



OBSERVATORIO  
TURÍSTICO  
SOSTENIBLE

**UPSE**

# REPORTE TÉCNICO Y ESTADÍSTICO

**02**

## FERIADO CARNAVAL 2026

Ph.D. Myriam Sarabia Molina  
Directora Observatorio Turístico Sostenible OTS

**Proyecto: Desarrollo de un sistema de datos para la gestión del turismo en Santa Elena**  
 Registro INCYT-PNF-2025-D12-212

**Procedimiento de recolección de datos:**

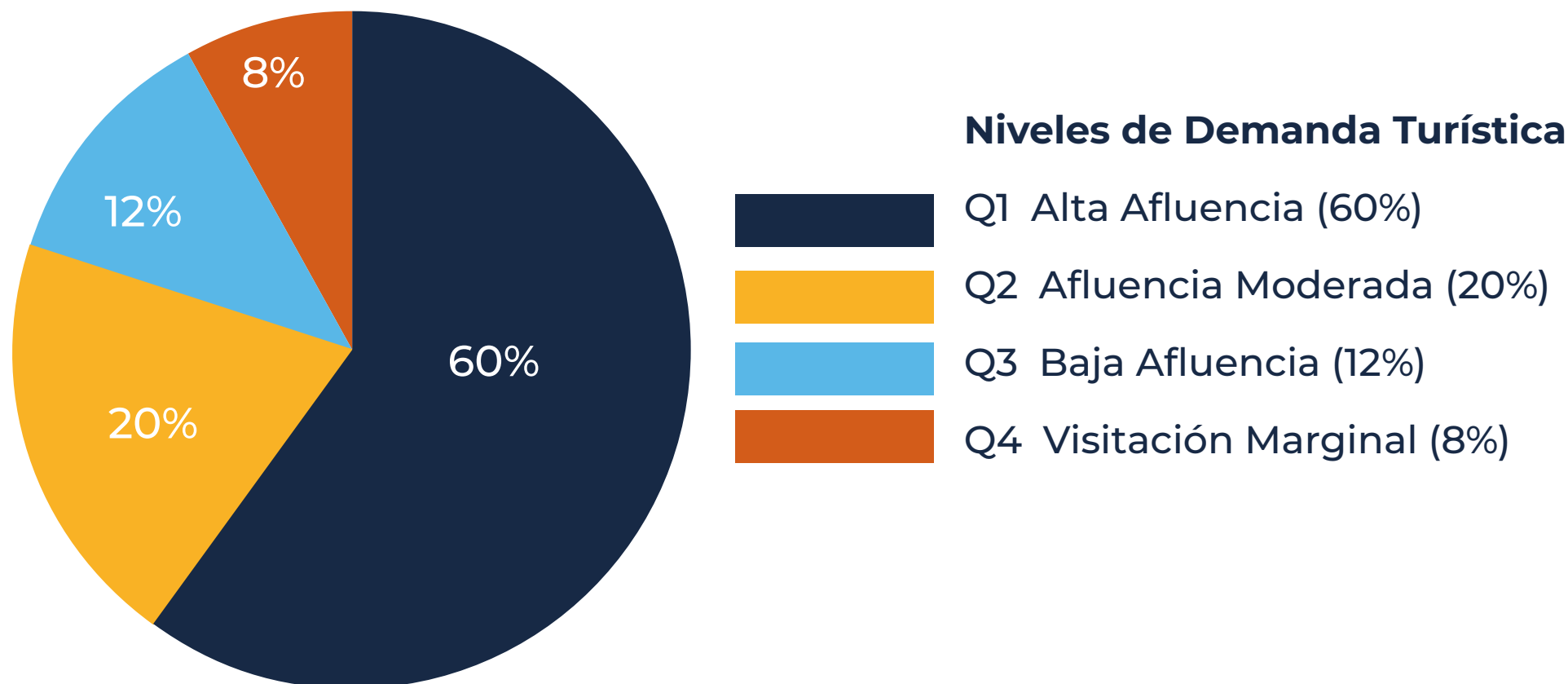
Desarrollado por el Observatorio Turístico Sostenible con colaboración de los Grupos de Investigación Tourism, Technology y Management TTM & Tecnología, Ciencia y Educación TECED expone los resultados de un exhaustivo levantamiento de información ejecutado durante el feriado nacional de carnaval, en el periodo comprendido entre el 14 y el 17 de febrero 2026. El trabajo técnico fue realizado por un estudiante de la carrera de Software y un estudiante de la carrera de Tecnologías de la Información. El despliegue del trabajo de campo estuvo a cargo de un equipo estructurado de 13 estudiantes de la Carrera Turismo Matriz del sexto y séptimo semestre (PAO 2025-2), y 1 estudiante de postgrado maestría Administración Pública cohorte X quienes, actuando como encuestadores in situ, lograron aplicar con éxito un total de 2,168 encuestas válidas en los diferentes atractivos de la provincia.

A nivel analítico, el diseño metodológico consistió en un muestreo no probabilístico por conveniencia, abordando a los visitantes directamente en los puntos de interés. Para controlar el sesgo de selección intrínseco de este método y garantizar la proporcionalidad territorial, se estructuró un diseño estratificado mediante factores de ponderación. Tomando como referencia investigaciones previas y registros históricos de afluencia, los 28 destinos turísticos evaluados fueron segmentados en cuatro cuartiles. A cada grupo se le otorgó un peso estadístico específico que determinó la cuota de encuestas requerida, asegurando que la recolección final de los datos logre modelar de forma fidedigna la dinámica real de concentración y flujo turístico en el territorio durante las festividades.

CUARTIL	Q1	Q2	Q3	Q4
	Destinos de Alta Afluencia	Destinos de Afluencia Moderada	Destinos de Baja Afluencia	Destinos de Visitación Marginal
	60%	20%	12%	8%
DESTINOS	La Chocolatera	Dos Mangas	Palmar	Curia
	La Lobería	Playa Chulluipe	Loma Alta	San José
	Cerro El Morro	Puerto Lucía	Simón Bolívar	Las Nuñez
	Chipipe	Playa Cautivo	Cadeate	La Entrada
	San Lorenzo	Playa La Libertad		La Rinconada
	Playa Ballenita	Aguas Termales Baños San Vicente		
	San Pablo			
	Ayangue			
	Valdivia			
	San Pedro			
	Manglaralto			
	Montañita			
	Olón			

Fuente: Lista de destinos turísticos tomados del Plan provincial de turismo 2023-2027

## ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA POR AFLUENCIA



### Análisis de datos:

El proceso de recolección de información se ejecutó mediante la aplicación móvil KoboCollect, herramienta de código abierto seleccionada por su capacidad de operar en modalidad offline durante las jornadas de campo, sincronizando automáticamente los datos almacenados en cada dispositivo una vez restablecida la conectividad. Este aplicativo permitió registrar de manera estructurada las respuestas de 2,168 encuestas aplicadas a turistas en la provincia Santa Elena durante el feriado de febrero de 2026, garantizando la integridad de la información capturada y la trazabilidad de cada formulario completado. Una vez finalizado el levantamiento, los datos fueron exportados desde la plataforma KoboCollect a archivos en formato Excel, los cuales constituyeron la materia prima para las etapas subsiguientes de procesamiento.

Posteriormente, se aplicó un proceso de depuración orientado a identificar y tratar los registros con información incompleta o inconsistente. Se realizó una revisión sistemática de los datos faltantes aplicando criterios de exclusión para aquellos casos que no alcanzaban el umbral mínimo de completitud requerido para los cálculos posteriores.

Como resultado, se obtuvo una base de datos depurada y lista para el cálculo de los indicadores: perfil sociodemográfico, planeación del viaje y estructura de consumo.

**Técnica:** encuesta semi estructurada con 27 preguntas con escala de Likert de 3, 5, 7 y 10 niveles.

Así como también se obtuvo una base de datos depurada y lista para el cálculo de los indicadores clave de gestión hotelera definidos por el Ministerio de Turismo, tales como porcentaje de ocupación (%OCC), tarifa promedio por habitación (ADR) e ingresos por habitación disponible (RevPAR), de 65 hoteles de la provincia asegurando que los análisis posteriores se sustentaran en información confiable y representativa del comportamiento del sector durante el período evaluado.

**Técnica:** encuesta sobre demanda turística.

Durante el feriado ingresaron aproximadamente 60.600 vehículos por la vía estatal E40 y 12.100 por la E15.

Fuente: Comisión de Tránsito del Ecuador

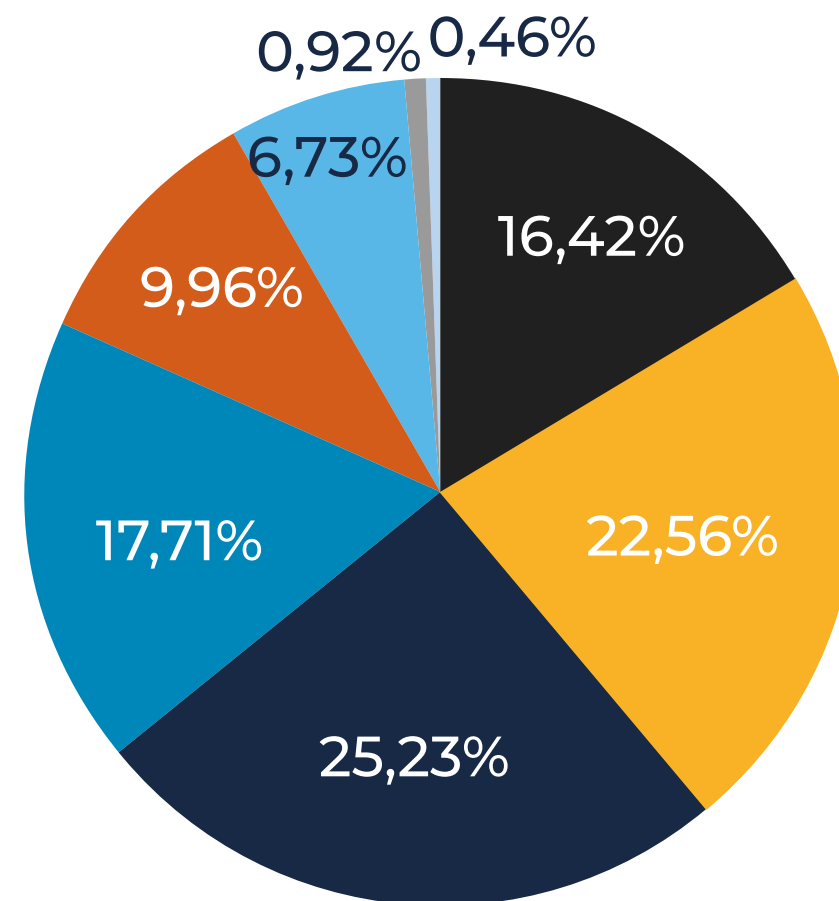
Ocupación hotelera alcanzó el 74%, afectada por la cancelación de reservas debido a las condiciones climáticas registradas entre la noche del domingo 15 y la madrugada del lunes 16 de febrero.

Fuente: ViceMinisterio de Turismo

## SECCIÓN A. DATOS SOCIODEMOGRÁFICO

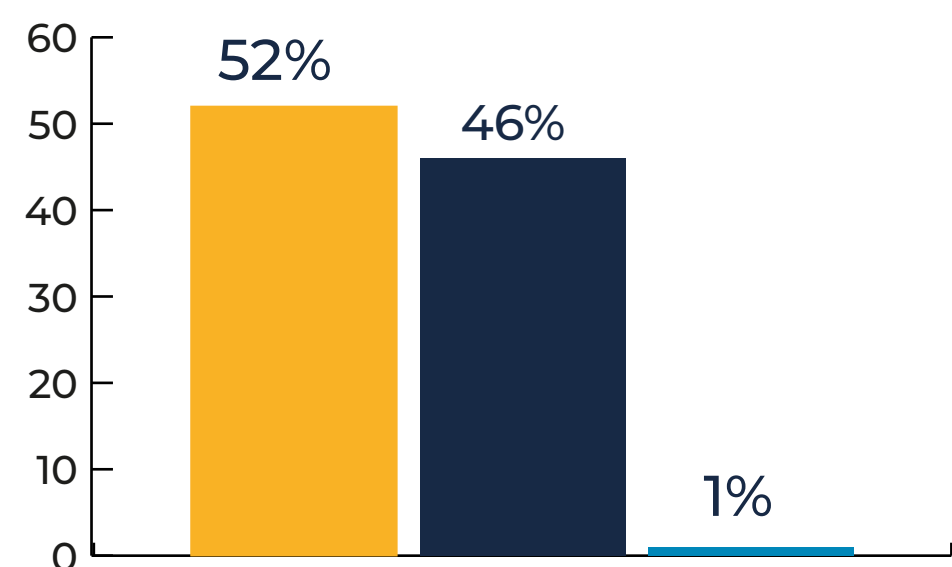
### Edad de los encuestados

18 a 24 años	16,42%
25 a 34 años	22,56%
35 a 44 años	25,23%
45 a 54 años	17,71%
55 a 64 años	9,96%
65 años o más	6,73%
Menor de 18 años	0,92%
Prefiero no responder	0,46%



