 3.27%
CASA HUÉSPEDES: 0.82%
CASA PROPIA: 1.22%
HOSTAL: 2.86%
HOTEL: 6.12%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 22.45%



Total: 1184%

Argentina

CASA AMIGOS: 1.22%
CASA HUÉSPEDES: 2.86%
CASA PROPIA: 0.82%
HOSTAL: 3.27%
HOTEL: 2.45%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.82%



Total: 1102%
Canadá

AIRBNB /DEPARTAMENTO: 0.82%
CASA HUÉSPEDES: 0.41%
CASA PROPIA: 0.41%
HOTEL: 2.04%
OTROS: 7.35%



Total: 9.39%
Colombia

CASA AMIGOS: 0.41%
CASA HUÉSPEDES: 0.82%
HOSTAL: 5.31%
HOTEL: 2.04%
OTROS: 0.82%



Total: 8.57%
Alemania

HOSTAL: 0.82%
HOTEL: 1.63%
OTROS: 6.12%



Total: 4.49%
España

CASA AMIGOS: 0.82%
CASA PROPIA: 0.41%
HOSTAL: 1.22%
HOTEL: 1.22%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.41%



Total: 4.49%
Perú

CASA AMIGOS: 0.41%
CASA HUÉSPEDES: 0.41%
HOSTAL: 1.22%
HOTEL: 2.04%
OTROS: 0.41%



Total: 3.27%
Chile

HOSTAL: 1.63%
HOTEL: 0.41%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.82%



Total: 2.45%
Francia

HOTEL: 1.22%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.82%



Total: 2.04%
Italia

CASA AMIGOS: 0.41%
HOSTAL: 1.22%
OTROS: 0.41%



Total: 1.63%
Inglaterra

HOSTAL: 0.41%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.82%



Total: 0.82%
Suiza

CASA AMIGOS: 0.41%
OTROS: 0.41%



Países principales de procedencia | año 2016

En el año 2016 casi 8 de cada 10 visitantes se hospeda en sitios regulados, cifra superior al alcanzado en el año 2016.

Siendo más de la mitad de visitantes extranjeros los que llegaron a Cuenca con procedencia estadounidense, sin embargo 12.23% son recibidos por familiares y amigos residentes en Ecuador, cifra tres veces mayor a aquella del año 2015 (3.27%)



Total: 5159%

Estados Unidos

AIRBNB DEPARTAMENTO: 3.82%
CASA AMIGOS: 12.23%
CASA HUÉSPEDES: 6.37%
HOSTAL: 10.32%
HOTEL: 17.96%
HOTEL BOUTIQUE: 0.51%
OTROS: 0.38%



Total: 955%

Argentina

AIRBNB DEPARTAMENTO: 0.25%
CASA AMIGOS: 0.51%
CASA HUÉSPEDES: 2.17%
HOSTAL: 5.61%
HOTEL: 1.02%
HOTEL BOUTIQUE: 0.41%
OTROS: 0.82%



Total: 7.90%
Colombia

CASA AMIGOS: 1.15%
CASA HUÉSPEDES: 2.04%
HOSTAL: 2.55%
HOTEL: 1.91%
HOTEL BOUTIQUE: 0.25%



Total: 7.39%
Canadá

CASA AMIGOS: 1.66%
CASA HUÉSPEDES: 0.76%
HOSTAL: 1.40%
HOTEL: 3.06%
OTROS: 0.51%



Total: 5.35%
Alemania

CASA AMIGOS: 1.02%
CASA HUÉSPEDES: 0.51%
HOSTAL: 2.42%
HOTEL: 1.15%
HOTEL BOUTIQUE: 0.25%



Total: 4.33%
Inglaterra

AIRBNB DEPARTAMENTO: 0.13%
CASA AMIGOS: 0.51%
CASA HUÉSPEDES: 0.38%
HOSTAL: 1.78%
HOTEL: 1.53%



Total: 3.82%
Francia

CASA AMIGOS: 0.51%
CASA HUÉSPEDES: 0.76%
HOSTAL: 1.40%
HOTEL: 1.15%



Total: 2.80%
España

CASA AMIGOS: 0.76%
CASA HUÉSPEDES: 0.25%
HOSTAL: 0.76%
HOTEL: 1.02%



Total: 1.91%
Chile

CASA AMIGOS: 0.64%
CASA HUÉSPEDES: 0.25%
HOSTAL: 0.64%
HOTEL: 0.38%



Total: 1.91%
Perú

CASA AMIGOS: 0.51%
HOSTAL: 0.89%
HOTEL: 0.51%



Total: 1.78%
Suiza

CASA AMIGOS: 0.25%
HOSTAL: 1.27%
HOTEL: 0.25%



Total: 1.66%
Italia

CASA AMIGOS: 0.13%
CASA HUÉSPEDES: 0.25%
HOSTAL: 1.02%
HOTEL: 0.25%



Países principales de procedencia por trimestre, año 2015 / 2016

En el período noviembre 2015 y mayo 2016 los visitantes a Cuenca provienen de 43 nacionalidades diferentes.

Se ha seleccionado a aquellas personas procedentes de países que superan el 1.5% en la participación total de la muestra elegida aleatoriamente.

Cuenca es visitada significativamente por ciudadanos procedentes de 12 países.

Los visitantes norteamericanos, con una media de 47% o una mediana de 49%, conforman la población más importante en los períodos festivos de la ciudad, seguido de los argentinos con 9.34% y de los alemanes con 7.46%.

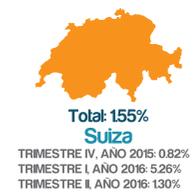
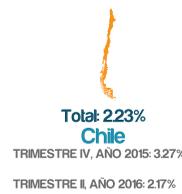
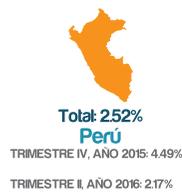
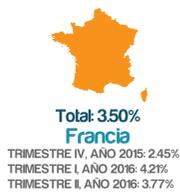
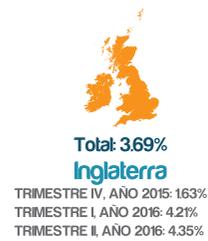
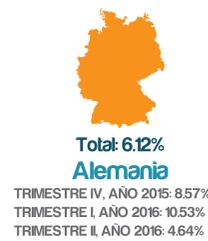


Total: 48.83%
Estados Unidos

TRIMESTRE IV, AÑO 2015: 40%

TRIMESTRE I, AÑO 2016: 49.47%

TRIMESTRE II, AÑO 2016: 51.88%







Capítulo III

Número de noches promedio de
alojamiento



Número de noches de estancia promedio: huéspedes nacionales

En consulta a establecimientos de hospedaje, en los períodos descritos, la información corresponde al promedio simple y a la mediana de noches de hospedaje que los huéspedes nacionales pernoctaron en los establecimientos consultados.

Entre el año 2015 y 2016 el promedio de noches de hospedaje pasó de 2.2 a 1.6; y una mediana de 1.8 a 1.6, respectivamente.

Análisis de tendencia

Comparando el tercer trimestre del año 2015 y el año 2016, el promedio de noches pasó de 2.6 a 1.3. En el cuarto trimestre comparando estos dos años, el promedio de noches se recupera levemente, pasando de 1.7 a 1.8 noches de estancia en todas las categorías de establecimientos investigados.

La mediana del tercer trimestre 2015 y 2016 pasó de 2.9 a 1.2 noches; y, de 1.7 a 1.9 noches en el cuarto trimestre, respectivamente.

		Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Mes de Período		Promedio Número de noches				
2015	Julio	18	27	24	32	36
	Agosto	21	29	23	29	16
	Septiembre	15	3	23	27	3.6
	Octubre	15	14	15	17	
	Noviembre	2	14	18	19	
	Diciembre	2	15	14	17	
2016	Enero	15	16	18	15	
	Febrero	17	19	19	14	
	Marzo	18	17	19	13	
	Abril	1	19	2.4	2	2
	Mayo	14	19	2	17	13
	Junio	17	15	11	12	2
	Julio	1	1	1	1	1
	Agosto	1	0.9	0.9	0.9	1
	Septiembre	15	17	17	17	16
	Octubre	15	17	17	2.1	14
	Noviembre	17	2.2	19	19	16
	Diciembre	15	19	2	16	12



Número de noches de estancia promedio: extranjeros

Estos datos fueron obtenidos en base al promedio simple del número de noches de extranjeros que se hospedaron, la información fue proporcionada por los establecimientos hoteleros.

En los meses investigados del año 2015 se obtiene una media de 2.5 noches y una mediana de 2.16. En el año 2016, el promedio se ubica en 1.8 noches y una mediana de 1.7.

Análisis de tendencia

Comparando el tercer trimestre del año 2015 y el año 2016, el promedio de noches pasa de 3 a 1.4.

En el cuarto trimestre comparando el año 2015 y 2016, el promedio pasa de 2 a 1.9 noches de estancia en establecimientos hoteleros en todas las categorías investigadas.

La mediana del tercer trimestre 2015 y 2016 pasa de 3.2 a 1.3 noches; y, de 1.9 a 1.7 noches en el cuarto trimestre, respectivamente.

		Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
	Mes de Período	Promedio Número de noches				
2015	Julio	3.4	3.7	2.2	19	5.6
	Agosto	3.7	4.1	2	2.5	2
	Septiembre	3.4	4.6	19	2.1	2
	Octubre	2.5	17	16	2	
	Noviembre	2.7	2	16	2.2	
	Diciembre	2.7	17	14	19	
2016	Enero	2	17	15	16	
	Febrero	2.4	2.1	19	15	
	Marzo	2.1	2	15	12	
	Abril	2	2	2.4	2.2	4
	Mayo	14	2.8	2.3	2.2	16
	Junio	17	13	0.8	1	2
	Julio	2	11	1	0.7	2
	Agosto	1	11	12	12	1
	Septiembre	15	15	18	14	15
	Octubre	17	16	17	15	15
	Noviembre	2.7	19	2.2	2	17
	Diciembre	2.5	17	2.3	16	16



1327



Capítulo IV

Persona que decide sobre el lugar
de vacaciones



Decisión del destino turístico por tipo de establecimiento

La decisión del destino turístico es tomada por diferentes instancias, se consulta con la familia, amigos, entre la pareja y otros familiares, lo cual supone que la elección del sitio de hospedaje también es una decisión asumida por varios grupos cercanos a los visitantes.

