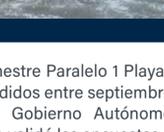


# PERFIL DEL VISITANTE DE PLAYAS DE VILLAMIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN

## VERANO 2024 (SEPTIEMBRE – NOVIEMBRE 2024)



El levantamiento de las encuestas se realizó con los estudiantes del Cuarto Semestre Paralelo 1 Playas del período académico 2024-2, específicamente en los fines de semana comprendidos entre septiembre y noviembre del año en mención, época que corresponde al verano. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Playas, a través de su Dirección de Turismo validó las encuestas a aplicar y reprodujo el material que se distribuyó entre los estudiantes.

La actividad estuvo dirigida por el docente y director del Observatorio Turístico Sostenible, Ph.D. Efrén Mendoza Tarabó, para este fin se recopiló 508 encuestas, lo cual superó el número de 385 que especificaba el resultado de la aplicación de la fórmula respectiva para poblaciones finitas.

A continuación, se muestran los gráficos generados una vez que se tabularon las respuestas y se verificó la relación entre el número de respuestas obtenidas:

La principal demanda que recibió el balneario de Playas de Villamil se desplazó desde la provincia de Guayas (91%), seguido por una marcada diferencia de las provincias de Los Ríos y Pichincha, así como también de Azuay y El Oro. El 1,18% correspondió a 6 visitantes extranjeros que participaron de las encuestas provenientes de España (3), Chile (2) e Italia (1).



Colaboraron con la información solicitada en las encuestas en un 52% el género masculino, un 45% correspondió al género femenino, mientras que el 3% restante perteneció a la comunidad LGBTQ+.



La mayoría de los encuestados registró una edad comprendida entre los 18 y 34 años (57%), así como también entre 35 y 64 años.



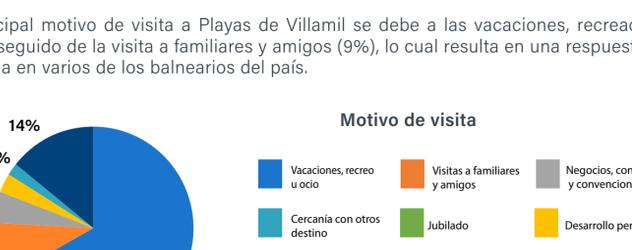
El estado civil de los participantes en el estudio corresponde principalmente a solteros (50%), casados (27%) y unión libre (17%). Las campañas de promoción y publicidad, así como oferta de productos y servicios turísticos deben considerar estos segmentos de mercado.



La instrucción de los encuestados corresponde a secundaria (47%) y tercer nivel (28%) en su mayoría.



El 40% de los encuestados se encontraba laborando en empresas privadas, mientras que el 19% pertenecía al sector público; el 12%, 11% y 9% correspondieron a desempleados, estudiantes y amas de casa respectivamente.



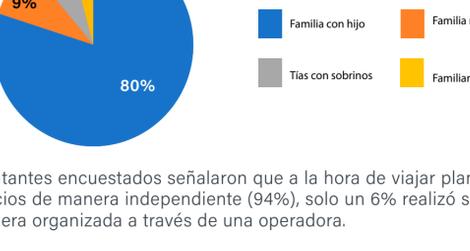
El principal motivo de visita a Playas de Villamil se debe a las vacaciones, recreación y ocio (67%), seguido de la visita a familiares y amigos (9%), lo cual resulta en una respuesta bastante marcada en varios de los balnearios del país.



Entre las principales actividades que realizaron los encuestados en el balneario se registra con un 80% sol y playa, seguido de gastronomía (7%), aventura y deporte (5%) además de ecoturismo y actividades rurales con un 3% cada una.



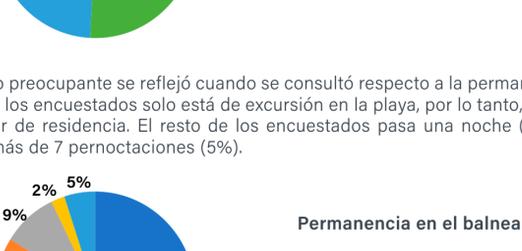
La mayoría de los participantes en el estudio manifestó que se desplazó con su familia (69%) y también con amigos (18%) o solamente con su pareja (10%).