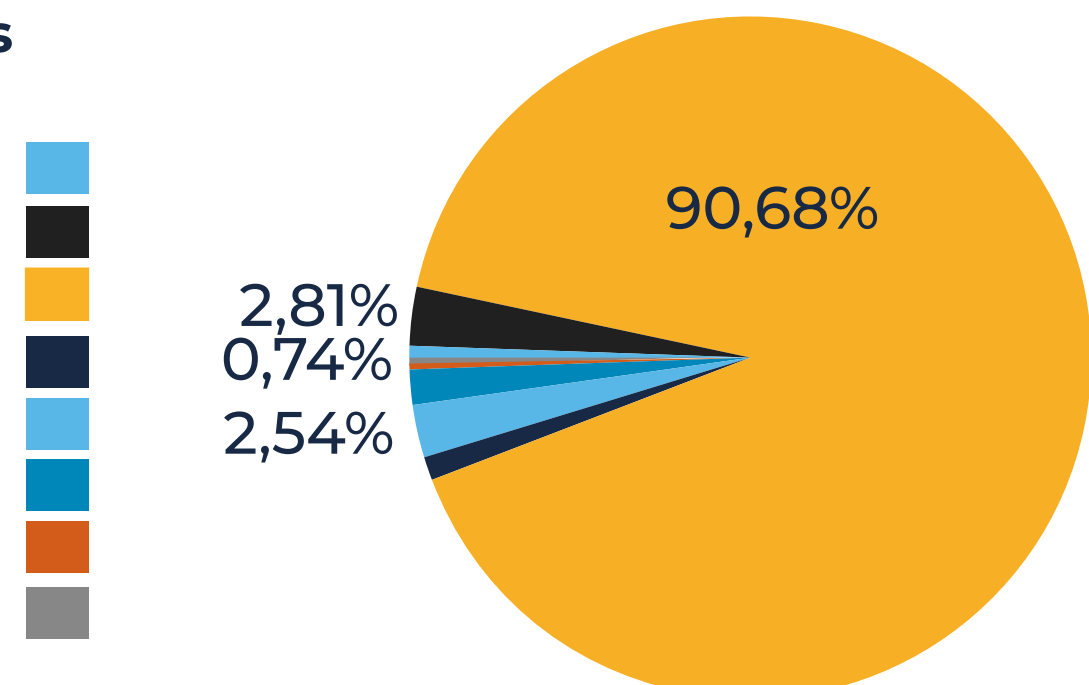
### Género de los encuestados

Hombre	46%
Mujer	52%
No binario	1%
Prefiero no responder	1%



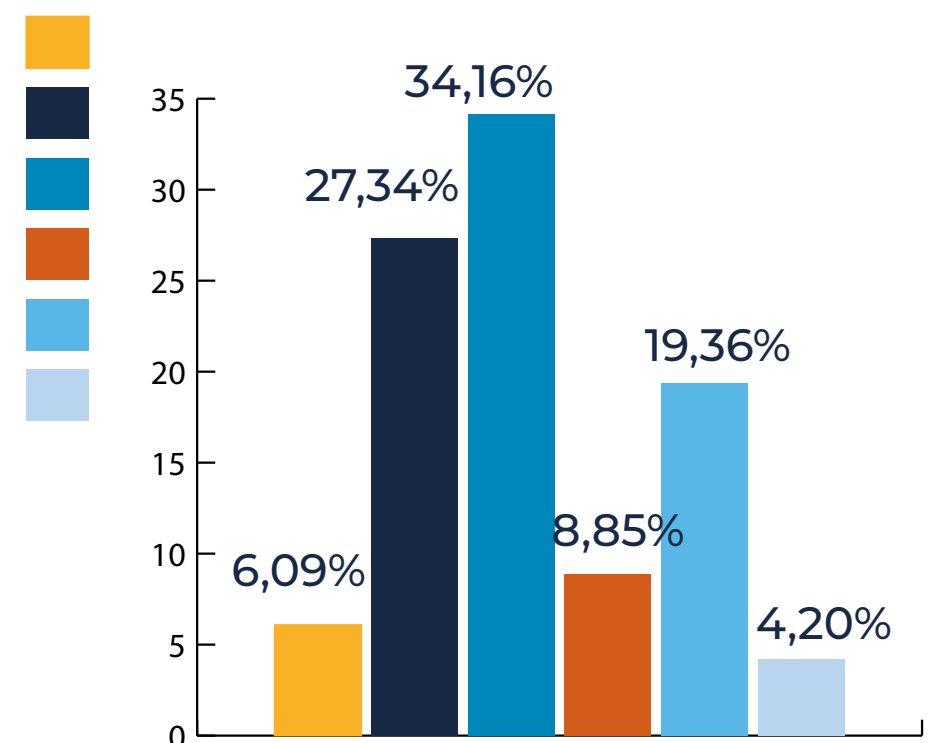
### País de residencia habitual de los encuestados

Canadá	0,74%
Colombia	2,81%
Ecuador	90,68%
España	1,11%
Estados Unidos	2,54%
Otra (especifique):	0,14%
Perú	1,57%
Prefiero no responder	0,42%



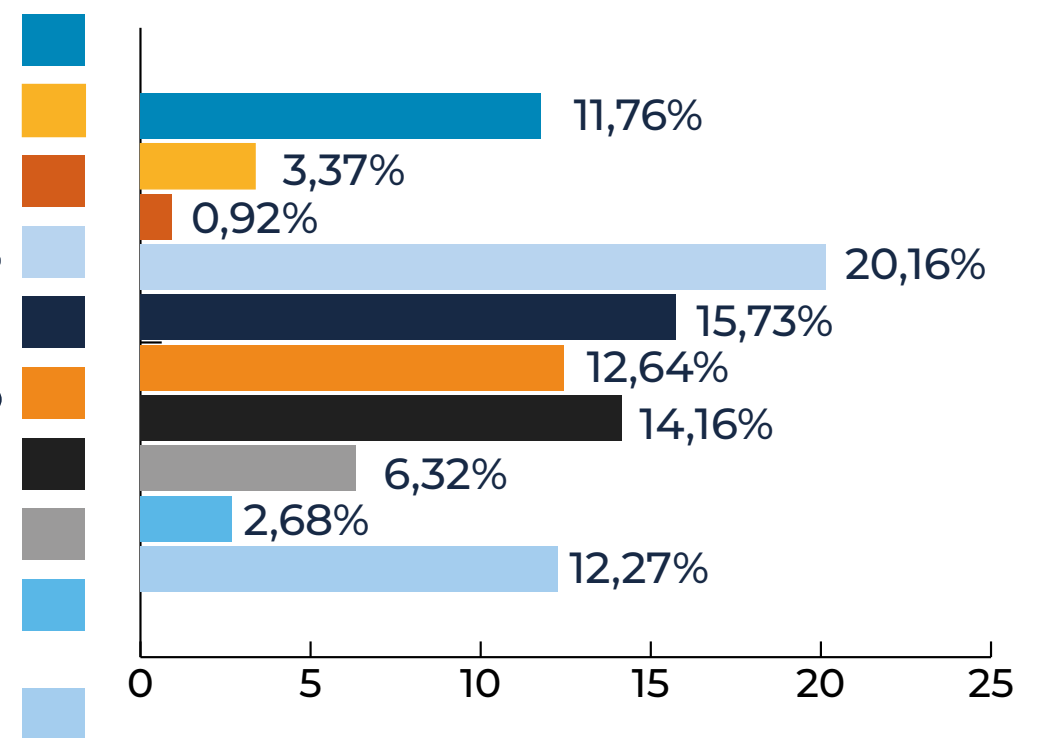
### Nivel más alto de estudios que ha completado los encuestados

Educación Primaria	6,09%
Educación Secundaria	27,34%
Educación universitaria	34,16%
Formación técnica o tecnológica	8,85%
Posgrado (especialización, maestría, doctorado)	19,36%
Prefiero no responder	4,20%



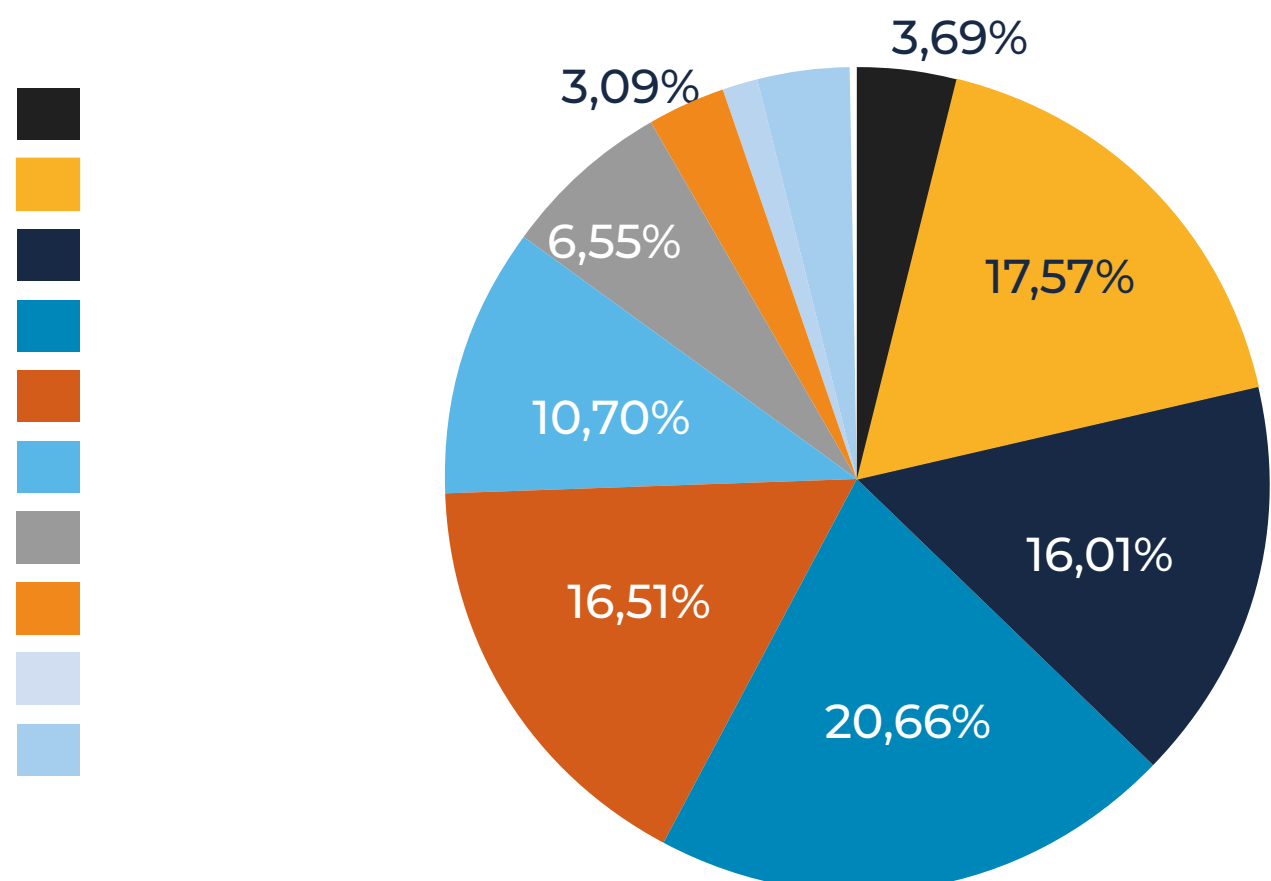
### Situación laboral actual de los encuestados

Ama/o de casa o tareas del hogar	11,76%
Desempleado/a en búsqueda de empleo	3,37%
Desempleado/a no busca empleo	0,92%
Empleado/a en el sector privado	20,16%
Empleado/a en el sector público	15,73%
Emprendedor/a o dueño/a de negocio	12,64%
Estudiante	14,16%
Jubilado/a o pensionista	6,32%
Prefiero no responder	2,68%
Trabajador/a independiente o por cuenta propia	12,27%










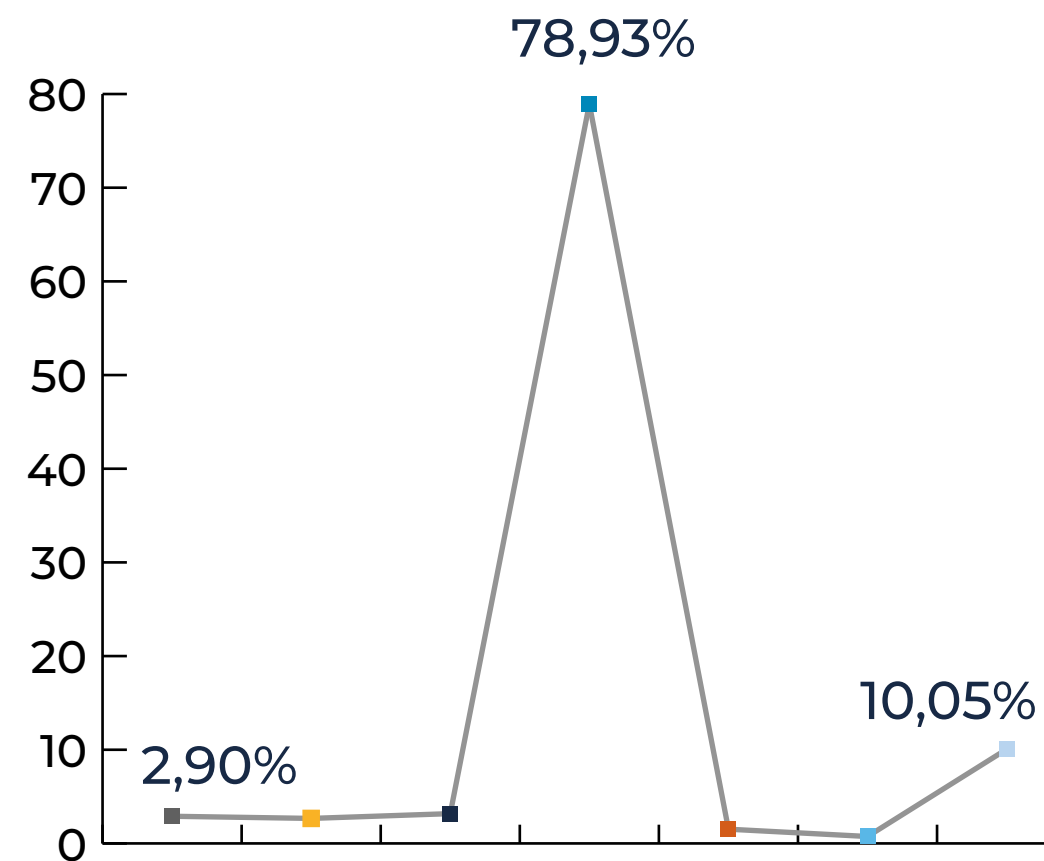
### Número de personas, incluyéndose usted, viajaron en este grupo a la provincia Santa Elena