Respecto de la decisión del destino, además de ser una decisión colectiva, la elección de alojamiento es influenciada por la mujer y también por los amigos.

Este comportamiento, se repite en los establecimientos como hoteles, hosterías, casa de huéspedes.

De su parte, los visitantes que se hospedan en hoteles boutiques la elección es asumida mayoritariamente por los hombres y amigos.



Hotel

Tipo de hospedaje	Porcentaje
todos:	35.12%
mujer:	25.91%
amigos:	20.13%
hombre:	13.28%
hijos:	3.64%
otros:	0.86%
por sí mismo:	0.43%
familia:	0.21%
padres:	0.21%
pareja:	0.21%



Hostal

Tipo de hospedaje	Porcentaje
todos:	33.33%
amigos:	24.82%
mujer:	22.22%
hombre:	15.60%
hijos:	2.36%
otros:	0.47%
pareja:	0.47%
por sí mismo:	0.47%
agente de viajes:	0.24%



Casa de huéspedes

Tipo de hospedaje	Porcentaje
todos:	32.64%
mujer:	20.50%
amigos:	19.67%
hombre:	17.57%
hijos:	3.77%
familia:	1.67%
por sí mismo:	1.67%
otros:	1.67%
padres:	0.42%
pareja:	0.42%



Hotel boutique

Tipo de hospedaje	Porcentaje
todos:	42.86%
amigos:	22.86%
hombre:	14.29%
mujer:	11.43%
hijos:	5.71%
otros:	2.86%



Decisión del destino turístico por influencia

Uno de cada tres personas decidió viajar a Cuenca por incidencia de todas las personas del grupo. El 20% de la intención de viaje fue decidido por la mujer; en la misma proporción, una de cada cinco personas decide su viaje por incidencia de amigos o referencias personales anteriores.

Si la mayor proporción de visitantes extranjeros son norteamericanos, esa incidencia está dada por los familiares y amigos que residen en Ecuador como un factor de relevancia a la hora de decidir los medios y canales de promoción de Cuenca en el contexto turístico y de visita en fiestas conmemorativas locales.

Por otro lado, el 14.5% del viaje es decidido por el hombre.



mujer

Total General:
22.48%

Asia:	16.67%
Ca. y caribe:	21.74%
Canadá:	23.60%
Ecuador:	20.48%
Estados unidos:	25.97%
Europa:	27.08%
Oceania:	8.33%
América del sur:	17.11%



amigos

Total General:
21.86%

Asia:	23.33%
Ca. y caribe:	34.78%
Canadá:	16.85%
Ecuador:	19.68%
Estados unidos:	17.05%
Europa:	22.92%
Oceania:	8.33%
América del sur:	36.50%

Hombre

Total General: 14.50%

Asia:	10%
C.a. y Caribe:	8.70%
Canadá:	12.36%
Ecuador:	13.06%
Estados Unidos:	15.50%
Europa:	13.75%
Oceania:	33.33%
América del Sur:	17.49%

Otros

Total General: 0.84%

C.a. y Caribe:	4.35%
Canadá:	2.25%
Ecuador:	113%
Estados Unidos:	0.58%
Europa:	0.83%

Padres

Total General: 0.22%

Ecuador:	0.32%
Estados Unidos:	0.39%

Hijos

Total General: 3.23%

Asia:	6.67%
Ecuador:	5.97%
Estados Unidos:	136%
Europa:	167%
América del Sur:	3.04%

Familia

Total General: 0.50%

Ecuador:	129%
Estados Unidos:	0.19%

Internet

Total General: 0.06%

Canadá:	112%
---------	------

Por sí mismo

Total General: 0.89%

Canadá:	112%
Ecuador:	0.81%
Estados Unidos:	0.39%
Europa:	167%
América del Sur:	152%

Pareja

Total General: 0.33%

Asia:	3.33%
Canadá:	112%
Ecuador:	0.32%
Estados Unidos:	0.19%
Europa:	0.42%

Agente de viajes

Total General: 0.06%

América del Sur:	0.38%
------------------	-------



Promedio de gasto en alojamiento diario por tipo de visitante

Los establecimientos de hospedaje regulados o no, reciben huéspedes que han venido a la ciudad de Cuenca con diferentes motivaciones, estas son importantes para sostener los ingresos de este sub-sector turístico. No solamente vienen por turismo (ocio, vacaciones), sino con, sino con motivaciones como salud, personas que se encuentran de paso y que por emergencias tuvieron que pernoctar en la ciudad (en tránsito), de compras, por educación y de negocios.

Estos grupos de huéspedes, o segmentos de negocios para los establecimientos, declararon tener un gasto promedio diario en el año 2016, tanto en las fiestas de carnaval, fundación de Cuenca y festivo nacional de mayo.

Los huéspedes cuyo objetivo es comprar, gastaron en promedio 26.69 dólares estadounidenses diarios en hospedaje, o una mediana de 23.38 dólares estadounidenses; los huéspedes cuya motivación fue su educación y formación gastaron diariamente un promedio de 21.61 dólares estadounidenses o una mediana de 15 dólares estadounidenses; las personas en tránsito un promedio de 11.67 dólares estadounidenses o una mediana de 5 dólares estadounidenses; las personas de negocios o profesionales 18.60 dólares estadounidenses promedio o una mediana de 13.82 dólares estadounidenses; por peregrinación o de tipo religioso 9.38 dólares estadounidenses promedio o una mediana de 8.75 dólares estadounidenses; los visitantes que llegaron por salud gastaron un promedio de 16.67 dólares estadounidenses o una mediana de 17.50 dólares estadounidenses; las personas que llegaron por visita a sus familiares y amigos, pero, que usaron establecimientos de hospedaje gastaron diariamente 24.73 dólares estadounidenses o una mediana de 16.95 dólares estadounidenses.

En turismo propiamente dicho, se gastó diariamente en hospedaje un promedio de 21.71 dólares estadounidenses o una mediana de 16.14 dólares estadounidenses.



De compras

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Casa de huéspedes:	21%
Hostal:	15%
Hotel:	25.77%
Hotel boutique:	45%



Educación

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Airbnb, apartamento:	9.29%
Casa de huéspedes:	15%
Hostal:	12.50%
Hotel:	16.25%
Hotel boutique:	55%



En tránsito

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Airbnb, apartamento:	5%
Casa de huéspedes:	5%
Hostal:	5%
Hotel:	31.67%



Negocios y profesión

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Airbnb, apartamento:	5%
Casa de huéspedes:	13.82%
Hostal:	5%
Hotel:	14.17%
Hotel boutique:	55%



Religión, peregrinación

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Airbnb, apartamento:	5%
Casa de huéspedes:	10%
Hostal:	7.50%
Hotel:	15%



Salud

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Casa de huéspedes:	15%
Hostal:	17.50%
Hotel:	17.50%



Vacaciones, recreación

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Airbnb, apartamento:	10.26%
Casa de huéspedes:	13.14%
Hostal:	8.81%
Hostería:	25%
Hotel:	19.14%
Hotel boutique:	53.89%



Visita familiares y amigos

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Casa de huéspedes:	10%
Hostal:	15.91%
Hotel:	15.91%
Hotel boutique:	55%



Gasto medio diario en hospedaje

Las formas alternativas de hospedaje recuperan el valor diario de gasto realizado por sus huéspedes, comparando el año 2016 del 2015, en tanto los establecimientos regulares como hostales, hosterías, hoteles y hoteles boutique han recibido menos ingresos.

El gasto medio del huésped en el año 2015 fue 18.97 dólares estadounidenses diarios, su mediana se ubica en 11.15 dólares estadounidenses.

En el año 2016, el gasto medio fue de 23.08 dólares estadounidenses y su mediana de USD 15.50 dólares estadounidenses.

Nota: Se ha eliminado información de otras formas de hospedaje no significativas para el reporte estadístico.

Además, las formas de hospedaje que usan plataformas de comercialización e intermediación como Airbnb, apartamentos, departamentos y casas rentadas se agruparon.

Estos sitios en general no son regulados y el gasto diario en hospedaje se cuantifica en función de lo que gasta una persona.



Acampar, Airbnb,
Apartamento y tres más

2015: 6.67\$
2016: 9.25\$



Casa de amigos,
casa de familiares

2015: 7.27\$
2016: 9.07\$



Casa de
huéspedes

2015: 7.50\$
2016: 13.97\$



Hostal

2015: 11.15 \$
2016: 9.60\$



Hotel

2015: 2140\$
2016: 19.03\$



Hotel
Boutique

2015: 60\$
2016: 53.70\$



Hostería

2016: 25\$



Otros
no definidos

2015: 18\$
2016: 45\$



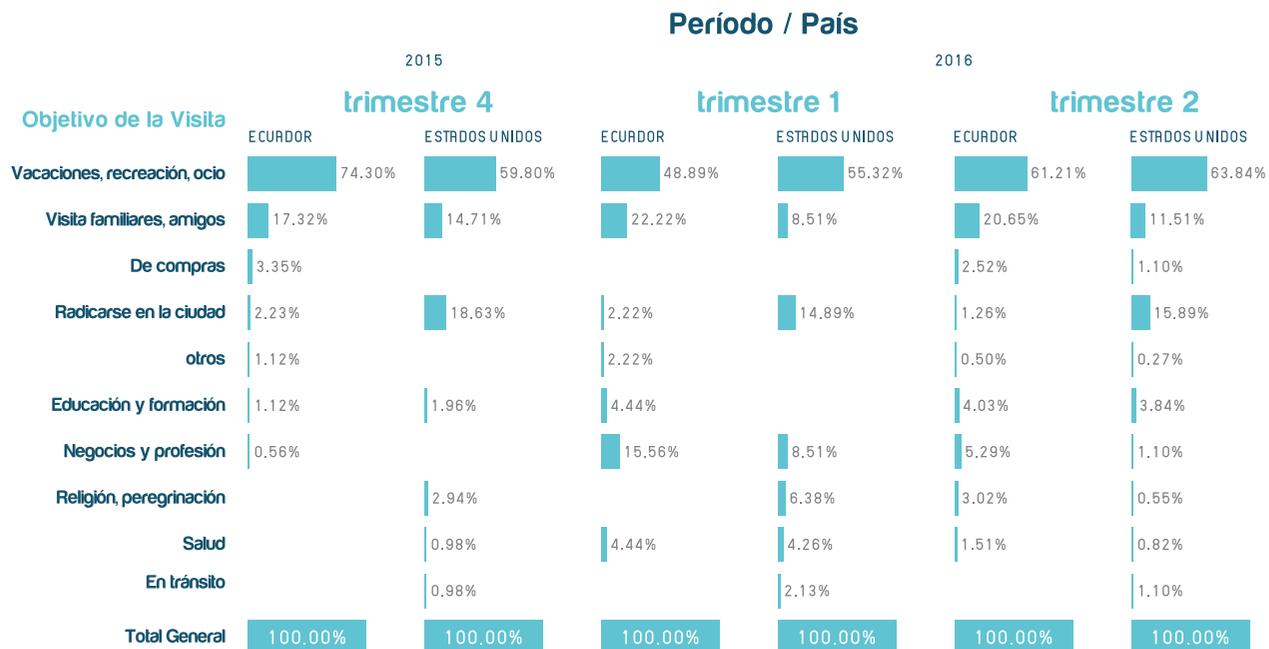
Objetivo de la visita a Cuenca

Los visitantes proceden mayoritariamente de Estados Unidos y de diferentes ciudades del Ecuador.