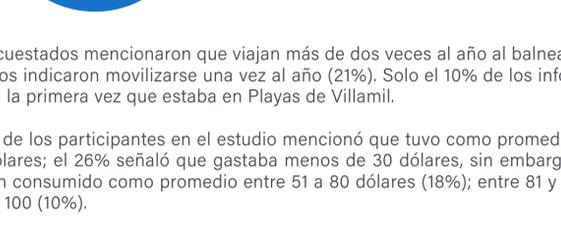
Los grupos familiares por su parte estuvieron estructurados principalmente por familias con hijos (80%).



Los visitantes encuestados señalaron que a la hora de viajar planifican la compra de productos y servicios de manera independiente (94%), solo un 6% realizó su desplazamiento hacia Playas de manera organizada a través de una operadora.



El medio de transporte escogido para desplazarse a Playas de Villamil fue en vehículo propio el 51%; mientras que el 41% se movilizó a través de los buses disponibles para llegar al destino.



Un dato preocupante se reflejó cuando se consultó respecto a la permanencia en el balneario, el 72% de los encuestados solo está de excursión en la playa, por lo tanto, no pernocta y regresa a su lugar de residencia. El resto de los encuestados pasa una noche (12%) y de allí, registran hasta más de 7 pernoctaciones (5%).

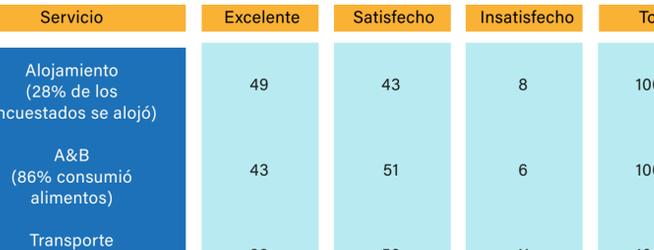


Los encuestados mencionaron que viajan más de dos veces al año al balneario (34%), mientras que otros indicaron movilizarse una vez al año (21%). Solo el 10% de los informantes mencionó que era la primera vez que estaba en Playas de Villamil.

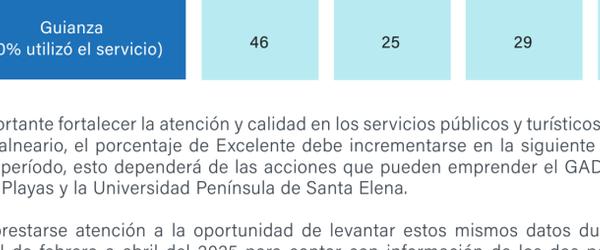
El 33% de los participantes en el estudio mencionó que tuvo como promedio de gasto entre 31 y 50 dólares; el 26% señaló que gastaba menos de 30 dólares, sin embargo, existen personas que han consumido como promedio entre 51 a 80 dólares (18%); entre 81 y 100 dólares (12%) y más de 100 (10%).



La principal fuente de información sobre el balneario les recibieron los encuestados a través de familiares y amigos (71%), las redes sociales también fueron consultadas por el 16% de los participantes.



Al consultar respecto al siguiente destino a viajar, los encuestados señalaron a la sierra (40%) como siguiente lugar a visitar, el 22% indicó que viajarían nuevamente a la costa ecuatoriana, incluso el 20% mencionó que regresaría a Playas de Villamil.



### Evaluación de los servicios turísticos consumidos

Servicio	Excelente	Satisfecho	Insatisfecho	Total
Alojamiento (28% de los encuestados se alojó)	49	43	8	100%
A&B (86% consumió alimentos)	43	51	6	100%
Transporte (33% usó el servicio público)	39	50	11	100%
Actividades recreativas (29% realizó actividades)	50	38	12	100%
Guianza (20% utilizó el servicio)	46	25	29	100%

Es importante fortalecer la atención y calidad en los servicios públicos y turísticos que se ofertan en el balneario, el porcentaje de Excelente debe incrementarse en la siguiente evaluación del mismo período, esto dependerá de las acciones que la entidad municipal del cantón Playas y la Universidad Península de Santa Elena.

Debe prestarse atención a la oportunidad de levantar estos mismos datos durante la época invernal de febrero a abril del 2025 para contar con información de los dos períodos que se registra en la costa ecuatoriana.



OBSERVATORIO  
TURÍSTICO  
SOSTENIBLE

**UPSE**

# PERFIL DEL VISITANTE DE PLAYAS DE VILLAMIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN VERANO 2024 (SEPTIEMBRE – NOVIEMBRE 2024)