10 personas o más	3,69%
2 personas	17,57%
3 personas	16,01%
4 personas	20,66%
5 personas	16,51%
6 personas	10,70%
7 personas	6,55%
8 personas	3,09%
9 personas	1,52%
Solo yo (viajé solo/a)	3,69%








### Principal motivo de su visita a la provincia Santa Elena

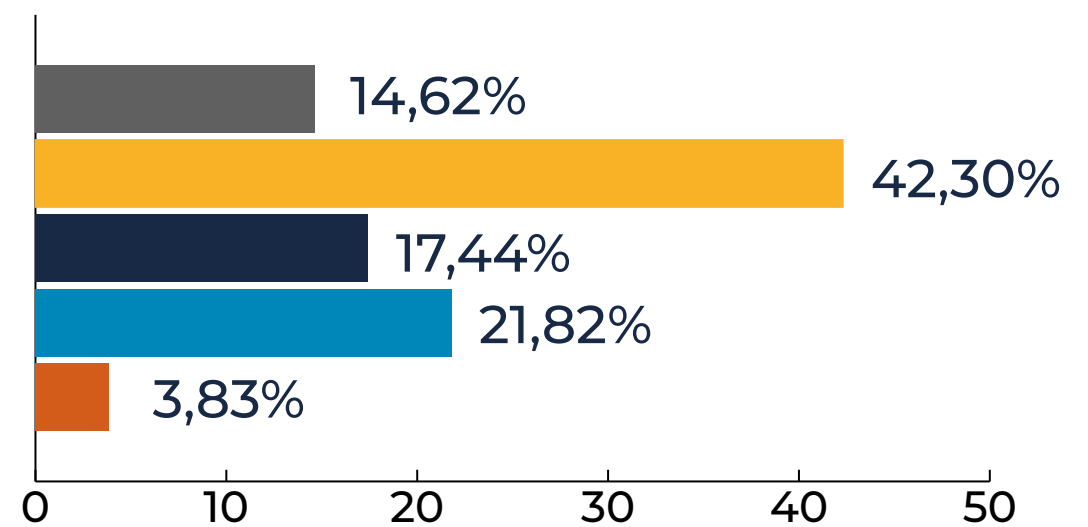
Asistencia a eventos (culturales, deportivos, religiosos, etc.)	2,90%	
Estudios o formación	2,67%	
Negocios, trabajo o eventos corporativos	3,18%	
Ocio / Vacaciones	78,93%	
Salud o tratamiento médico	1,52%	
Trámite personal o gestiones	0,74%	
Visita a familiares o amigos	10,05%	









## SECCIÓN B. PLANEACIÓN DEL VIAJE

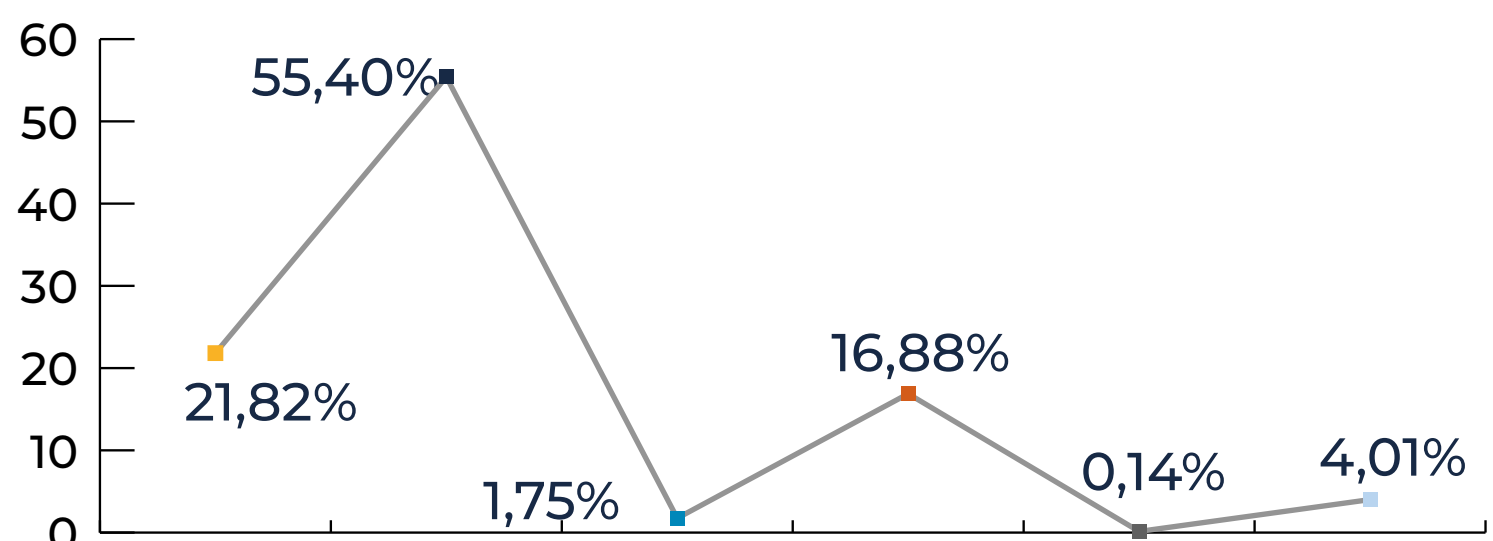
### Las veces que ha visitado la provincia Santa Elena en los últimos 2 años (sin contar esta visita)

1 vez	14,62%	
2-3 veces	42,30%	
4-5 veces	17,44%	
Más de 5 veces	21,82%	
Nunca	3,83%	



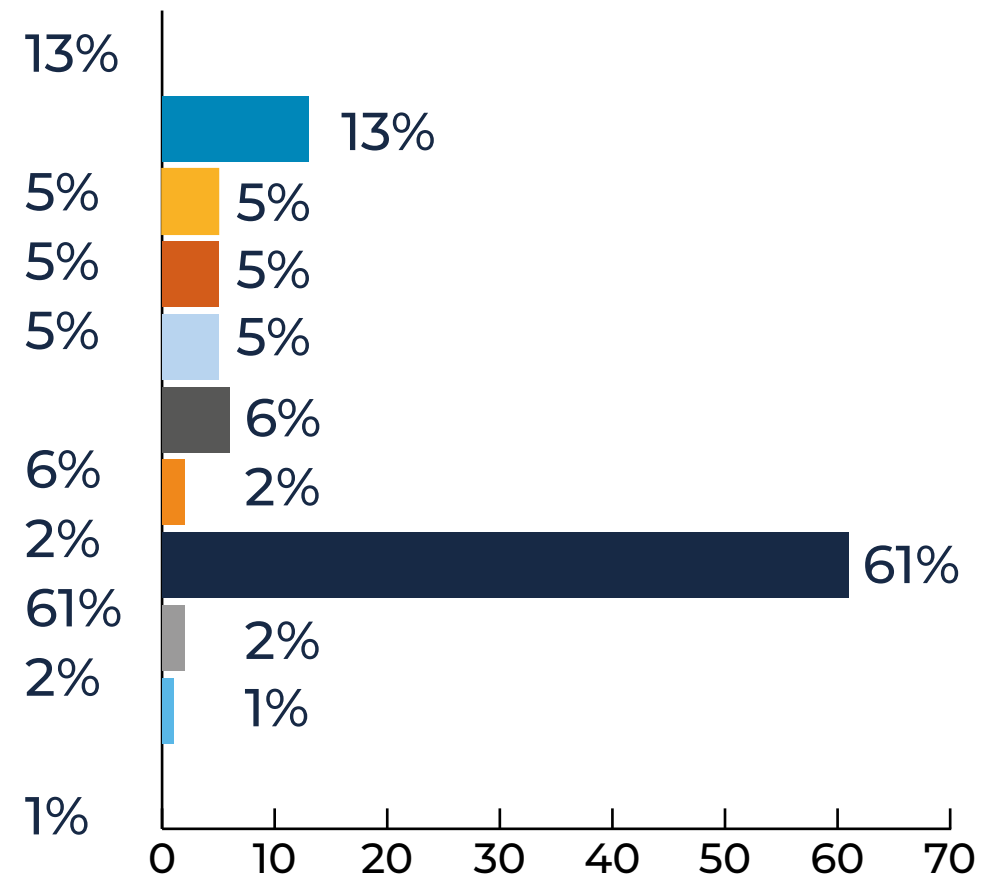
### Con quién viajó en esta ocasión a la provincia Santa Elena

Con amigos/as	21,82%	
Con familia (incluye niños/as)	55,40%	
En grupo organizado (por agencia, institución, etc.)	1,75%	
En pareja	16,88%	
Otro (especifique):	0,14%	
Solo/a	4,01%	



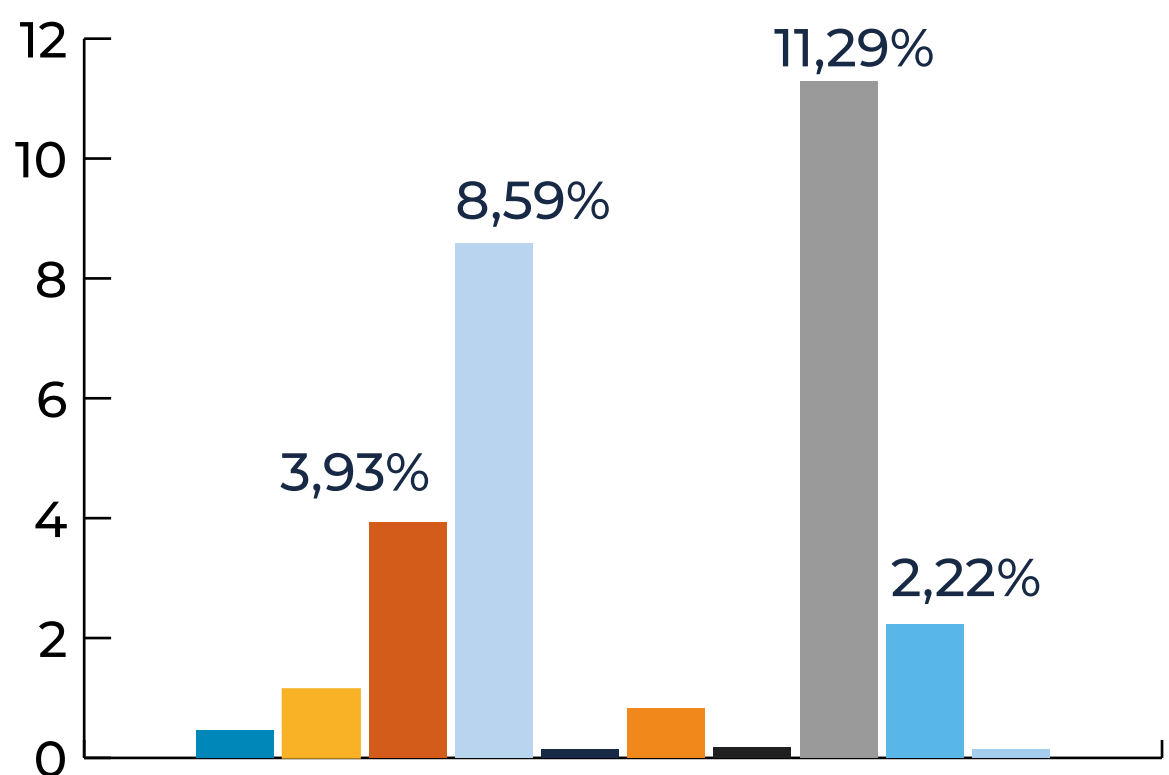
### Tipo de actividad que realizó durante su visita, los encuestados

- Ciudad (parques, malecones, city tours, etc.)
- Cultura y Patrimonio (arquitectura, arte, museos, iglesias, etc.)
- Entretenimiento y vida nocturna
- Gastronomía
- Naturaleza y Aventura (aviturismo, senderismo, flora y fauna, etc.)
- Participación en ferias y convenciones
- Sol y playa
- Turismo deportivo
- Turismo rural (agroturismo, turismo comunitario, recorridos fluviales, etc.)