El estudio muestral de demanda al estar enfocado en los días festivos, la motivación de los visitantes mayoritariamente es de vacaciones u ocio. Por lo tanto, el turismo propiamente dicho tiene una incidencia del 60.5% en todo el período estudiado, respecto de otras intenciones de visita a la ciudad.

Además, se ha observado que las personas que tienen intenciones de radicarse definitivamente en la ciudad va en aumento, pasando de 2.23% a 15.89% desde el cuarto trimestre del año 2015 al segundo del año 2016.

Son los ciudadanos estadounidenses con la mayor intensidad de radicarse en la ciudad con porcentajes variados en los distintos trimestres del estudio. Además, son estos mismos ciudadanos que mayoritariamente visitan a sus amigos y familiares.







Capítulo V

Grupo de edad de los visitantes



Grupos de edad de los visitantes

El grupo de edad de 15 a 25 años prefiere hospedarse principalmente en casas de amigos y familiares (33%), lo cual supondría la disponibilidad de un reducido presupuesto mientras menor es su edad. También prefieren los hostales (29%).

El grupo de edad de 26 a 35 años prefieren algo más de comodidad, donde los hostales (36%) son sus lugares preferidos para alojamiento junto con los hoteles (19%).

El grupo de edad entre 36 y 45 años diversifica la elección de hospedaje, desde casa de amigos y familiares (26%), hoteles (37%) u hostales (19%), entre los principales.

El grupo de edad de 46 a 55 años prefieren los hoteles (40%) y en segundo lugar las casas de amigos y familiares.

El grupo de edad entre 56 y 65 años decide su estancia entre los hoteles (32%) y las casas de amigos y familiares (24%), en tanto que las personas con más de 66 años de edad eligen su estancia preferida en casas de amigos y familiares (29%), hoteles (19%) y apartamentos no regulados (17%).

15 a 25 años de edad

Apartamento:	1%
Casa de amigos/familiares:	33%
Casa de huéspedes:	16%
Casa rentada:	0.2%
Departamento en renta:	0.2%
Hostal:	29%
Hotel:	19%
Hotel boutique:	1%

26 a 35 años de edad

Apartamento:	1%
Casa de amigos/familiares:	20%
Casa de huéspedes:	13%
Casa rentada:	0.4%
Departamento en renta:	0.2%
Hostal:	36%
Hotel:	28%
Hotel boutique:	2%

36 a 45 años de edad

Airbnb	0.3%
Apartamento	0.3%
Casa de amigos/familiares:	26%
Casa de huéspedes:	13%
Casa rentada:	1%
Hostal	19%
Hotel:	37%
Hotel boutique:	4%

46 a 55 años de edad

Apartamento:	1%
Casa de amigos/familiares:	23%
Casa de huéspedes:	14%
Casa rentada:	2%
Departamento en renta:	2%
Hostal:	16%
Hostería:	1%
Hotel:	40%
Hotel boutique:	2%

56 a 65 años de edad

Apartamento:	5%
Casa de amigos/familiares:	24%
Casa de huéspedes:	17%
Casa rentada:	1%
Departamento en renta:	2%
Hostal:	17%
Hotel:	32%
Hotel boutique:	2%

Más de 66 años de edad

Airbnb:	2%
Apartamento:	17%
Casa de amigos/familiares	29%
Casa de huéspedes:	15%
Hostal	15%
Hotel:	19%
Hotel boutique:	3%



Análisis de tendencia

Es una constante la estancia en sitios relacionados a sus familiares y amigos, tal vez porque se refieren a que la mayor parte de visitantes provienen de Estados Unidos por su decisión anterior a residir permanentemente en la ciudad, además de los ecuatorianos en calidad de turistas.

El uso de hoteles perfila una onda descrita por su edad: a menor edad menor elección de hospedaje, llegando a un punto preferido de este tipo de establecimientos a la edad entre 46 y 55 años. Entre las edades de 15 y 35 años la elección de hospedaje viene acompañada de ahorro, donde los apartamentos se vuelven una gran alternativa para ese efecto.

A partir de los 36 años de edad, todos los lugares alternativos a los establecimientos regulados adquieren preferencia para ser utilizados, siendo los sitios que trabajan mediante plataformas de comercialización e intermediación turística como Airbnb preferidos por las personas de la tercera edad, así como los apartamentos, aquella información sugiere que las estadías son prolongadas a su edad.

15 a 25
años de edad
25.17%

26 a 35
años de edad
29,35%

36 a 45
años de edad
20.37%

46 a 55
años de edad
11.29%

56 a 65
años de edad
8.65%

Más de 66
años de edad
5.18%





Capítulo VI

Medio por el que se enteró de la
ciudad de Cuenca



Medios de información frecuentemente usados para decidir el destino

Del total de observaciones, el medio más difundido es el internet, uno de cada dos visitantes a Cuenca lo utiliza, seguido de la información que proporcionan como referencias los amigos y familiares.

Los ciudadanos estadounidenses usan como referencia el internet con el 36.89% y, a sus amigos y familiares con el 19.67% principalmente, como fuente para su decisión de sitio de destino turístico a la ciudad de Cuenca.

Otro medio popular entre los encuestados corresponde a las revistas especializadas de turismo o relativas a los destinos turísticos, con 5.74%.

El 63.11% de las respuestas obtenidas fueron de ciudadanos estadounidenses. En general, el internet es el medio frecuentemente utilizado para apoyar la decisión de viajar a Cuenca; además, los familiares y amigos son una fuente importante que incide, de allí que las impresiones y satisfacción anterior es un referente para que más visitantes cumplan sus expectativas al llegar a la ciudad.

De la información sistematizada, las revistas y los medios audiovisuales como radio y televisión no son utilizados con frecuencia para seleccionar el destino Cuenca.



Internet

Total: 59.02%



Amigos

Total: 29.51%



Revistas

Total: 5.74%



Radio y Tv

Total: 3.28%



Conocía antes

Total: 1.64%



Estudios

Total: 0.82%





Capítulo VII

Personas con intención de
radicarse en Cuenca



Decisión de radicarse definitivamente en Cuenca

Del total de encuestas realizadas, el 63.96% de visitantes expresan su intención de radicarse en la ciudad por su situación de jubilados; en tanto que el 21.62% se debe a los servicios de salud que encuentra.

Los ciudadanos estadounidenses en su condición de jubilados han expresado su intención de mudarse y residir de manera definitiva; además de los ciudadanos de procedencia canadiense (91%), los ecuatorianos de distintas ciudades (9.01%) los ingleses (3.60%) y españoles (2.70%) principalmente.

La procedencia de los ciudadanos estadounidenses corresponde a los estados de Massachusetts, California, Chicago, Colorado y Florida.

Causa para Radicarse	País de Procedencia								Total General
	Argentina	Canadá	Colombia	Ecuador	España	Estados Unidos	Francia	Inglaterra	
Buen Lugar						0.90%			0.90%
Cultura			0.90%						0.90%
Estudios		0.90%		1.80%		0.90%			2.70%
Jubilación	0.90%	7.21%		3.60%	2.70%	46.85%	0.90%	1.80%	63.96%
Negocios			0.90%	1.80%		1.80%		1.80%	6.31%
Otras Razones						0.90%			0.90%
Personas Amables						0.90%			0.90%
Salud	0.90%	1.80%		0.90%		18.02%			21.62%
Trabajo				0.90%		0.90%			1.80%
Total General	1.80%	9.91%	1.80%	9.01%	2.70%	70.27%	0.90%	3.60%	100%





Capítulo VIII

Medio de transporte usado para
llegar a Cuenca



Medios de transporte usados para llegar a Cuenca por nacionalidades del visitante

Durante el cuarto trimestre del año 2015 el medio más usado por los estadounidenses fue el avión con 13.44%, en cambio los ecuatorianos prefirieron al auto particular para su arribo a la ciudad o el transporte público, con 18.06% y 15.64% respectivamente.

Durante el primer trimestre del año 2016, el uso del avión para los ecuatorianos se redujo del 18% al 6.8%, con lo cual se incrementa el uso del transporte público pasando del 15.64% al 21.77%. Para los estadounidenses el uso del avión fue su medio más importante de llegada a la ciudad de Cuenca.

Para el segundo trimestre del año 2016, los ecuatorianos incrementan el uso de transporte particular (10.81%), sucede lo mismo con el uso del avión (a 4.22%) en desmedro del uso del transporte público (pasando del 21.77% al 18.67%).

Este constante cambio en el uso de medios de transporte pudiera deberse al cierre del aeropuerto en abril de 2016, con lo cual las formas de movilidad se van adaptando a las necesidades y a las nuevas ofertas de medios de transporte generados para solventar la demanda.

Pese a ello, los vuelos reabiertos fueron preferentemente usados por los estadounidenses pasando de un 13.44% a un 22% entre el último trimestre del 2015 al segundo del 2016. Pese a ello, los vuelos reabiertos fueron preferentemente usados por los ecuatorianos pasando de un 18.06% a un 18.67% entre el último trimestre del 2015 al segundo del 2016.