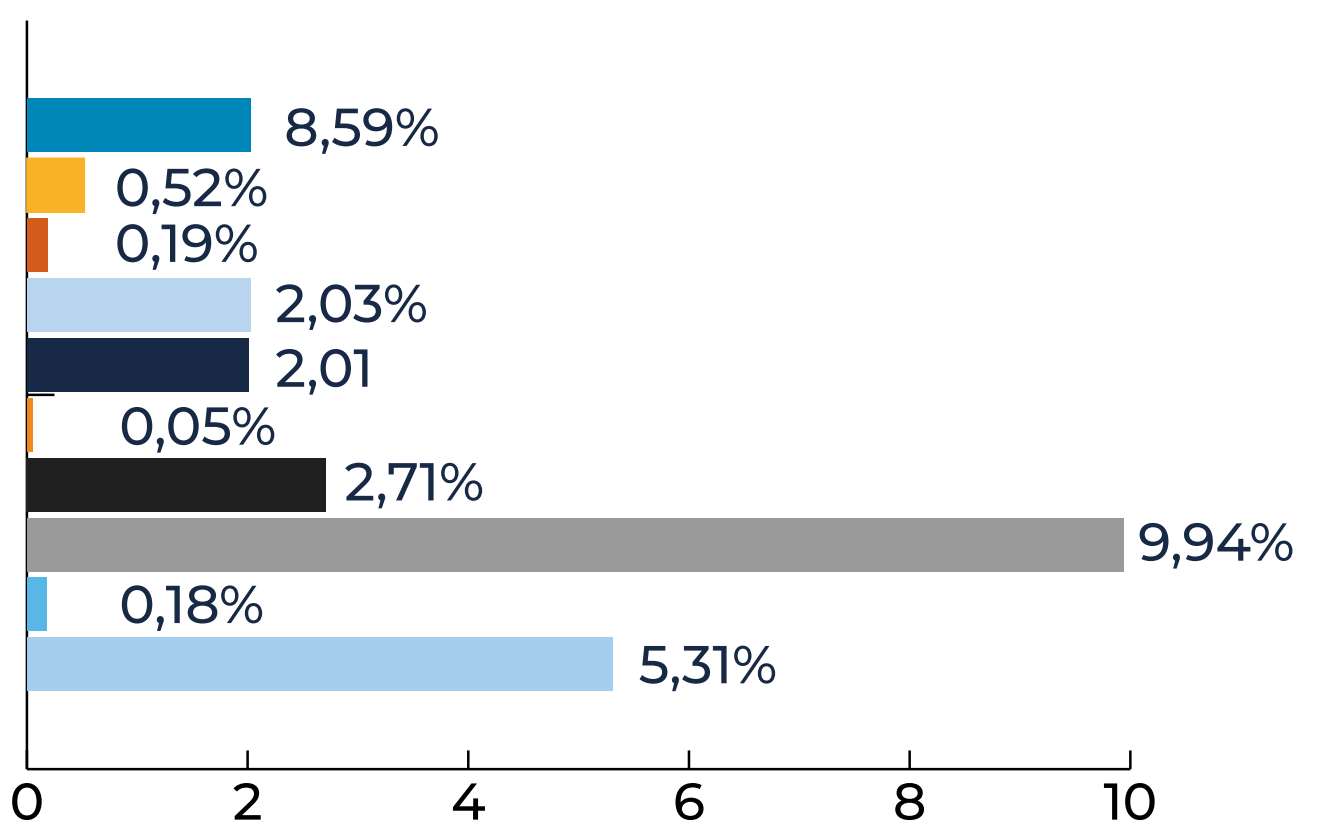












### Lugares que visitó durante su visita en Santa Elena, los encuestados

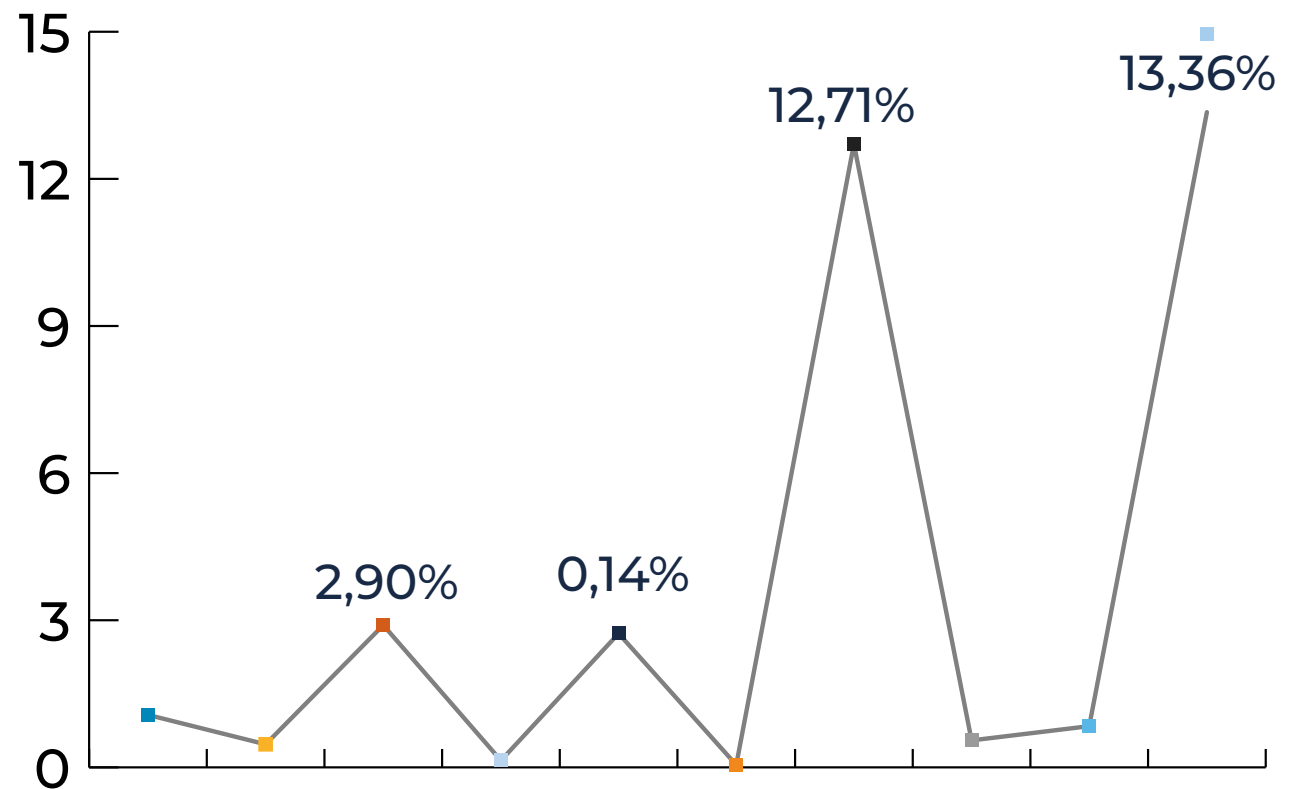
- Libertador Bolívar: 0,46%
- Aguas Termales San Vicente: 1,15%
- Ayangue: 3,93%
- Ballenita: 8,59%
- Barcelona: 0,14%
- Cadeate: 0,83%
- Chanduy: 0,18%
- Chipipe: 11,29%
- Chuyuipe: 2,22%
- Colonche: 0,14%









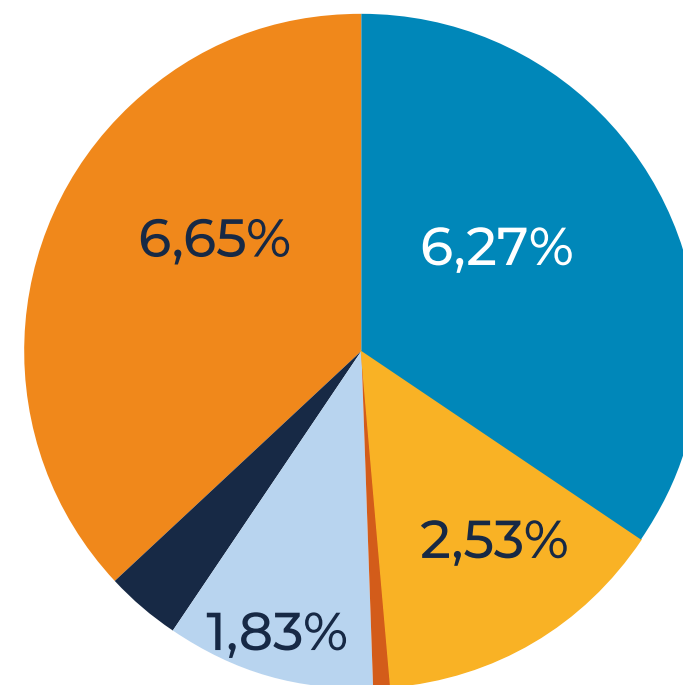
- Curia: 2,03%
- Dos Mangas: 0,52%
- La Entrada: 0,19%
- La Libertad: 2,03%
- Libertador Bolívar: 2,01%
- Loma alta: 0,05%
- Manglaralto: 2,71%
- Montañita: 9,94%
- Monteverde: 0,18%
- Olón: 5,31%









Palmar	1,07%	
Playa Rosada	0,47%	
Puerto Lucía	2,90%	
Punta Carnero	0,14%	
REMACOPSE	2,73%	
Salanguillo	0,05%	
Salinas	12,71%	
San Antonio	0,55%	
San José de Ancón	0,84%	
San Lorenzo	13,36%	

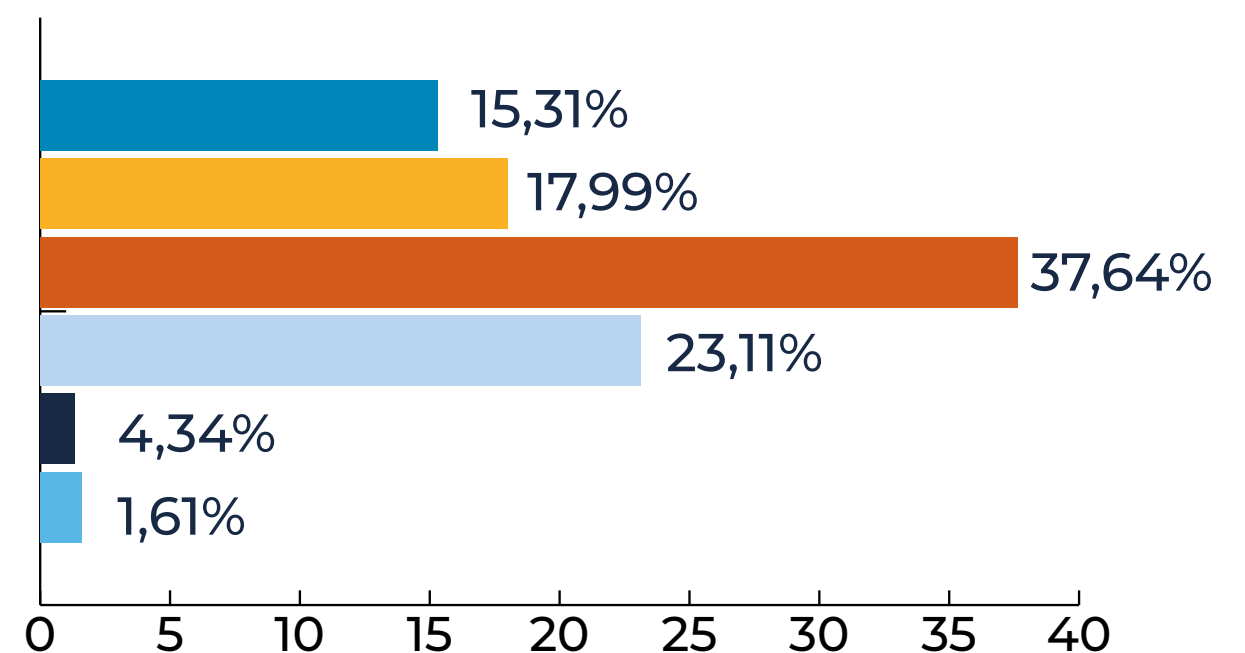


San Pablo	6,27%	
San Pedro	2,53%	
Santa Elena	0,14%	
Valdivia	1,83%	
Zoológico Rapaz Lana	0,65%	
Prefiero no responder	6,65%	



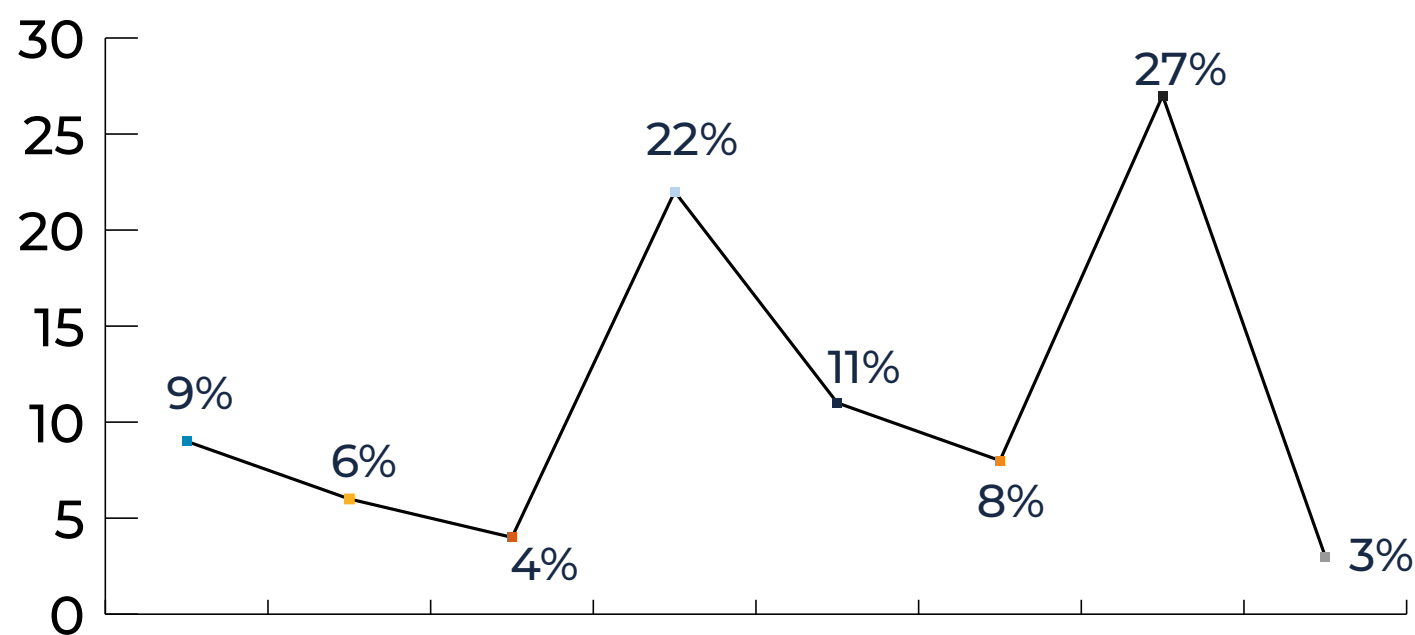
### Número de noches que se quedaron en la provincia Santa Elena

0 noches (visita por el día)	15,31%	
1 noche	17,99%	
2 noches	37,64%	
3 noches	23,11%	
4 a 6 noches	4,34%	
7 noches o más	1,61%	



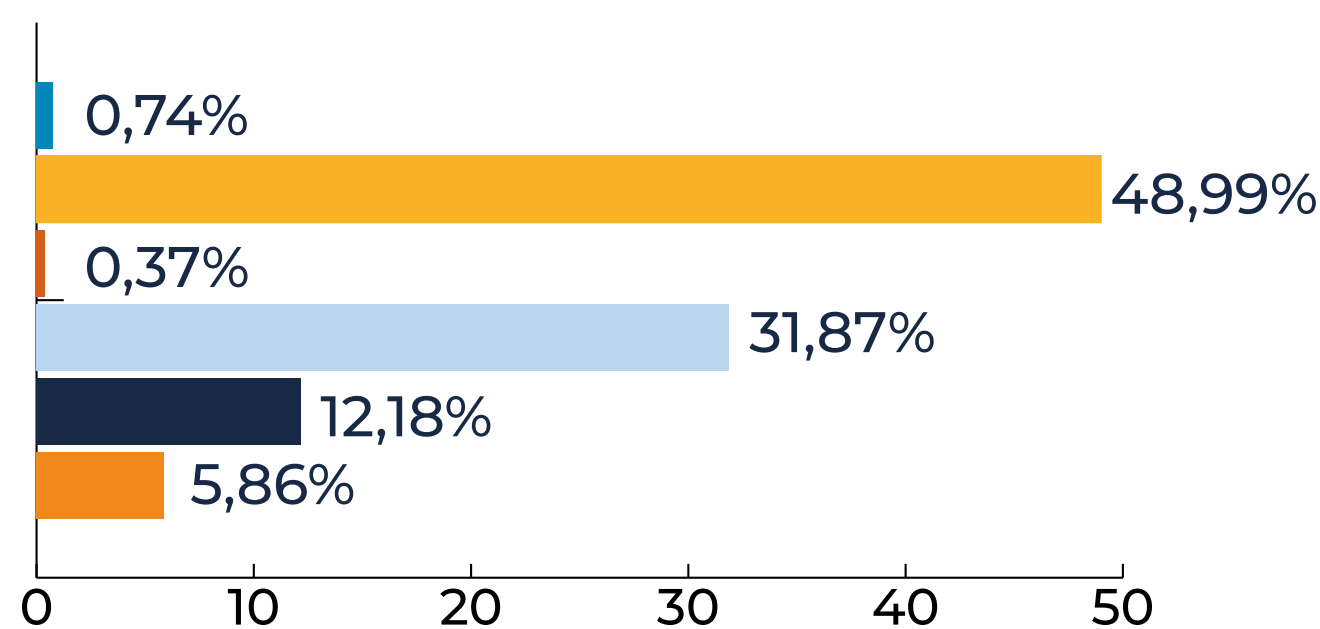
## Medios por los que buscó información sobre la provincia Santa Elena y/o sobre servicios turísticos, previo a su viaje

Buscadores de Internet: Google Search, YouTube, Bing, Yahoo	19%	
Agencias en línea: Booking, Expedia, Hotels.com, Airbnb	6%	
Agentes de viaje tradicionales y operadoras de turismo	4%	
Recomendaciones personales de amigos o familiares	22%	
Recomendaciones y opiniones online de otros turistas (TripAdvisor, Yelp)	11%	
Sitio web del destino	8%	
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok)	27%	
Otro medio	3%	



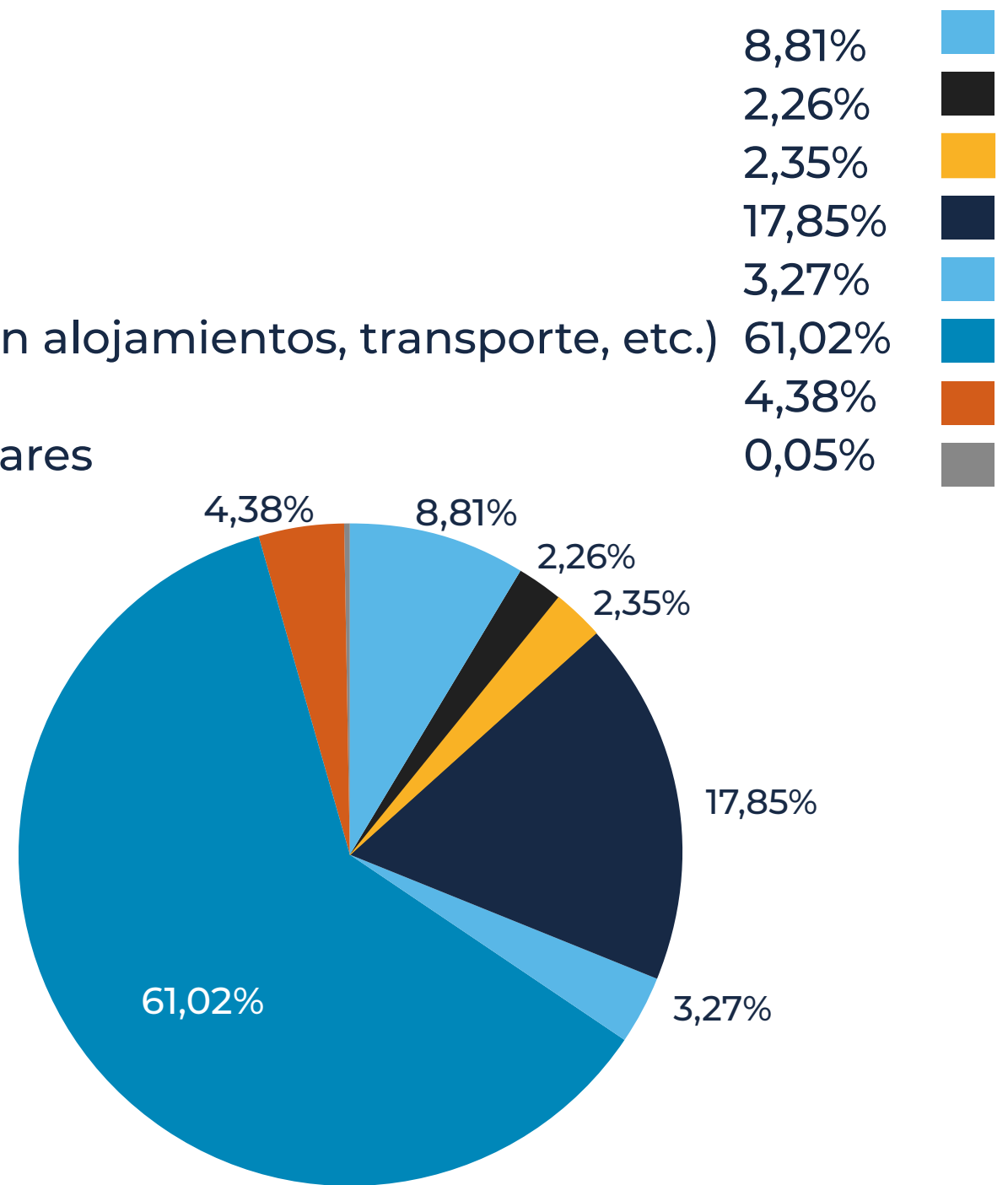
## Fue fácil o difícil buscar información sobre el destino Santa Elena antes de su viaje, los encuestados

Difícil	0,74%	
Fácil	48,99%	
Muy difícil	0,37%	
Muy fácil	31,87%	
Ni fácil ni difícil	12,18%	
No busqué información	5,86%	



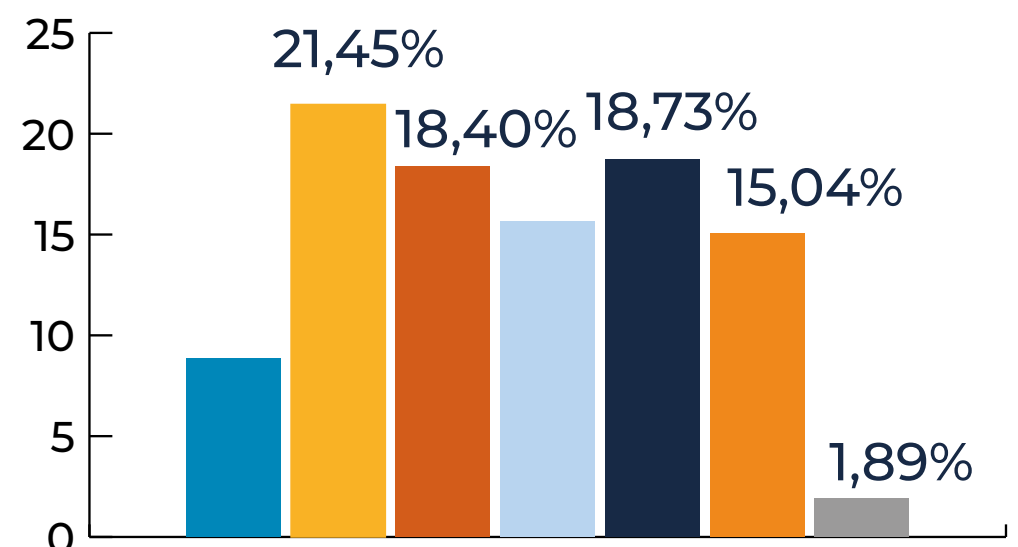
### Forma como organizó su viaje los encuestados

- A través de redes sociales o grupos de viaje
- A través de una agencia de viajes en línea (OTA)
- A través de una agencia de viajes presencial
- Con ayuda de familiares o amigos en el destino
- Otro (especifique)
- Por cuenta propia (contactando directamente con alojamientos, transporte, etc.)
- Por medio de un paquete turístico
- Recomendaciones personales de amigos o familiares



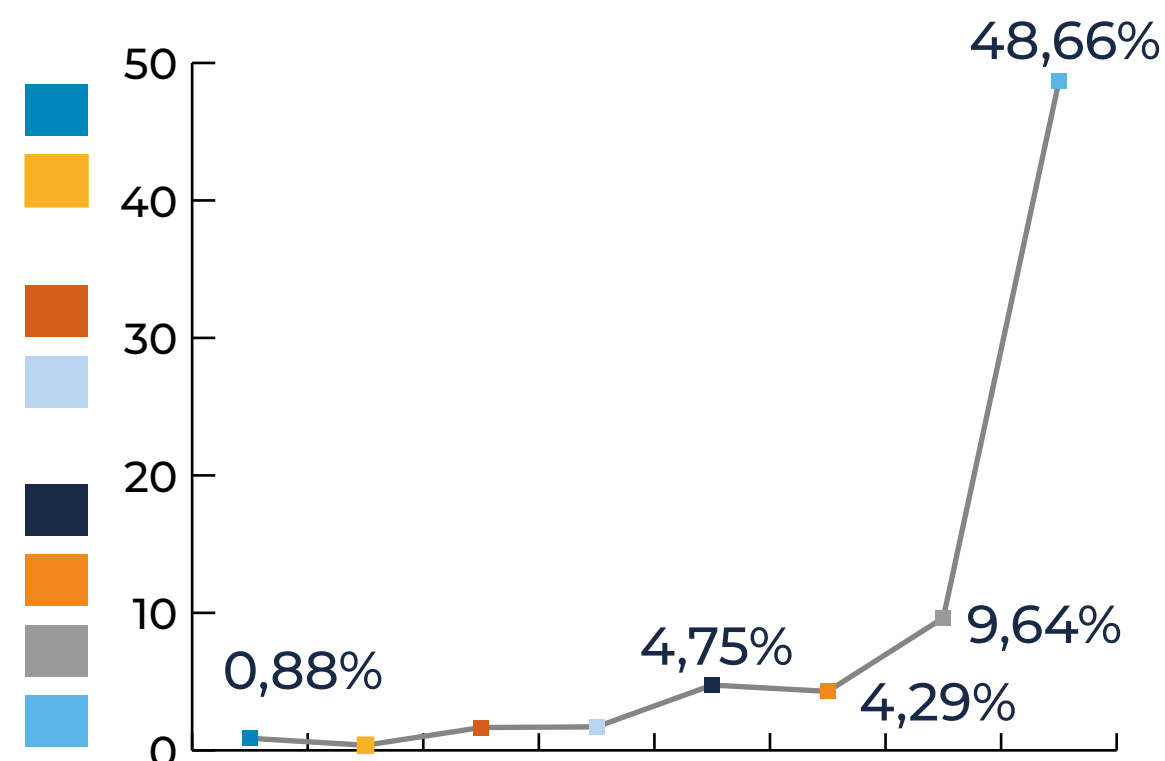
### Tiempo que tomó organizar su viaje a Santa Elena