Ecuador

Trimestre 4, año 2015: 18.06%
Trimestre 1, año 2016: 6.80%
Trimestre 2, año 2016: 10.81%

Canadá

Trimestre 4, año 2015: 0.88%
Trimestre 1, año 2016: 1.36%
Trimestre 2, año 2016: 0.42%

Estados Unidos

Trimestre 4, año 2015: 4.63%
Trimestre 1, año 2016: 3.40%
Trimestre 2, año 2016: 2.62%

Centro América y Caribe

Trimestre 4, año 2015: 0.22%
Trimestre 2, año 2016: 0.17 %

Resto América del Sur

Trimestre 4, año 2015: 4.19 %
Trimestre 1, año 2016: 1.36%
Trimestre 2, año 2016: 1.52%

Oceanía

Trimestre 4, año 2015: 0.22%

Europa

Trimestre 4, año 2015: 3.96%
Trimestre 1, año 2016: 1.36%
Trimestre 2, año 2016: 0.84%

Asia

Trimestre 2, año 2016: 0.17 %



Ecuador

Trimestre 4, año 2015: 15.64%
Trimestre 1, año 2016: 21.77%
Trimestre 2, año 2016: 18.67%

Canadá

Trimestre 4, año 2015: 1.10 %
Trimestre 1, año 2016: 0.68%
Trimestre 2, año 2016: 0.84%

Resto América del Sur

Trimestre 4, año 2015: 7.27%
Trimestre 1, año 2016: 6.12%
Trimestre 2, año 2016: 8.95%

Oceanía

Trimestre 4, año 2015: 0.44%
Trimestre 1, año 2016: 0.68%
Trimestre 2, año 2016: 0.42%

Europa

Trimestre 4, año 2015: 2.86%
Trimestre 1, año 2016: 1.36%
Trimestre 2, año 2016: 6.42%

Asia

Trimestre 4, año 2015: 0.22%
Trimestre 2, año 2016: 0.42%

Estados Unidos

Trimestre 4, año 2015: 4.19 %
Trimestre 1, año 2016: 8.16 %
Trimestre 2, año 2016: 6.08%

Centro América y Caribe

Trimestre 4, año 2015: 0.22%
Trimestre 2, año 2016: 0.42%



Estados Unidos

Trimestre 4, año 2015: 13.44%
Trimestre 1, año 2016: 21.09%
Trimestre 2, año 2016: 22.04%

Canadá

Trimestre 4, año 2015: 3.74%
Trimestre 1, año 2016: 2.72%
Trimestre 2, año 2016: 3.38%

Europa

Trimestre 4, año 2015: 6.39%
Trimestre 1, año 2016: 5.44%
Trimestre 2, año 2016: 5.66%

Centro América y Caribe

Trimestre 4, año 2015: 1.54%
Trimestre 1, año 2016: 1.54%
Trimestre 2, año 2016: 0.51 %

Ecuador

Trimestre 4, año 2015: 5.07%
Trimestre 1, año 2016: 2.04%
Trimestre 2, año 2016: 4.22%

Asia

Trimestre 4, año 2015: 1.10 %
Trimestre 2, año 2016: 1.44

Resto América del Sur

Trimestre 4, año 2015: 4.63%
Trimestre 1, año 2016: 2.04%
Trimestre 2, año 2016: 3.72%

Oceanía

Trimestre 2, año 2016: 0.25%



Medios de transporte usados para llegar a Cuenca por trimestre: Año 2015 - 2016

Durante los períodos analizados, el transporte público es el medio más usado, con el 40.13%, seguido del avión con el 39.13%.

Comparando el uso del medio de transporte entre los diferentes períodos (histórico), desciende el uso del auto particular en favor del uso de medios públicos terrestres.

Por su lado el uso del avión declina levemente en el primer trimestre del año 2016 al 34.46%, hasta que en el cuarto trimestre del año 2016 sube al 41%.

Este leve descenso ha sido sostenido por la preferencia a volar y por las reservas alcanzadas por los estadounidenses, siendo aquella población la que mayoritariamente ingresó a Cuenca en los períodos de apertura del aeropuerto Mariscal Lamar, tal como se puede observar en el siguiente gráfico detallado por nacionalidades.



Transporte Público

Trimestre 4, año 2015: **31.80%**
Trimestre 1, año 2016: **50.68%**
Trimestre 2, año 2016: **42.02%**



Avión

Trimestre 4, año 2015: **35.75%**
Trimestre 1, año 2016: **34.46%**
Trimestre 2, año 2016: **41.01%**



Auto Particular

Trimestre 4, año 2015: **32.02%**
Trimestre 1, año 2016: **14.19 %**
Trimestre 2, año 2016: **16.55%**



Otros Medios

Trimestre 4, año 2015: **0.44%**
Trimestre 1, año 2016: **0.68%**
Trimestre 2, año 2016: **0.42%**





Capítulo IX

Lugares visitados en Cuenca

Lugares Visitados | Cuenca, 2015



MUSEOS
62.37%

EVENTOS CULTIRALES
14.55%

10.19%
PLAZA DE LAS FLORES

EL CAJAS
9.15%

2.49%
IGLESIAS

CENTRO HISTÓRICO
0.62%

0.42%
FIESTAS TRADICIONALES

BAÑOS
0.21%

Lugares Visitados | Cuenca, 2016



MUSEOS
69.35%

10.54%
PLAZA DE LAS FLORES

EVENTOS CULTIRALES
7.45%

7.30%
EL CAJAS

IGLESIAS
3.61%

0.68%
FIESTAS TRADICIONALES

CENTRO HISTÓRICO
0.53%

0.53%
BAÑOS





Capítulo X

Capacidad total de plazas ofertadas
de alojamiento

Establecimientos de alojamiento de cuenca por categoría

Categoría	Número de registros	Número de plazas de hospedaje
Lujo	2	218
Primera	67	3,137
Segunda	81	2,950
Tercera	69	2,195
Cuarta	1	34
Total General	220	8,534

Base de datos, Ministerio de Turismo. Catastro Hotelero, 2015

Establecimientos de alojamiento, por tipo

Tipo	Categoría				
	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Apartamentos		1	3	1	
Hostales		27	31	28	
Hostales residencia		2	9	18	
Hosterías		6	3		
Hotel boutique		6			
Hoteles	2	17	20	6	1
Pensiones		8	14	16	
Refugios			1		
Total General	2	67	81	69	1

Establecimientos de alojamiento, por tipo y plazas ofertadas

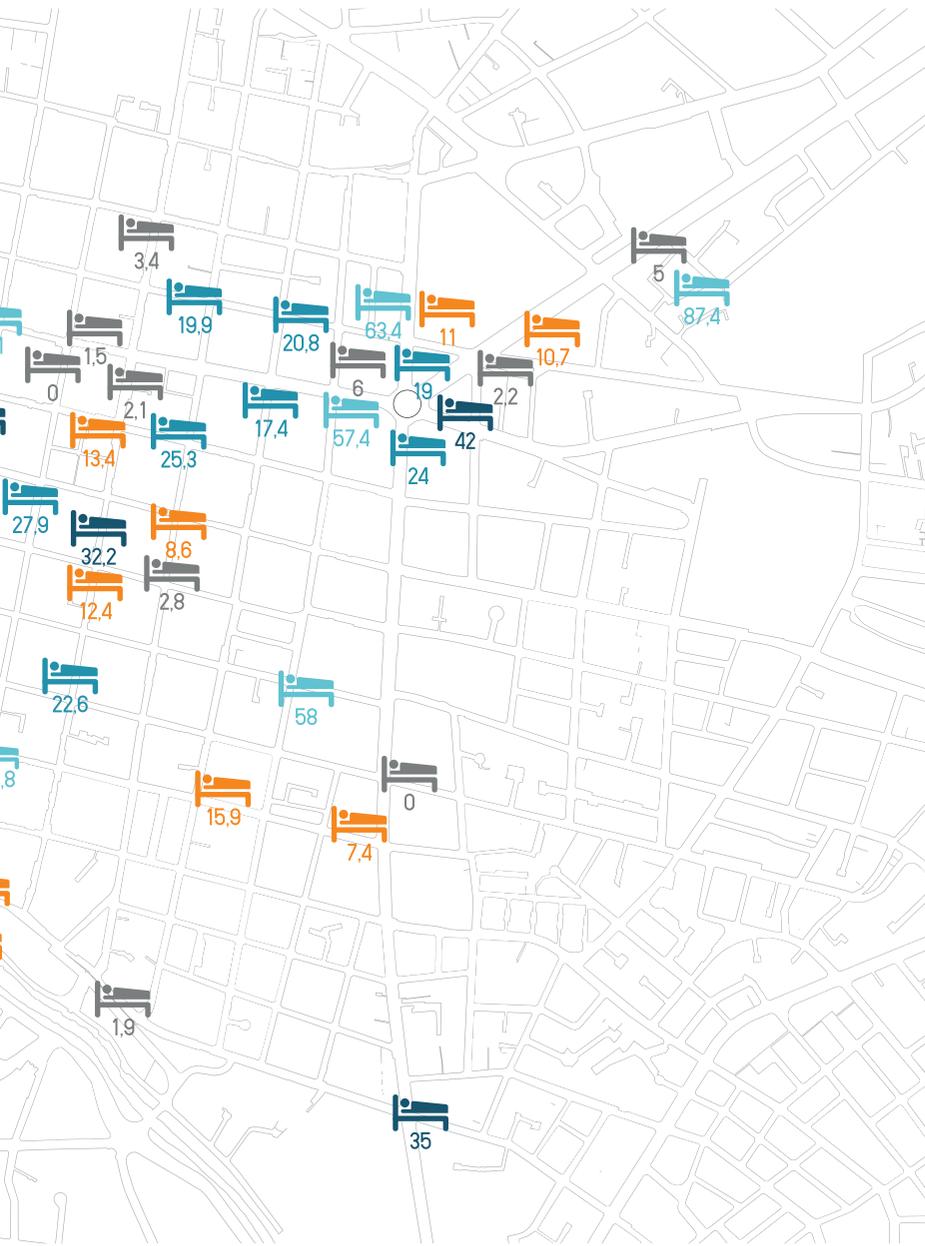
Tipo	Categoría				
	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Apartamentos		60	70	28	
Hostales		1,049	1,006	798	
Hostales residencia		54	310	621	
Hosterías		337	78		
Hotel boutique		252			
Hoteles	218	1,220	1,170	457	34
Pensiones		159	304	291	
Refugios			12		
Total General	218	3,137	2,950	2,195	34





Capítulo XI

Información geográfica por
ocupación



Hasta 6%



Hasta 16%



Hasta 30%



Hasta 49%



Mayor a 49%





Capítulo XII

Personal contratado para atender
establecimientos



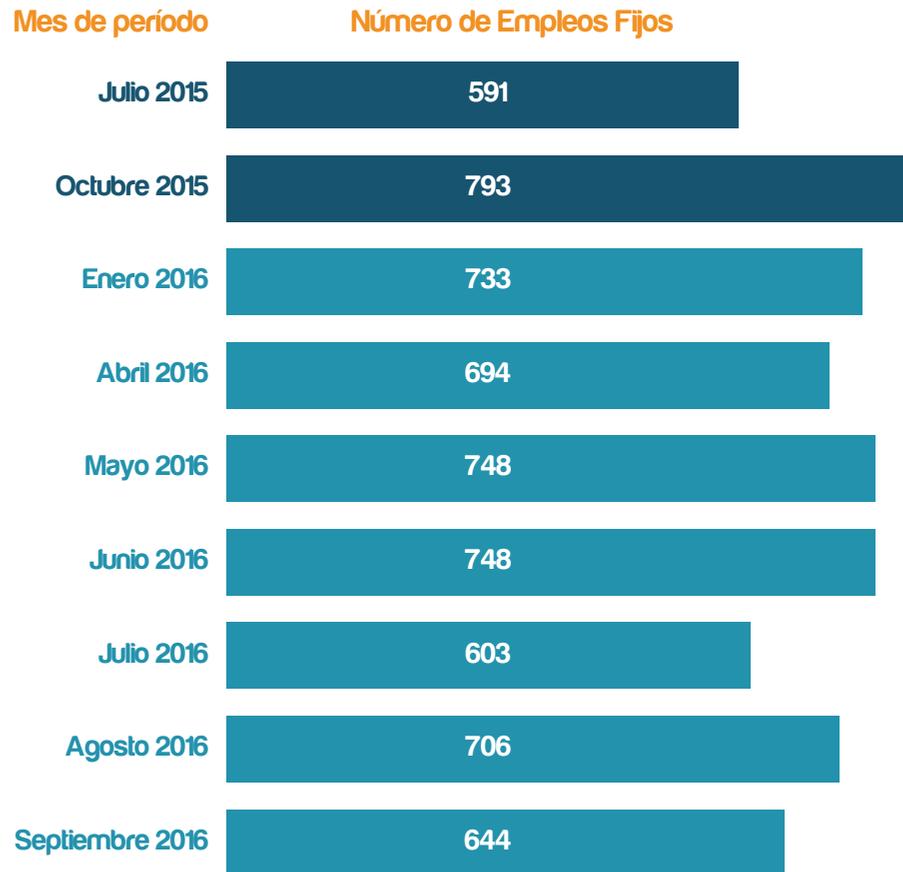
Empleos fijos en establecimientos consultados

El empleo generado del período de estudio corresponde a la suma de las observaciones en los establecimientos consultados, por tanto, no es la cifra global del sub-sector alojamiento.

Este indicador solamente fue consultado en meses específicos.

La cifra media de empleos fijos fue de 699, siendo octubre de 2015 con la mayor contratación con 793 empleos.

En el mes de septiembre de 2016, el último consultado, se cerró con 644 empleos, algo más bajo que el mes de octubre del año 2015.





Personal temporal contratado en los establecimientos estudiados

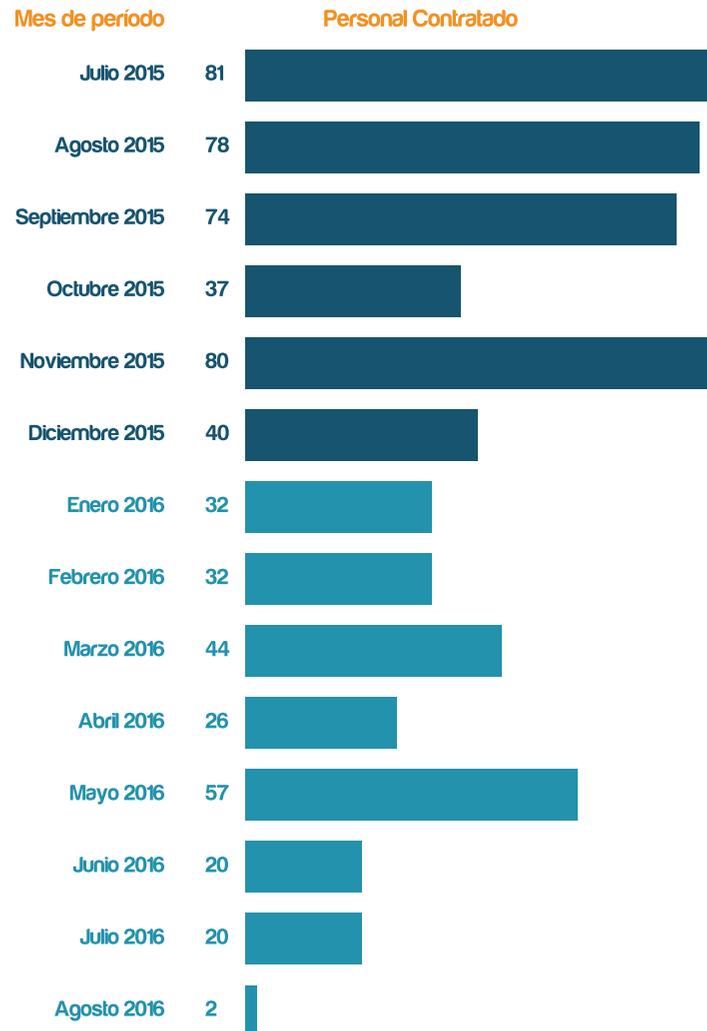
El estudio estadístico logro capturar información de establecimientos de alojamiento sobre el personal que temporalmente trabajó entre el período julio 2015 y agosto 2016, esta última, fue el mes en que se cerró esta consulta.

Los datos presentados corresponden al total de personas que los establecimientos consultados hicieron. Esta información por tanto es parcial, sin embargo, permite exponer descriptivamente la situación del empleo temporal.

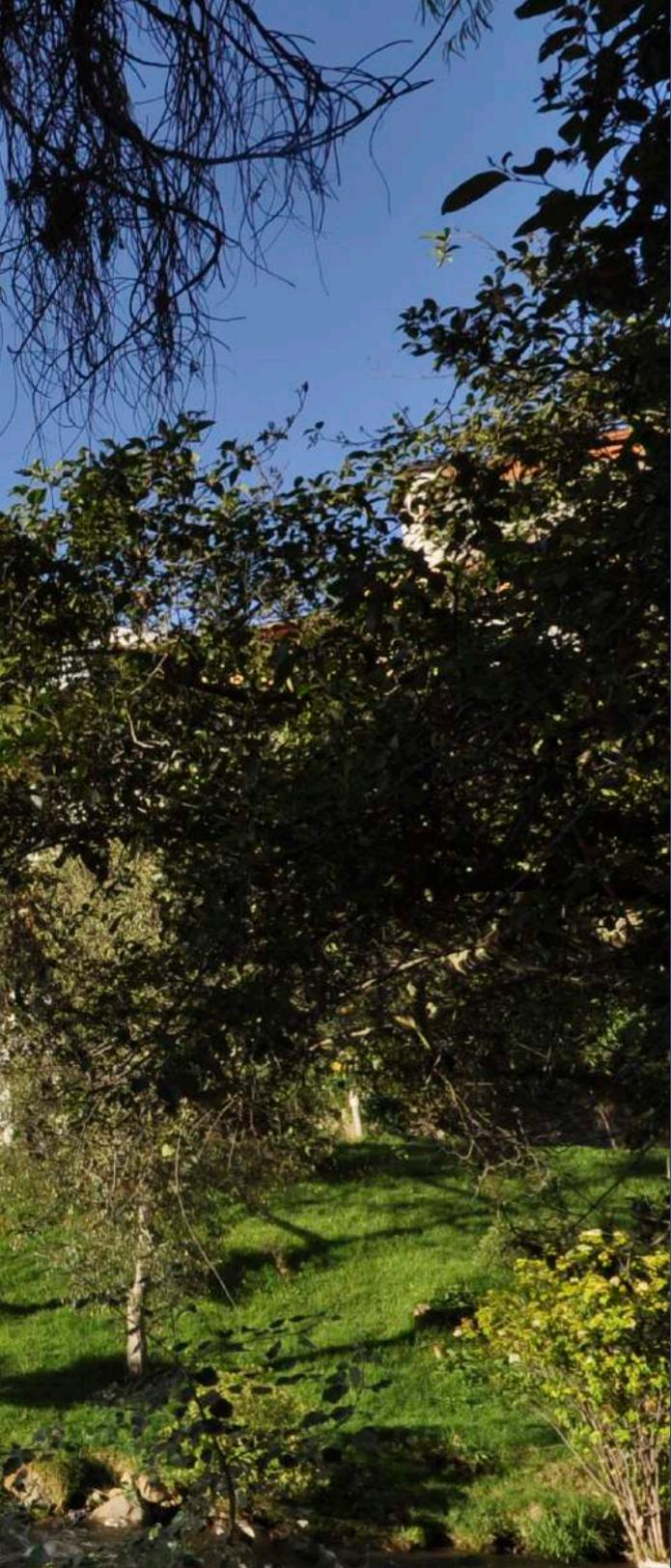
En los meses consultados del año 2015, la media de contratos temporales fue de 65 personas al mes (mediana de 76); mientras que, en el año 2016, entre enero y agosto se registró una media de contratación de 29 personas (mediana de 29).

Los meses comparables entre los dos años, indica que en el mes de julio la contratación laboral temporal se redujo a una cuarta parte de lo alcanzado en el año 2015 y en agosto se habrían perdido alrededor de 76 empleos hacia el año 2016.

Esta información no es contundente para asumir una posición cuantitativa de la reducción aproximada de empleos temporales, aunque la dinámica de contratación tendió hacia una reducción importante del sector de hospedaje. Por ello, un indicador, no el único, a tomar en cuenta para realizar conclusiones sobre la situación del sector, sería la evolución de la contratación temporal.