- 1 a 2 meses antes: 8,86%
- 1 a 2 semanas antes: 21,45%
- 1 a 3 días antes: 18,40%
- 3 a 4 semanas antes: 15,64%
- 4 a 7 días antes: 18,73%
- El mismo día del viaje: 15,04%
- Más de 2 meses antes: 1,89%



### Medio de transporte que arribó a Santa Elena en este viaje

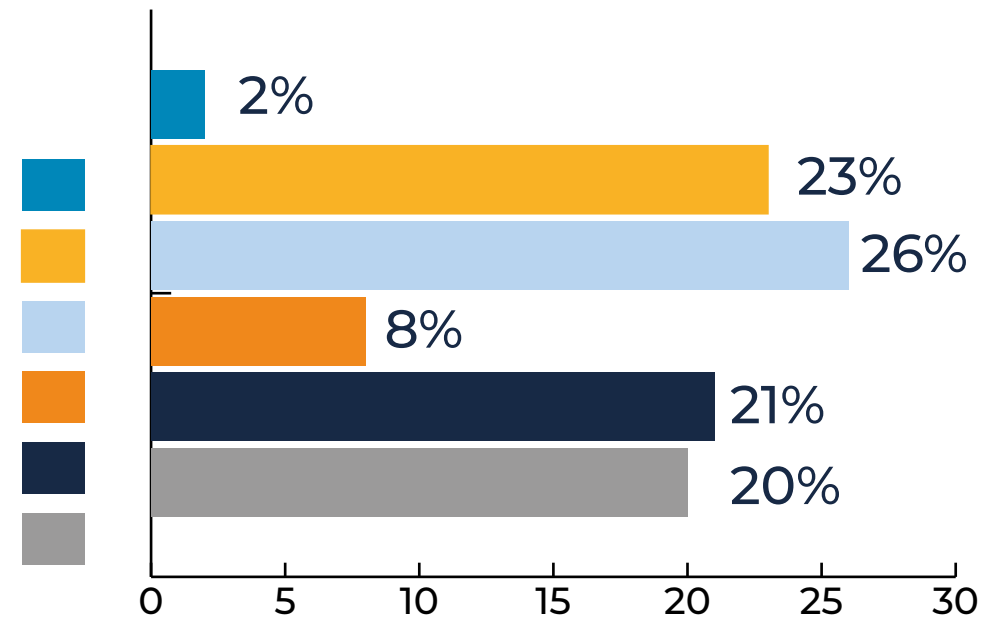
- Avión (hasta ciudad cercana + traslado terrestre): 0,88%
- Otro (especifique): \_\_\_\_\_: 0,37%
- Servicio de transporte por app (Uber, InDrive, etc.): 1,66%
- Taxi amarillo: 1,71%
- Transporte turístico contratado (tour, agencia): 4,75%
- Vehículo de alquiler sin conductor: 4,29%
- Vehículo de un familiar o amigo: 9,64%
- Vehículo propio: 48,66%



## SECCIÓN C. ESTRUCTURA DE CONSUMO

### Principales medios de traslado durante su visita

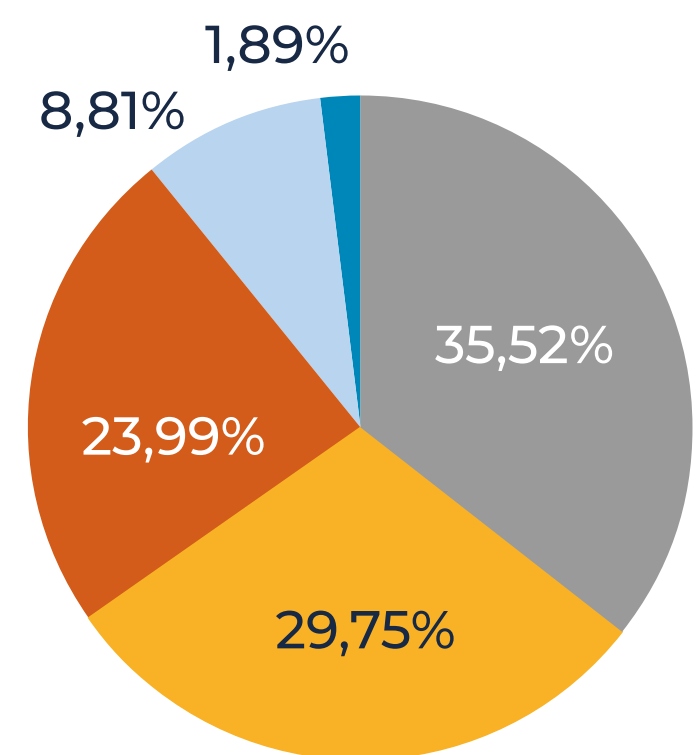
Bicicleta	2%
Taxi amarillo	23%
Transporte público (bus)	26%
Uber u otras aplicaciones de transporte privado	8%
Vehículo motorizado alquilado	21%
Vehículo motorizado familiar o amigo	20%



### Presupuesto total por persona para el gasto asociado con su viaje por día, los encuestados

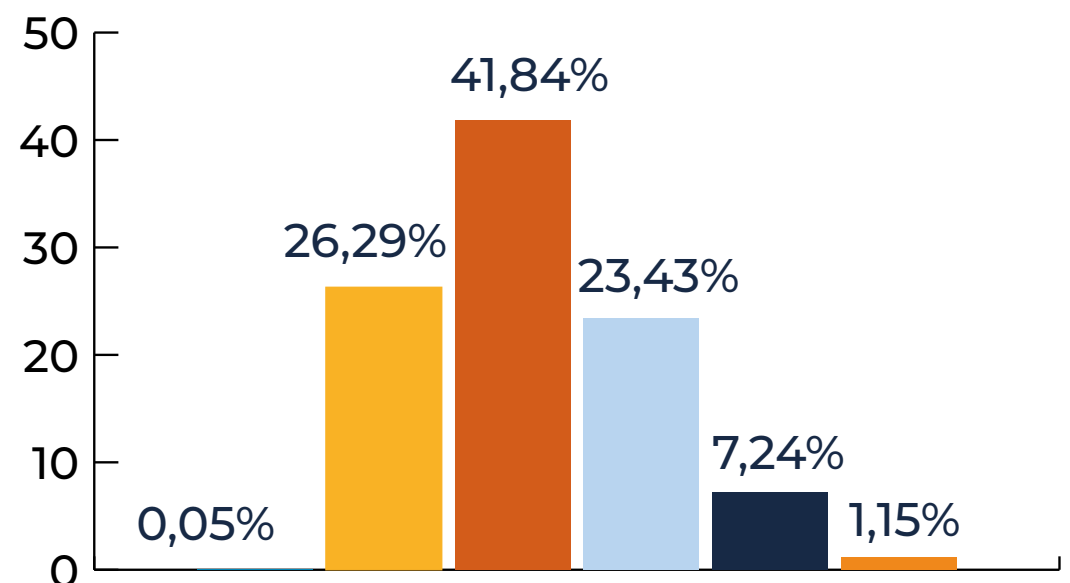
#### A. Alojamiento (hotel, hostel, alquiler vacacional)

0 (Sin gasto en este concepto)	0,05%
Menos de \$20	35,52%
De \$21 a \$50	29,75%
De \$51 a \$100	23,99%
Más de \$100	8,81%
Más de \$200	1,89%



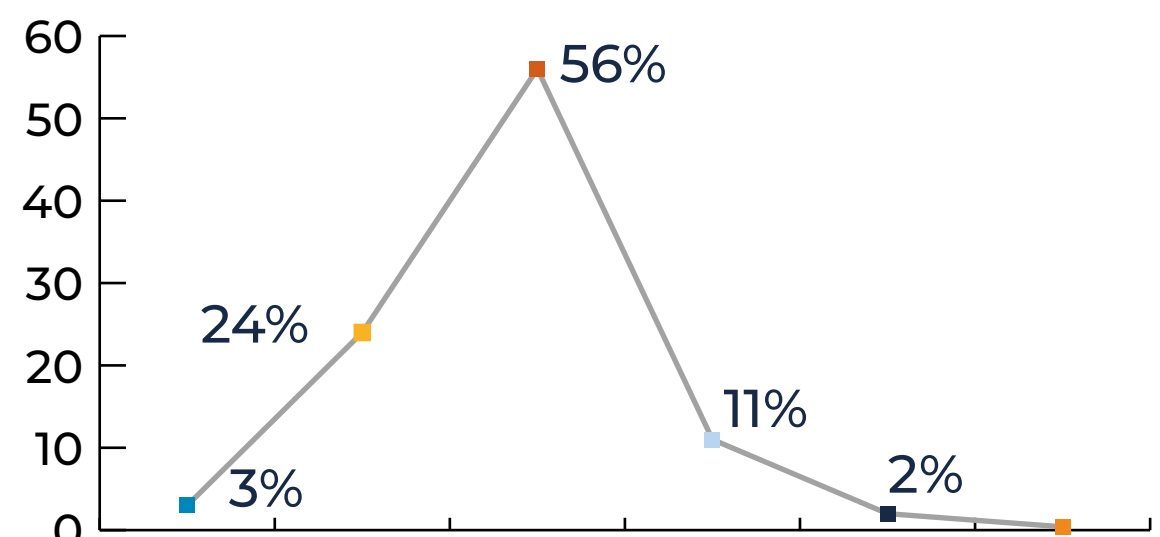
### Alimentación por día por persona (desayuno, almuerzo y cena).

0 (Sin gasto en este concepto)	0,05%
Menos de \$20	26,29%
De \$21 a \$50	41,84%
De \$51 a \$100	23,43%
Más de \$100	7,24%
Más de \$200	1,15%



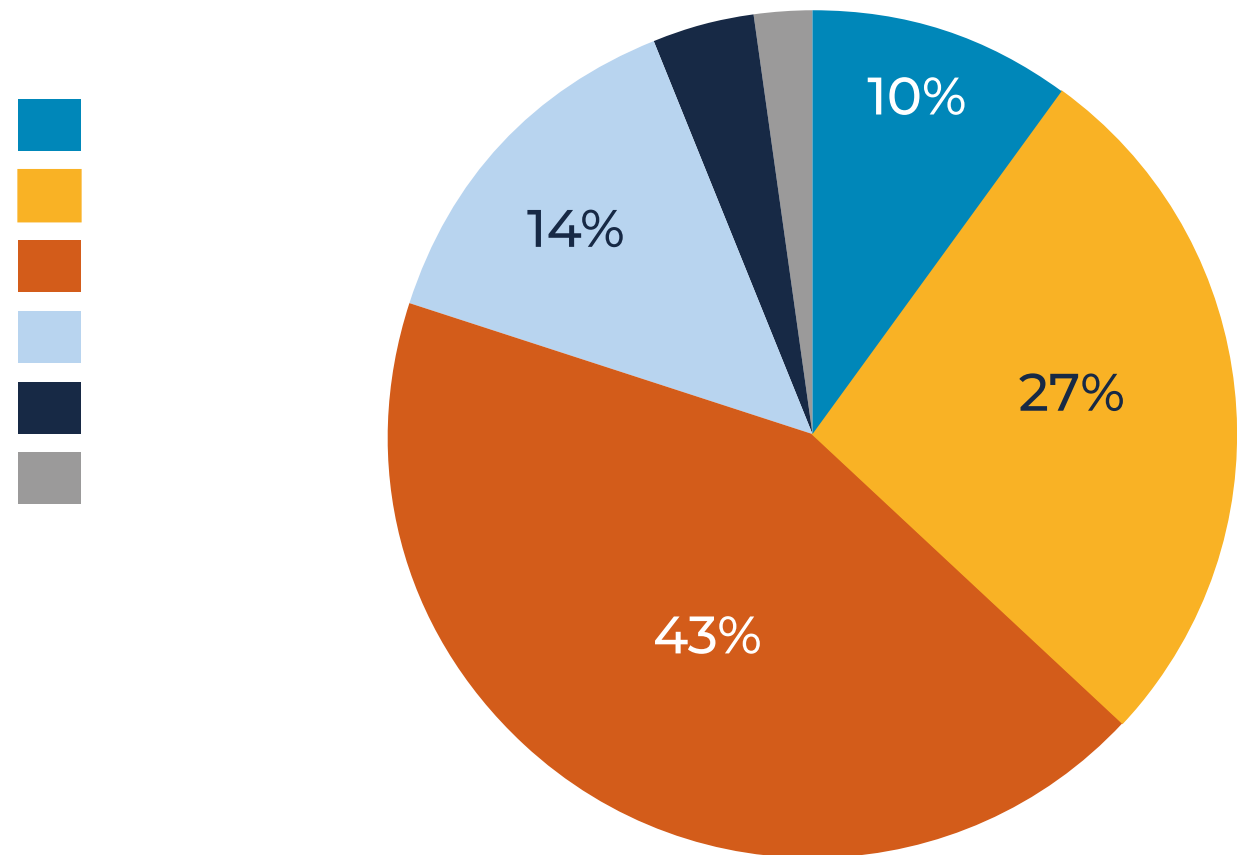
### Transporte interno por día (taxis, bus, estacionamiento, gasolina, alquiler de auto, etc.)

0 (Sin gasto en este concepto)	3%
Menos de \$20	24%
De \$21 a \$50	56%
De \$51 a \$100	11%
Más de \$100	2%
Más de \$200	0,4%



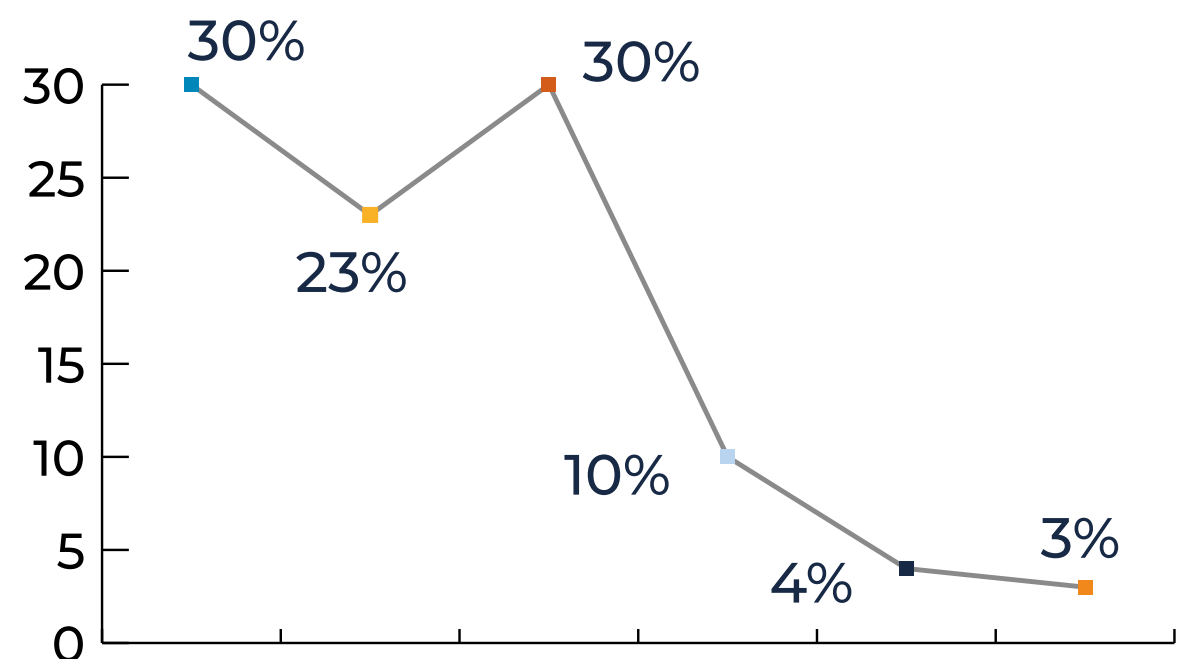
## Entretenimiento, ocio y cultura por día (festivales, cine, atracciones, etc.)

0 (Sin gasto en este concepto)	10%
Menos de \$20	27%
De \$21 a \$50	43%
De \$51 a \$100	14%
Más de \$100	4%
Más de \$200	2%



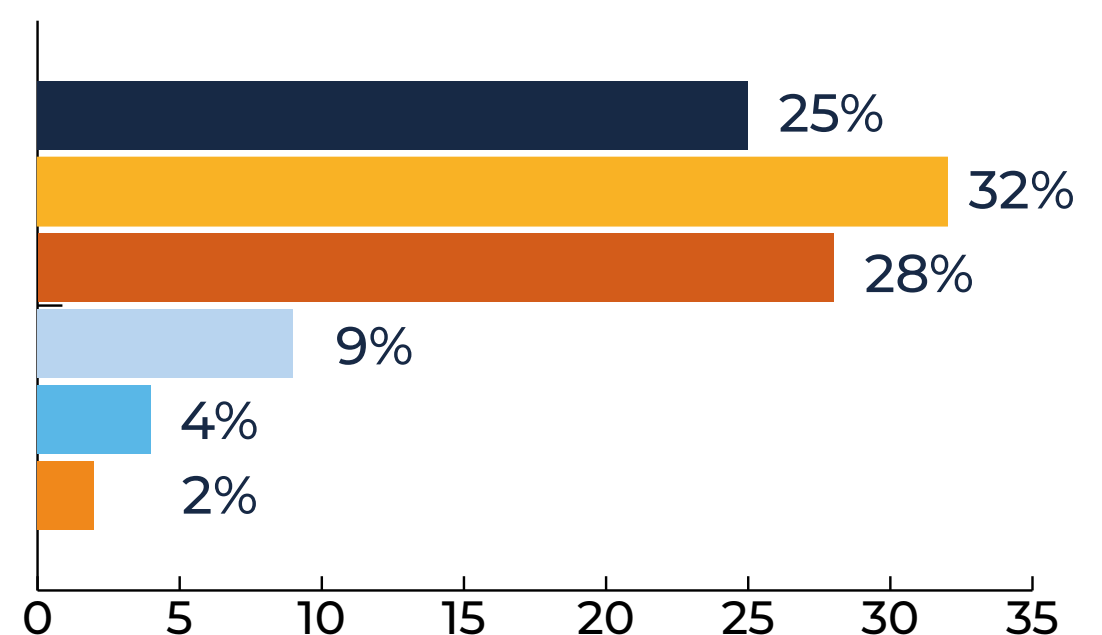
## Compras de ropa, calzado, artículos personales por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	30%
Menos de \$20	23%
De \$21 a \$50	30%
De \$51 a \$100	10%
Más de \$100	4%
Más de \$200	3%



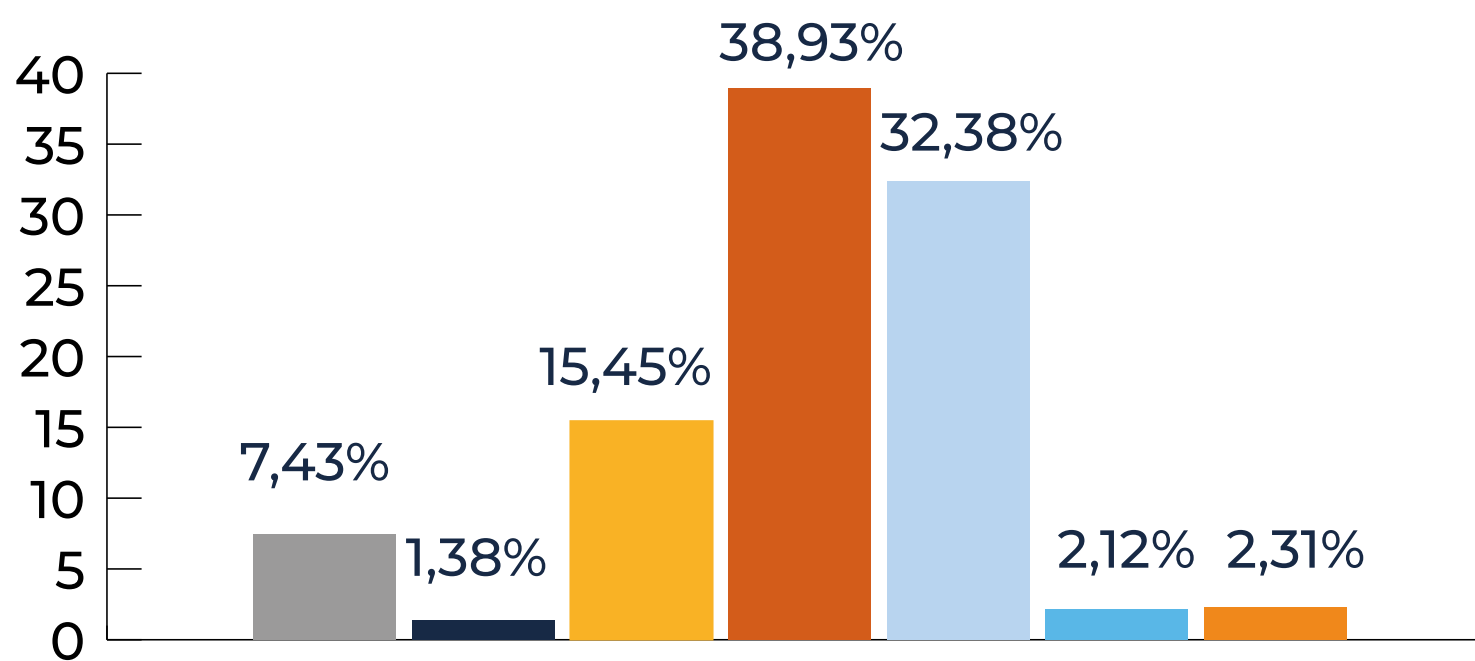
## Recuerdos, souvenirs y artesanías por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	25%
Menos de \$20	32%
De \$21 a \$50	28%
De \$51 a \$100	9%
Más de \$100	4%
Más de \$200	2%



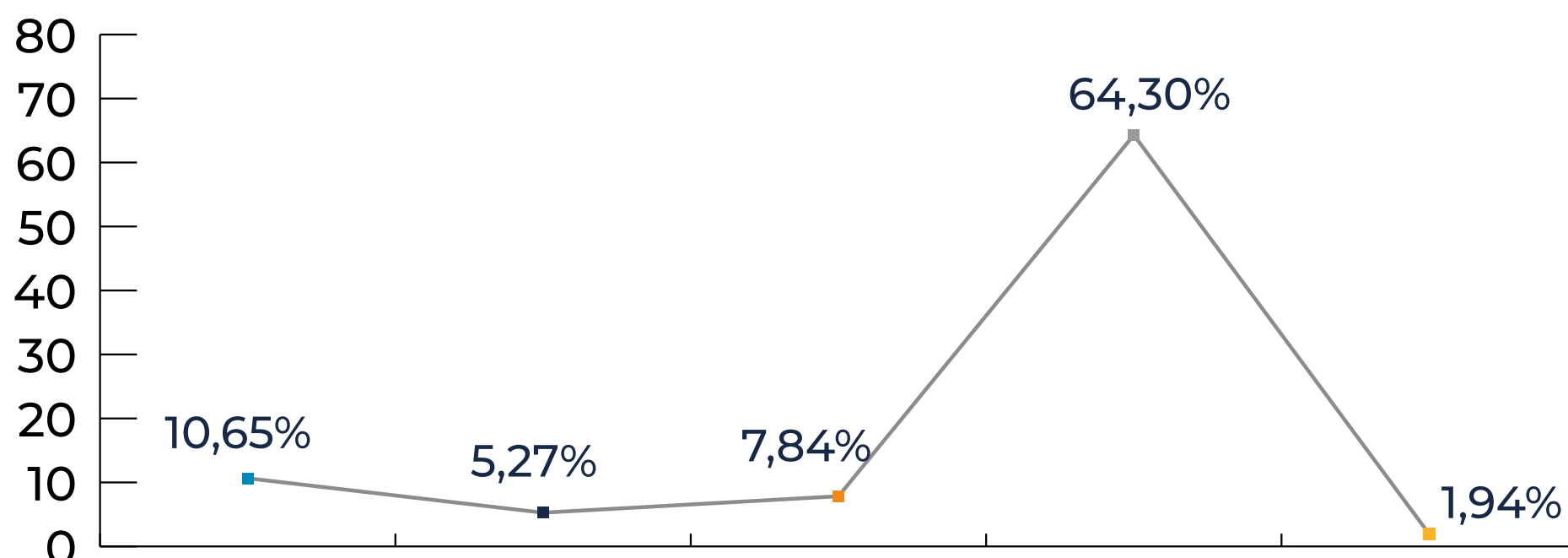
## Rubro dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes, los encuestados

Alojamiento (Hoteles de lujo, Airbnb premium, etc.)	7,43%	■
Transporte y vuelos (Clases ejecutivas, viajes directos, alquiler de autos de alta gama)	1,38%	■
Experiencias y actividades (Tour exclusivos, entradas VIP, deportes de aventura)	15,45%	■
Gastronomía (Restaurantes de alta cocina, experiencias culinarias)	38,93%	■
Actividades recreativas, culturales o de entretenimiento	32,38%	■
Compras personales (ropa, calzado, tecnología, etc.)	2,12%	■
Recuerdos, artesanías y souvenirs	2,31%	■