Capítulo XIII

Número de personas alojadas en
establecimientos regulados



Estimación del total de huéspedes en los establecimientos regulados de Cuenca:

Período Julio, 2015 - Diciembre, 2016

Para la estimación, se tomó como referencia la investigación a establecimientos consultados entre julio de 2015 y diciembre de 2016, referida al número de personas hospedadas, clasificadas por nacionales y extranjeros, al tipo de cliente, el número de noches promedio estimado entre nacionales y extranjeros. Además, se tomó como referencia el catastro hotelero obtenido de la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo del año 2016 (cuyos datos se refieren a la medición realizada en el año 2015) en formato base de datos del universo de establecimientos.

En el período señalado, se obtuvo respuesta de un mínimo de 87 entidades y un máximo de 126, muestra que posteriormente se constituyó en registro administrativo. Ante la variabilidad de respuesta de los establecimientos, se estimó un error de 10%.

Para la estimación se diseñó un modelo de cálculo estadístico, cuya variable dependiente corresponde a las personas hospedadas, y variables determinantes de categoría del establecimiento, tiempo de cálculo, plazas ofertadas y ocupadas, a un nivel de confianza de 90%, calculada con la siguiente fórmula:

Donde:

H= total de personas hospedadas.

ci= categoría del establecimiento.

h= personas hospedadas por categoría.

p= plazas ofertadas del establecimiento por categoría.

t= días disponibles del mes estudiado

P= universo de plazas existentes de la categoría.

β = grado de confianza

$$H = \sum_{c=1}^5 h_{pt} \quad (BP)$$

	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta					
2015	julio	894	julio	4,006	julio	689	julio	1,928	julio	45
	agosto	982	agosto	7,189	agosto	705	agosto	2,122	agosto	56
	septiembre	647	septiembre	2,000	septiembre	1,923	septiembre	1,175	septiembre	7
	octubre	1,539	octubre	12,789	octubre	2,105	octubre	5,083	octubre	0
	noviembre	2,063	noviembre	16,467	noviembre	1,067	noviembre	6,134	noviembre	0
	diciembre	1,282	diciembre	9,910	diciembre	1,632	diciembre	4,239	diciembre	0
2016	enero	556	enero	6,540	enero	1,414	enero	3,087	enero	0
	febrero	334	febrero	10,232	febrero	134	febrero	4,234	febrero	0
	marzo	667	marzo	4,922	marzo	193	marzo	3,260	marzo	0
	abril	989	abril	5,531	abril	85	abril	2,370	abril	33
	mayo	1,272	mayo	3,653	mayo	906	mayo	3,077	mayo	23
	junio	510	junio	4,391	junio	23	junio	3,640	junio	0
	julio	396	julio	5,426	julio	0	julio	1,940	julio	0
	agosto	590	agosto	14,149	agosto	0	agosto	3,403	agosto	0
	septiembre	69	septiembre	6,988	septiembre	475	septiembre	6,000	septiembre	86
	octubre	94	octubre	8,009	octubre	1,608	octubre	6,406	octubre	84
	noviembre	1,675	noviembre	22,594	noviembre	565	noviembre	9,095	noviembre	123
		diciembre	645	diciembre	11,556	diciembre	1,016	diciembre	7,040	diciembre



Estimación del número de turistas hospedados

La estimación se desprende del cálculo del total de personas hospedadas y considera el tipo de segmento atendido por el establecimiento y la tipología desarrollada por la experiencia del sector.

La estimación se lo realiza en base a la siguiente fórmula estadística:

Donde:

T= estimación de turistas

r= segmento de huésped

n= número de segmentos identificados.

$$T = \sum_{c=1}^5 \frac{(h - \sum_i^n r)}{pt} \times H$$

	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta					
2015	julio	1,984	julio	12,559	julio	13,790	julio	7,288	julio	45
	agosto	1,923	agosto	13,760	agosto	11,620	agosto	6,801	agosto	56
	septiembre	1,835	septiembre	10,450	septiembre	12,673	septiembre	5,576	septiembre	23
	octubre	2,702	octubre	27,813	octubre	13,837	octubre	10,247	octubre	0
	noviembre	2,521	noviembre	29,802	noviembre	15,030	noviembre	10,126	noviembre	0
	diciembre	2,195	diciembre	19,666	diciembre	11,205	diciembre	8,879	diciembre	0
2016	enero	1,250	enero	16,578	enero	9,838	enero	6,059	enero	0
	febrero	1,250	febrero	17,863	febrero	10,871	febrero	7,014	febrero	0
	marzo	1,733	marzo	16,556	marzo	10,360	marzo	5,477	marzo	0
	abril	1,475	abril	13,866	abril	5,439	abril	4,195	abril	33
	mayo	1,296	mayo	12,515	mayo	12,235	mayo	10,077	mayo	51
	junio	1,094	junio	8,192	junio	4,479	junio	5,248	junio	230
	julio	838	julio	9,830	julio	7,259	julio	5,699	julio	102
	agosto	1,805	agosto	27,822	agosto	16,754	agosto	11,116	agosto	170
	septiembre	906	septiembre	25,591	septiembre	10,372	septiembre	10,889	septiembre	122
	octubre	876	octubre	23,952	octubre	11,297	octubre	10,452	octubre	123
	noviembre	2,667	noviembre	30,052	noviembre	15,432	noviembre	14,258	noviembre	132
		diciembre	645	diciembre	22,995	diciembre	9,156	diciembre	10,275	diciembre





Capítulo XIV

Ocupación por categoría



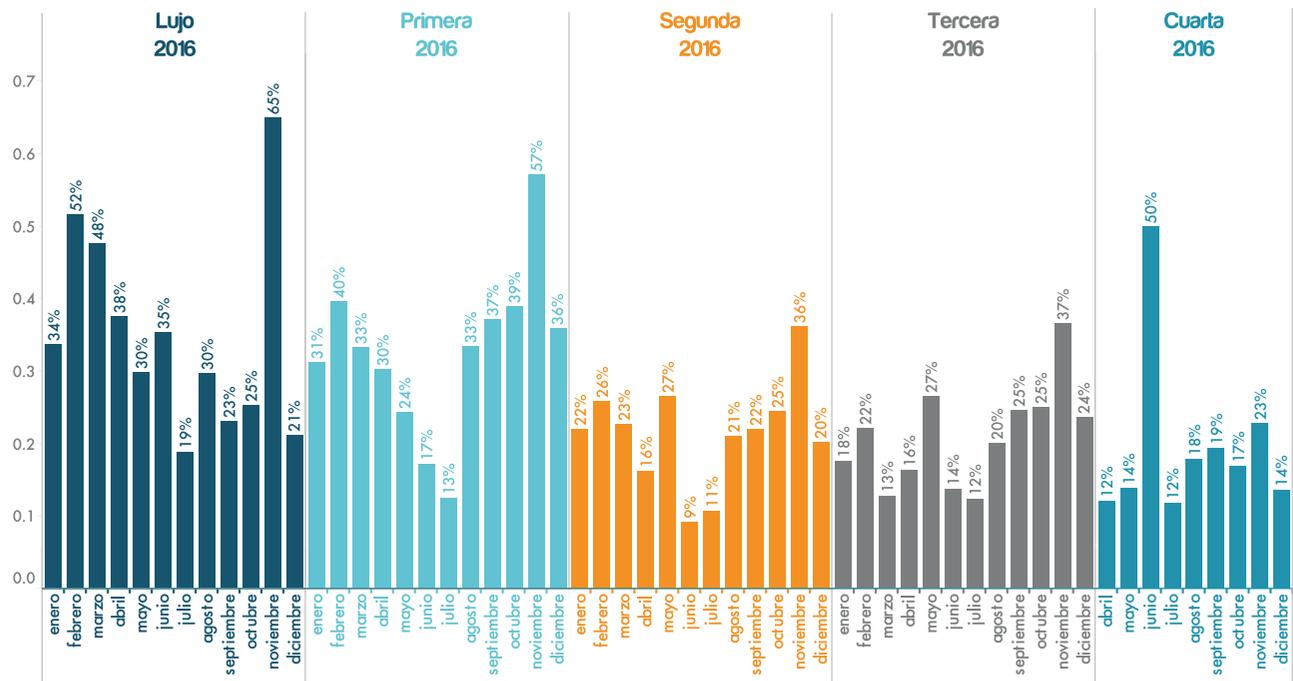
Ocupación hotelera por categoría del establecimiento

Durante el período 2016, la ocupación hotelera en alojamientos de lujo alcanzó un promedio de 34.9% o una mediana de 32%.

En el mismo período, los establecimientos de primera categoría lograron un promedio de 32.6% o una mediana de 33.3%.

Los establecimientos de segunda categoría alcanzaron un promedio de ocupación de 21.4% o una mediana de 22%; los de tercera categoría una media de 21% o una mediana de 21.1%; y finalmente, los establecimientos de cuarta categoría alcanzaron un promedio anual de 19.9% o una mediana de 17%.

Promedio Ocupación Hotelera EURO Stats





Ocupación de establecimientos de alojamiento por segmento de mercado atendido por período trimestral

Los establecimientos de alojamiento atienden principalmente tres tipos de segmentos: el corporativo, huéspedes sin reserva y turistas. Además, se han desarrollado establecimientos con vínculos estrechos con huéspedes provenientes de agencias de viajes, comerciantes, grupos y hospedaje con reservas previas.

Los establecimientos que han desarrollado estrategias en base a sus clientes corporativos tienen una media de ocupación de 29% en todo el período de estudio, o una mediana de 28%.

Aquellas personas que manifestaron su interés por el turismo (ocio, vacaciones) han logrado una media de 30% o una mediana de 28%, ligeramente en mejor condición que los corporativos. Los huéspedes sin reserva, aquellos que eligen establecimientos sin planes previos, permitieron disponer de establecimientos con una ocupación promedio y mediana igual al 19%.

Los establecimientos que establecen sus estrategias de mercadeo en función de grupos son temporales, se identificaron únicamente en el segundo semestre del año 2016, provocando una ocupación de sus establecimientos de 23% y 47%. Los huéspedes con reserva son estrategias cuyos impactos se pudieron visualizar entre julio de 2015 y marzo de 2016, provocando un nivel de ocupación entre el 7 y el 45%.

Las agencias de viajes para Cuenca no inciden o generan impactos de ocupación de manera permanente, y dependerán del desarrollo de promoción o acuerdos comerciales para que logren impactar permanentemente en la ocupación de los establecimientos, se observaron movimientos entre octubre- diciembre de 2015 y abril y junio de 2016 únicamente.