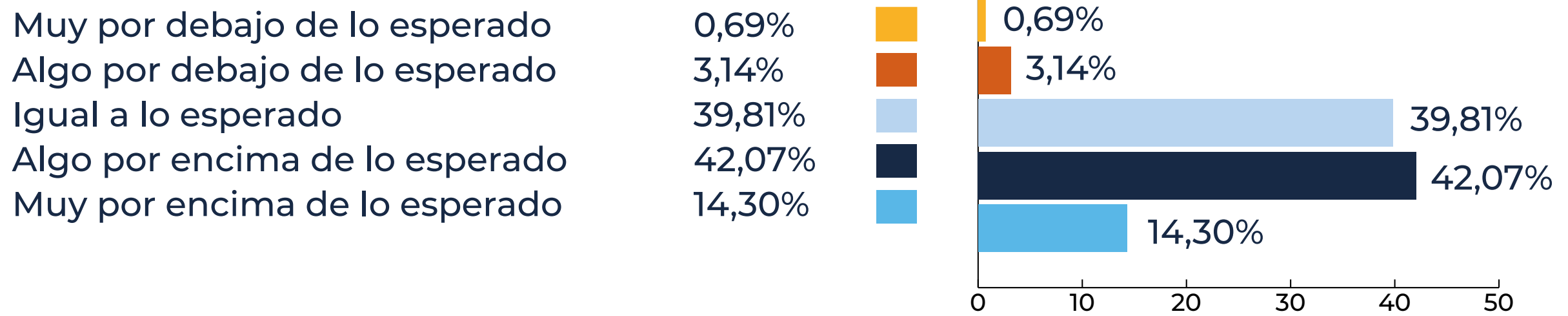


## Considerando su situación económica, en qué categoría se clasificaría como viajero

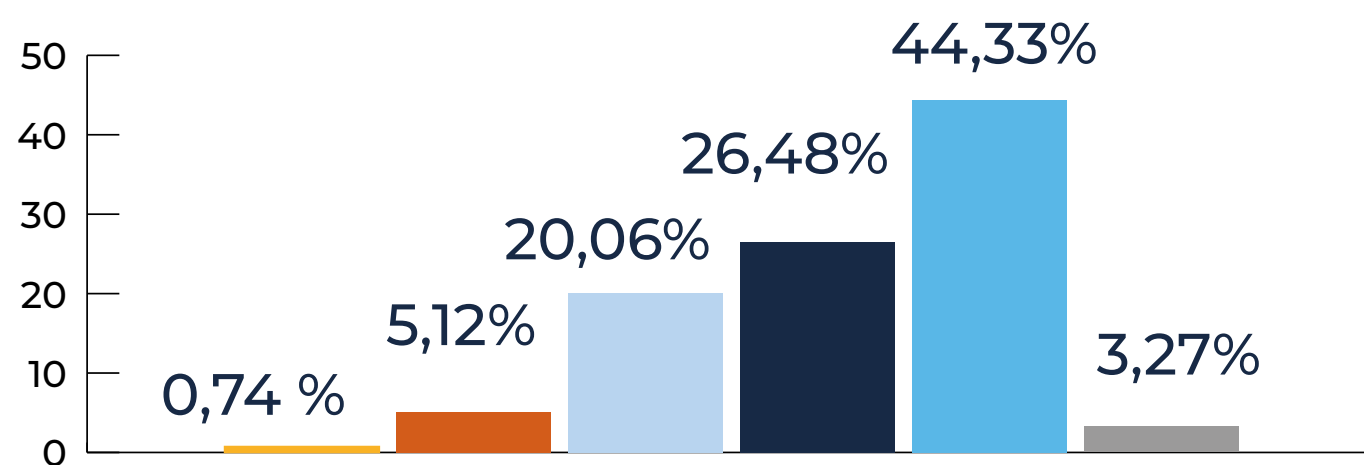
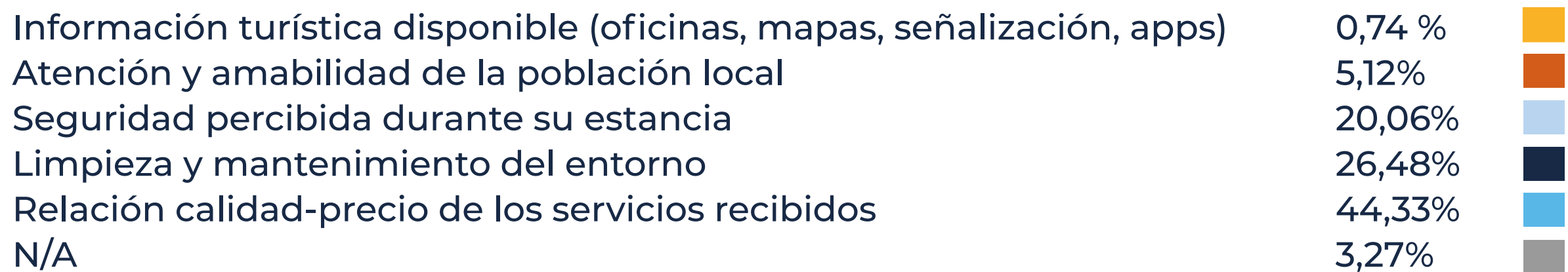
Prefiero no responder	10,65%	■
Viajero de Bajo Presupuesto/Mochilero: Mi prioridad es el costo más bajo posible, maximizando el ahorro.	15,27%	■
Viajero de Gama Alta: Busco calidad, me permito gastos significativos, pero soy consciente de mi presupuesto.	7,84%	■
Viajero de Gama Media: Priorizo el equilibrio entre costo y calidad; no escatimo en lo necesario, pero busco ofertas.	64,30%	■
Viajero de Lujo: Mi presupuesto es ilimitado y priorizo el confort y la exclusividad.	1,94%	■



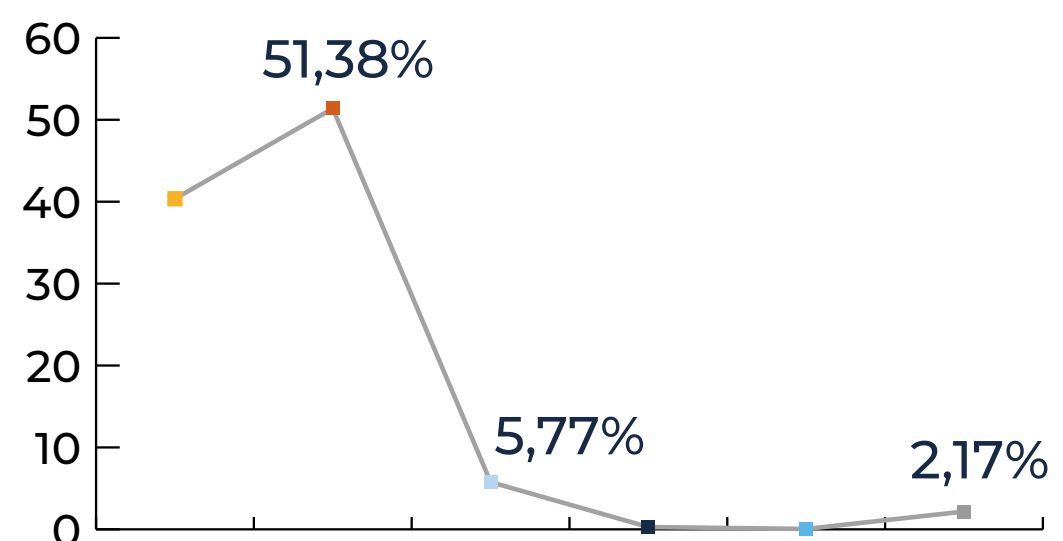
## La relación de sus expectativas y la realidad del destino, los encuestados



## Nivel de satisfacción con los servicios durante su visita en la provincia Santa Elena

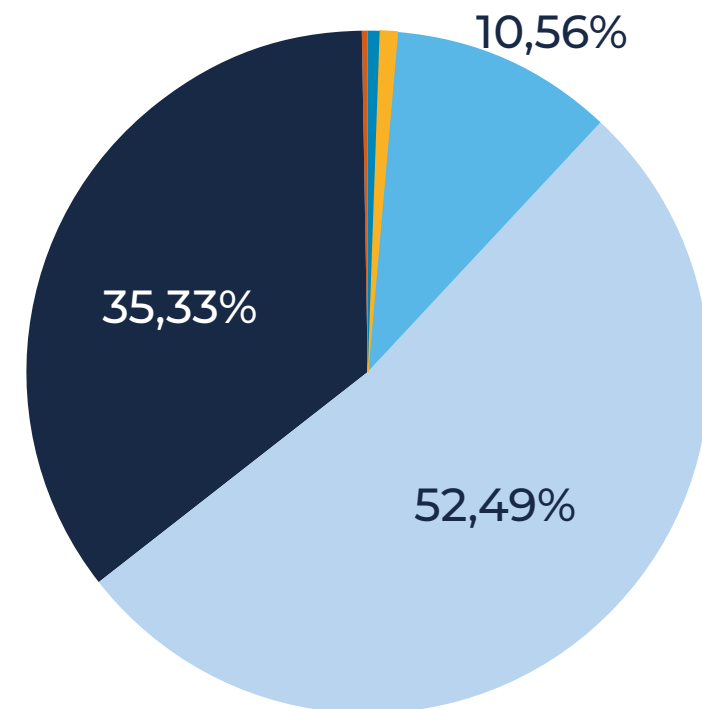


## Nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado



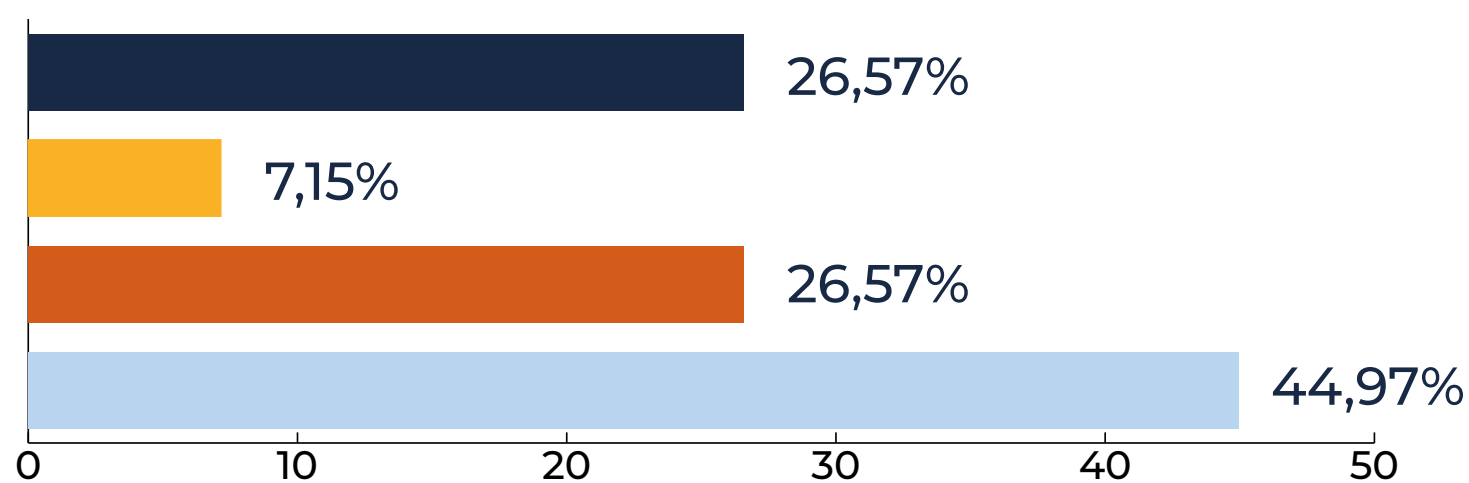
### Es probable que vuelva a visitar Santa Elena, los encuestados

Muy improbable	0,74%
Improbable	0,83%
Ni probable ni improbable	10,56%
Probable	52,49%
Muy probable	35,33%
Prefiero no responder	0,05%



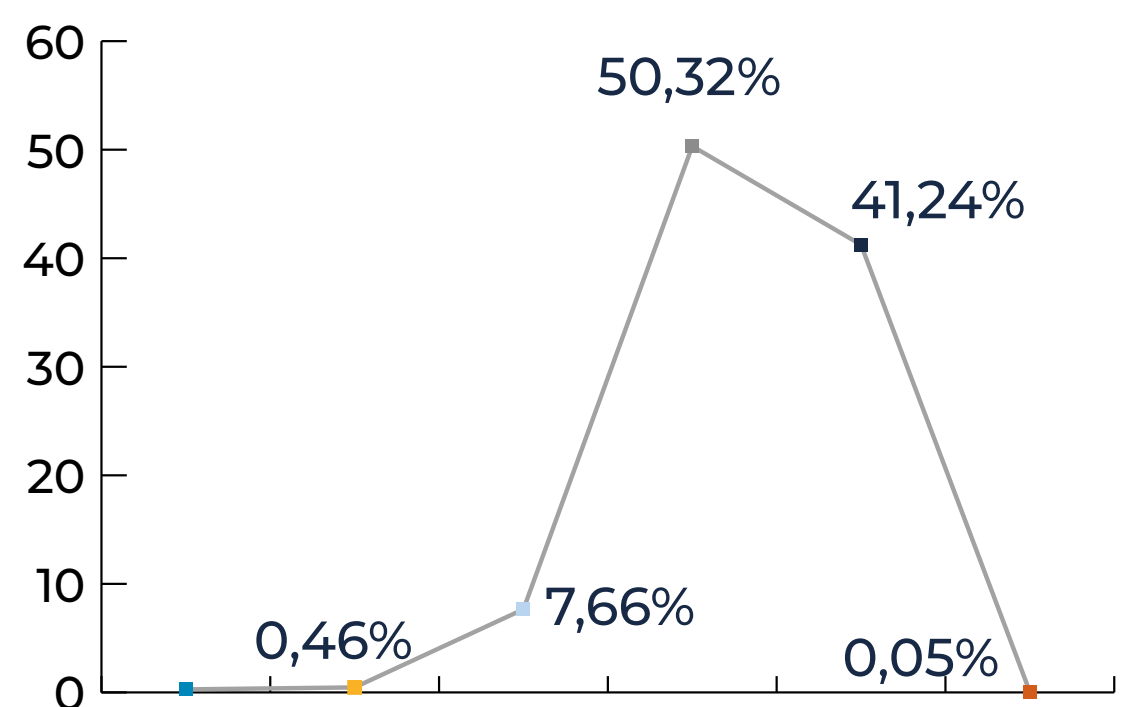
### Por qué NO recomendaría visitar Santa Elena

Los servicios turísticos utilizados no cumplieron mis necesidades	26,57%
Fue muy difícil encontrar servicios turísticos que necesitaba	7,15%
Actividades y atractivos turísticos poco diversificados	26,57%
Se sintió inseguridad	44,97%



### Recomendaría a un amigo o colega visitar Santa Elena

Muy improbable	0,28%
Improbable	0,46%
Ni probable ni improbable	7,66%
Probable	50,32%
Muy probable	41,24%
Prefiero no responder	0,05%



Ph.D. Myriam Sarabia Molina  
Directora Observatorio Turístico Sostenible OTS