Los establecimientos que recibieron al segmento de comerciantes provocaron una ocupación entre el 7% y el 14%, con una tendencia al descenso.

Tendencias:

El segmento corporativo tiene un constante descenso en la ocupación de los establecimientos, al pasar de 38% al 28% en el periodo de estudio.

El turismo en un segmento cíclico. El cuarto trimestre de cada año incrementa su incidencia en el alojamiento entre 34% y 38%. En el segundo trimestre la llegada de turistas a la ciudad se reduce notoriamente. Los terceros trimestres se muestran como periodos de recuperación.

Los huéspedes sin reserva, si bien no generan una ocupación elevada, se transforman en una alternativa interesante para la gestión de los establecimientos al ubicar una ocupación que fluctúa entre 17% y 21% en todos los trimestres del periodo estudiado.

Agencias de viaje

Trimestre 4, año 2015	33%
Trimestre 2, año 2016	80%

Comerciantes

Trimestre 3, año 2015	14%
Trimestre 4, año 2015	10%
Trimestre 1, año 2016	7%
Trimestre 2, año 2016	7%

Corporativo

Trimestre 3, año 2015	38%
Trimestre 4, año 2015	35%
Trimestre 1, año 2016	29%
Trimestre 2, año 2016	20%
Trimestre 3, año 2016	26%
Trimestre 4, año 2016	28%

Grupos

Trimestre 3, año 2015	23%
Trimestre 4, año 2016	47%

Huésped con reserva

Trimestre 3, año 2015	22%
Trimestre 4, año 2015	45%
Trimestre 1, año 2016	7%

Huésped sin reserva

Trimestre 3, año 2015	21%
Trimestre 4, año 2015	21%
Trimestre 1, año 2016	18%
Trimestre 2, año 2016	17%
Trimestre 3, año 2016	16%
Trimestre 4, año 2016	20%

Turista

Trimestre 3, año 2015	26%
Trimestre 4, año 2015	38%
Trimestre 1, año 2016	29%
Trimestre 2, año 2016	24%
Trimestre 3, año 2016	27%
Trimestre 4, año 2016	34%

Todos

Trimestre 4, año 2015	46%
-----------------------	-----





Capítulo XV

Tarifa promedio



Evolución de la tarifa para habitación simple para la categoría lujo

Se presenta la evolución de la tarifa promedio para habitación simple en establecimientos de lujo, interpolando valores para normalizar la curva de precios.

El indicador de ocupación del año 2015 promovió un incremento sostenido en la tarifa, hasta llegar a los 107 dólares estadounidenses en el último trimestre.

Para el año 2016 la ocupación en los establecimientos de lujo se reduce, en cambio el movimiento de las tarifas parece no reducirse por debajo de los 77 dólares estadounidenses promedio; aunque no se tiene evidencias de costos unitarios, posiblemente el piso de la franja de precios entre los establecimientos de lujo, no les permita reducir su tarifa más allá de su punto de equilibrio, aquella información podría ayudar a determinar la situación real del sector.

A julio del 2016 se constata que la ocupación llega a su mínimo anual (19%) y, sin embargo, su tarifa promedio no reacciona de la misma manera.

En todo caso, y, pese a las ondulaciones de la tasa de ocupación, el precio promedio establecido es manejado con prudencia y con cierto grado de expectativas para recibir el último trimestre del año 2016, que efectivamente la ocupación alcanza una cifra record (65%) dentro del período de análisis del presente reporte estadístico.

Interpolación para tarifa de habitación simple

Julio 2015	\$64.7	Enero 2016	\$72
Agosto 2015	\$64.7	Febrero 2016	\$72
Septiembre 2015	\$107.8	Marzo 2016	\$72
Octubre 2015	\$107.8	Abril 2016	\$95
Noviembre 2015	\$107.8	Mayo 2016	\$86.1
Diciembre 2015	\$72	Junio 2016	\$86.1
		Julio 2016	\$77.2
		Agosto 2016	\$82
		Septiembre 2016	\$82
		Octubre 2016	\$82

Promedio de ocupación de alojamiento (según EURO Stats)

Julio 2015	50%	Enero 2016	34%
Agosto 2015	55%	Febrero 2016	52%
Septiembre 2015	44%	Marzo 2016	48%
Octubre 2015	54%	Abril 2016	38%
Noviembre 2015	61%	Mayo 2016	30%
Diciembre 2015	55%	Junio 2016	35%
		Julio 2016	19%
		Agosto 2016	30%
		Septiembre 2016	23%
		Octubre 2016	25%
		Noviembre 2016	65%
		Diciembre 2016	21%



Evolución de la tarifa para habitación simple en establecimientos de primera categoría

El manejo de la tarifa para los establecimientos de primera categoría se mueve en una franja entre 52 a 59 dólares estadounidenses para una habitación simple; luego de constatar una reducción muy significativa en la ocupación de hospedaje a lo largo del primer semestre del año 2016, la tarifa adquiere un nuevo rango de comportamiento, entre 45 y 57 dólares estadounidenses.

En el transcurso del segundo semestre de 2016 la tarifa cautelosamente logra sostenerse en 45 dólares estadounidenses mientras que la ocupación se recupera, de manera similar al alcanzado por los establecimientos de lujo, esta vez con un 57% para el mes de noviembre.

Interpolación para tarifa de habitación simple

Julio 2015	\$59	Enero 2016	\$52.6
Agosto 2015	\$59	Febrero 2016	\$52.6
Septiembre 2015	\$52.5	Marzo 2016	\$56.9
Octubre 2015	\$52.5	Abril 2016	\$56.3
Noviembre 2015	\$52.5	Mayo 2016	\$56.3
Diciembre 2015	\$52.6	Junio 2016	\$55.6
		Agosto 2016	\$45.6
		Septiembre 2016	\$45.6
		Octubre 2016	\$45.6

Promedio de ocupación de alojamiento (según EURO Stats)

Julio 2015	31%	Enero 2016	31%
Agosto 2015	36%	Febrero 2016	40%
Septiembre 2015	27%	Marzo 2016	33%
Octubre 2015	49%	Abril 2016	30%
Noviembre 2015	56%	Mayo 2016	24%
Diciembre 2015	37%	Junio 2016	17%
		Julio 2016	13%
		Agosto 2016	33%
		Septiembre 2016	37%
		Octubre 2016	39%
		Noviembre 2016	57%
		Diciembre 2016	36%



Evolución de la tarifa para habitación simple en establecimientos de segunda categoría

Los establecimientos de segunda categoría sostuvieron sus tarifas para habitación simple en un promedio de 24 dólares estadounidenses durante el año 2015, con una leve expectativa de mejoría en su ocupación reflejada inclusive en el incremento de su tarifa a 28 y 29 dólares estadounidenses promedio.

Tal como ocurrió con todo el sector en cuanto al descenso de la ocupación en el segundo trimestre del año 2016 y pese a la recuperación de la tasa de ocupación, la tarifa prudentemente se sostuvo en 27 dólares estadounidenses, manteniendo un crecimiento respecto del año anterior de 12.5%.

Interpolación para tarifa de habitación simple

Julio 2015	\$252	Enero 2016	\$24.4
Agosto 2015	\$252	Febrero 2016	\$24.4
Septiembre 2015	\$24.3	Marzo 2016	\$29.6
Octubre 2015	\$24.3	Abril 2016	\$28.2
Noviembre 2015	\$24.3	Mayo 2016	\$28.2
Diciembre 2015	\$24.4	Junio 2016	\$26.8
		Agosto 2016	\$27.1
		Septiembre 2016	\$27.1
		Octubre 2016	\$27.1

Promedio de ocupación de alojamiento (según EURO Stats)

Julio 2015	29%	Enero 2016	22%
Agosto 2015	26%	Febrero 2016	26%
Septiembre 2015	23%	Marzo 2016	23%
Octubre 2015	28%	Abril 2016	16%
Noviembre 2015	32%	Mayo 2016	27%
Diciembre 2015	21%	Junio 2016	9%
		Julio 2016	11%
		Agosto 2016	21%
		Septiembre 2016	22%
		Octubre 2016	25%
		Noviembre 2016	36%
		Diciembre 2016	20%



Evolución de la tarifa para habitación simple en establecimientos de tercera categoría

Con un promedio en la tasa de ocupación de 22% en todo el período de análisis, relativamente más bajo que los establecimientos de las categorías de lujo, primera y segunda, la tarifa promedio se ancló en 17 dólares estadounidenses en el año 2015 y se incrementó a 18 dólares estadounidenses hasta el segundo semestre del año 2016.

El sector vio crecer el indicador de ocupación luego del segundo semestre del año 2016, lo cual promovió el incremento de la tarifa hasta alcanzar los 25 dólares estadounidenses para una habitación simple.

Interpolación para tarifa de habitación simple

Julio 2015	\$16.7	Enero 2016	\$17.1
Agosto 2015	\$16.7	Febrero 2016	\$17.1
Septiembre 2015	\$17.8	Marzo 2016	\$18.1
Octubre 2015	\$17.8	Abril 2016	\$18.7
Noviembre 2015	\$17.8	Mayo 2016	\$18.7
Diciembre 2015	\$17.1	Junio 2016	\$19.2
		Agosto 2016	\$24.8
		Septiembre 2016	\$24.8
		Octubre 2016	\$24.8

Promedio de ocupación de alojamiento (según EURO Stats)

Julio 2015	26%	Enero 2016	18%
Agosto 2015	23%	Febrero 2016	22%
Septiembre 2015	20%	Marzo 2016	13%
Octubre 2015	27%	Abril 2016	16%
Noviembre 2015	32%	Mayo 2016	27%
Diciembre 2015	24%	Junio 2016	14%
		Julio 2016	12%
		Agosto 2016	20%
		Septiembre 2016	25%
		Octubre 2016	25%
		Noviembre 2016	37%
		Diciembre 2016	24%



Evolución de la tarifa para habitación simple en establecimientos de cuarta categoría

El comportamiento de la tarifa en los establecimientos de cuarta categoría, sobre todo por su ubicación, les ha permitido obtener una tarifa no tan baja comparada con los establecimientos de tercera, esto debido al tipo de huésped y la fuente de negociación electrónica para la asignación de espacios por internet.

Se puede advertir que la tarifa se redujo a 18 dólares estadounidenses en el año 2016, comparada con la del año 2015 que fue superior, con un mínimo de 23 dólares estadounidenses.

Interpolación para tarifa de habitación simple

Julio 2015	\$23	Abril 2016	\$37.4
Agosto 2015	\$23	Mayo 2016	\$37.4
Septiembre 2015	\$50	Junio 2016	\$24.8
		Agosto 2016	\$18.7
		Septiembre 2016	\$18.7
		Octubre 2016	\$18.7

Promedio de ocupación de alojamiento (según EURO Stats)

Julio 2015	1%	Abril 2016	12%
Agosto 2015	17%	Mayo 2016	14%
Septiembre 2015	14%	Junio 2016	50%
		Julio 2016	12%
		Agosto 2016	18%
		Septiembre 2016	19%
		Octubre 2016	17%
		Noviembre 2016	23%
		Diciembre 2016	14%





Capítulo XVI

Canal de comunicación para
escoger el hospedaje



Medio electrónico usado para ventas de plazas en establecimientos de alojamiento

Los establecimientos de alojamiento y fundamentalmente los de segunda categoría tienden a negociar sus espacios por medios electrónicos, con especial interés en Booking.

Los establecimientos de cuarta categoría, y pese a disponer de reducidas plazas de hospedaje, respecto del total catastrado, el 7% de sus negociaciones corresponden a una gestión de reserva mediante el uso de medios comerciales electrónicos.



Tripadvisor

Segunda

Número de registros: 2.44%

Tercera

Número de registros: 3.66%

Cuarta

Número de registros: 1.22%



Booking

Lujo

Número de registros: 3.66%

Primera

Número de registros: 25.61%

Segunda

Número de registros: 34.15%

Tercera

Número de registros: 23.17%

Cuarta

Número de registros: 6.10%

Medio electrónico usado para ventas de plazas en establecimientos de alojamiento, comparado con la oferta de plazas disponibles



Tripadvisor

Segunda

Número de plazas: 2.93%

Tercera

Número de plazas: 2.51

Cuarta

Número de plazas: 0.49%

Segunda

Número de registros: 2.44%

Tercera

Número de registros: 3.66%

Cuarta

Número de registros: 122%



Booking

Lujo

Número de plazas: 9.21%

Primera

Número de plazas: 26.19%

Segunda

Número de plazas: 34.34%

Tercera

Número de plazas: 18.54%

Cuarta

Número de plazas: 5.79%

Lujo

Número de registros: 3.66%

Primera

Número de registros: 25.61%

Segunda

Número de registros: 34.15%

Tercera

Número de registros: 23.17%

Cuarta

Número de registros: 6.10%

Bibliografía

Ascanio, A. (2008). La inferencia estadística en la investigación turística. *Pasos*, 6, 591–597. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_14.pdf

Cabanilla, E. (2011). Metodología para elaborar un estudio por encuestas de la satisfacción del turista: 8–26. Recuperado de www.dialnet.com

Fundación Municipal Turismo para Cuenca (2011). Plan estratégico de desarrollo turístico del destino Cuenca y su área de influencia.

Green Consulting (2016). Plan estratégico de desarrollo turístico y mercadeo del destino Cuenca y su área de Influencia 2016-2021. Cuenca

INEC. (2012). Clasificación Nacional Central de Productos (p. 31). Quito, Ecuador. Recuperado de www.inec.gob.ec

Isabel, A., Mazón, M., Rey, U., Carlos, J., & Fayos-Solà, E. (2012). Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales, 10, 437–449.

MINTUR. (2014a). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 MINTUR (p. 115). Quito, Ecuador. Retrieved from http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

MINTUR. (2014b). Principales indicadores de turismo febrero 2014 (pp. 1–9). Quito, Ecuador. Recuperado de http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/documents/boletin_feb2014.pdf

Organización Mundial de Turismo. (n.d.). Sistema de Estadísticas de Turismo _ Estadísticas y Cuenta Satélite de Turismo. Retrieved July 19, 2015. Recuperado de <http://statistics.unwto.org/es/content/sistema-de-estadisticas-de-turismo>

Organización Mundial de Turismo. (2005). Organización Mundial del Turismo Viceministerio de Turismo. Rurrenabaque – San Buenaventura: OMT. Recuperado de <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/bolivia.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2013). Notas Metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo. Madrid. Recuperado de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2014). Panorama OMT del turismo internacional cifras clave (p. 16). Recuperado de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp.pdf

Sánchez, D. C. (2011). Indicadores turísticos en la Argentina: Tourist indicators in Argentina: 29–65.

Serrano, A. L., & Villafuerte Pucha, E. (2017). INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA - ECUADOR. REVISTA LATINO AMERICANA DE TURISMOLOGIA, 58-68. Obtenido de INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA - ECUADOR: <https://rlaturismologia.ufjf.emnuvens.com.br/rlaturismologia/article/view/81/52>

Encuestadores durante el proyecto

“Creación, implementación y manejo de un sistema de indicadores turísticos del cantón Cuenca”

Abigail Guerrero
Adriana Flores
Adriana Lazo
Alexandra Guzmán
Alexandra Alvarado
Alexandra Pintado
Alexandra Quintuña
Alvarado Christian
Ana Campoverde
Ana Lucia Juca
Anabel Montero
Andrea Cónido
Andrea Criollo
Andrea Jiménez
Andrea Loyola
Andrea Márquez
Andrea Pando
Andrea Vallejo
Andrés Álvarez
Andrés Hurtado
Andrés Patiño
Andrés Yunga
Ángel Albarracín
Ángeles Pintado
Augusta León
Bárbara Zambrano
Belén Benavides
Belén Chillogallo
Bernardo Espejo
Bernardo Rodríguez
Camila Mora
Carla Amaguaña
Carlos Loayza
Carmen Cochancela

Carmen Riera
Carolina Mora
Carolina Ortega
Caterine Salinas
Cecilia Guamán
Cesar Ávila
Cesar Vela
Christian Mogrovejo
Christian Ochoa
Christian Quituisaca
Cindy Espinoza
Cinthya Ocampo
Claudia Calle
Cristian García
Cristina Orellana
Cristina Zúñiga
Daisy Piedra
Dalila Álvarez
Daniel Jara
Daniela Zambrano
David Cherrez
Daysi Peña
Deisy Bravo
Diana Cabrera
Diana Naula
Diana Zhunio
Diego Aguilar
Diego Pachar
Doménica Ortega
Elena Vivar
Elizabeth Loja
Erika Herida
Erika Herrera
Erika Morocho

Erika Vega
Esmeralda Andrade
Esteban Marchán
Estefanía Uzho
Evelin González
Evelyn Zhicay
Fabián Quito
Fanny Quishpi
Favia Carrión
Félix Izquierdo
Fernanda Abril
Fernanda Patiño
Fernanda Quizhpi
Gabriela Barrezueta
Gabriela Fajardo
Gabriela Ochoa
Gabriela Ordoñez
Gabriela Paucay
Gabriela Sanmartín
Gabriela Solís
Glenda Morocho
Grace Culcay
Grace Reyes
Guido Flores
Janneth Cabrera
Jazmín Choez
Jazmín Zambrano
Jennifer Calderón
Jennifer Villavicencio
Jenny Cajas
Jenny Marín
Jessica Cabrera
Jessica Cáceres
Jessica Cevallos

Jessica Chimbo
 Jessica Chungata
 Jessica García
 Jessica Guamán
 Jessica Llamatumbi
 Jessica Once
 Jessica Quito
 Jheny Paredes
 Jhoana Macas
 Jhonatan Méndez
 Jhonnatan Carreño
 Johana Sánchez
 Johanna Jara
 Johanna Ángel
 Johanna Castro
 Johanna Guambaña
 Johanna Llanes
 Jonnathan Parra
 Jonnathan Peña
 Karina Flores
 Karina Merchán
 Karina Quizhpi
 Karla Tejada
 Karolina Ortega
 Kevin Maldonado
 Kevin Solano
 Laura Duy
 Leidy Castillo
 Leonardo Aguirre
 Lisseth Barros
 Lisseth Quizhpi
 Lisseth Toalongo
 Lissette Coronel
 Lorena Quishpi

Ma. Isabel Garzón
 Ma. José Maldonado
 Marcela Morocho
 Marcelo Sapatanga
 Marco Armijos
 Marco Méndez
 Marco Tocache
 María Albarracín
 María Alvarado
 María Álvarez
 María Huachichulca
 Maritza Guerrero
 Mateo Arias
 Mayra Morocho
 Michelle Cordero
 Michelle Galarza
 Michelle González
 Michelle Lasso
 Miriam Bravo
 Miriam Cando
 Mirian Borja
 Nancy Chicaiza
 Nelly Molina
 Nelly Encalada
 Nelly Londa
 Pablo Arévalo
 Pablo Quito
 Pablo Vera
 Pamela Ocampo
 Paola Cajamarca
 Paola Cantos
 Paola Guiñansaca
 Paola León
 Patricia Méndez

Paúl Andrade
 Paúl Arízaga
 Paulina Urgiles
 Priscila Mocha
 Priscila Mogrovejo
 Rommel Illescas
 Rosa Correa
 Rosa Sánchez
 Roxana Tenorio
 Ruth Álvarez
 Ruth Ordoñez
 Ruth Reyes
 Ruth Zhumi
 Sandra León
 Santiago Ayora
 Santiago jarro
 Sara Ortiz
 Sebastián Atarihuana
 Silvia Tapia
 Steeward Moreno
 Susana Tenesaca
 Thalía Vasconez
 Thamy Vacacela
 Tupac Sarango
 Valeria Aguilar
 Valeria Mocha
 Valeria Paucar
 Vanesa Riera
 Vanessa Coronel
 Verónica Chimbo
 Verónica Gualpa
 Wilmer Criollo
 Wilson Sánchez
 Ximena Tenesaca

BOLETÍN

de indicadores turísticos del cantón Cuenca

El boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca, es un trabajo de varios años de investigación con un grupo multidisciplinario, gracias a la colaboración de la Asociación Hotelera del Azuay, la Cámara de Turismo del Azuay y la Asociación de Bares, Restaurantes y Entretenimientos de Cuenca.

A través del presente boletín se pudo confirmar que los establecimientos hoteleros son de importancia primordial para conseguir indicadores turísticos de la situación de la ciudad de Cuenca.

ISSN: 978-9942-30-909-9



9 789942 309099

