



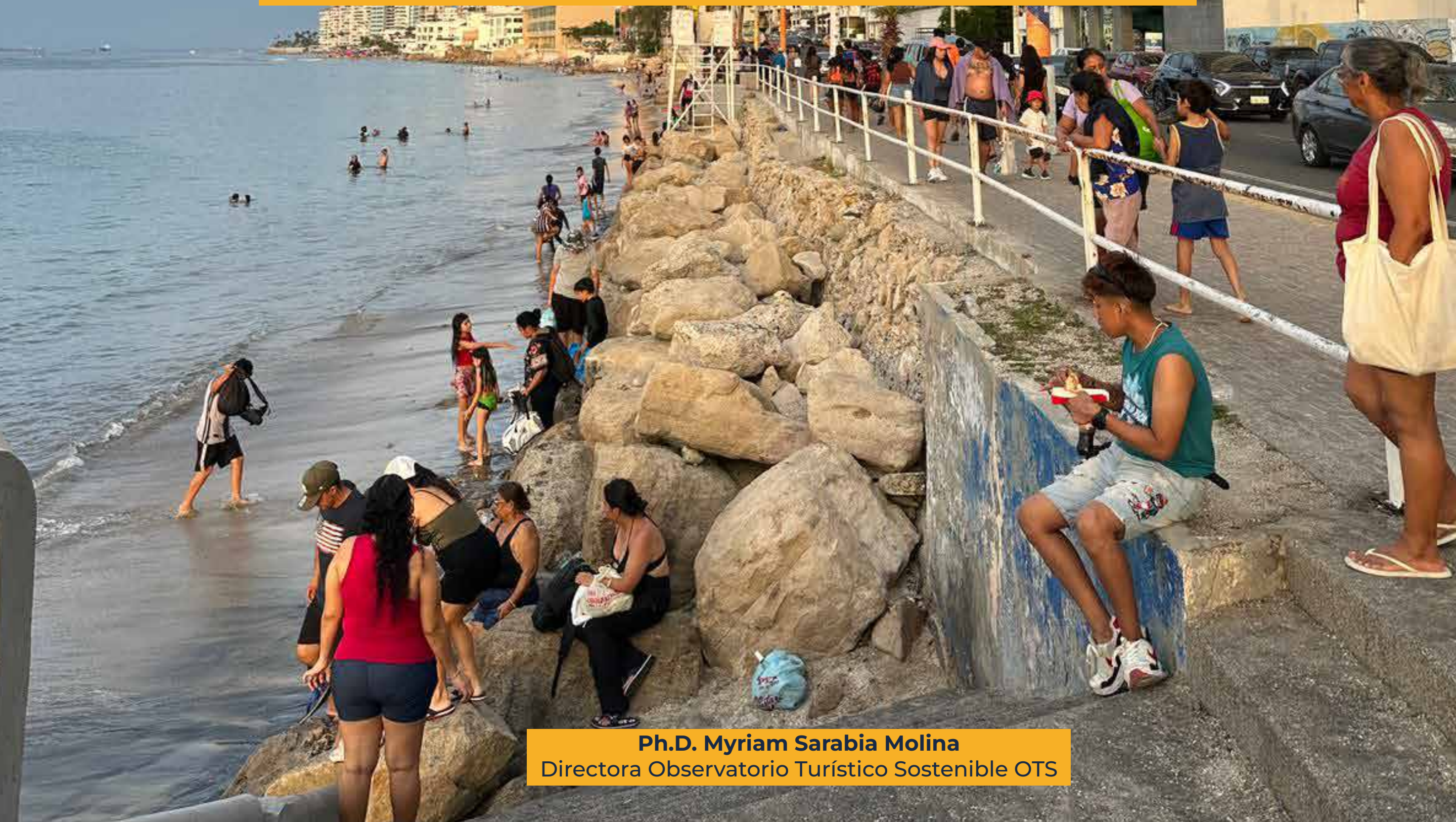
OBSERVATORIO  
TURÍSTICO  
SOSTENIBLE

**UPSE**

# REPORTE TÉCNICO Y ESTADÍSTICO

**03**

## FERIADO SEMANA SANTA 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:**

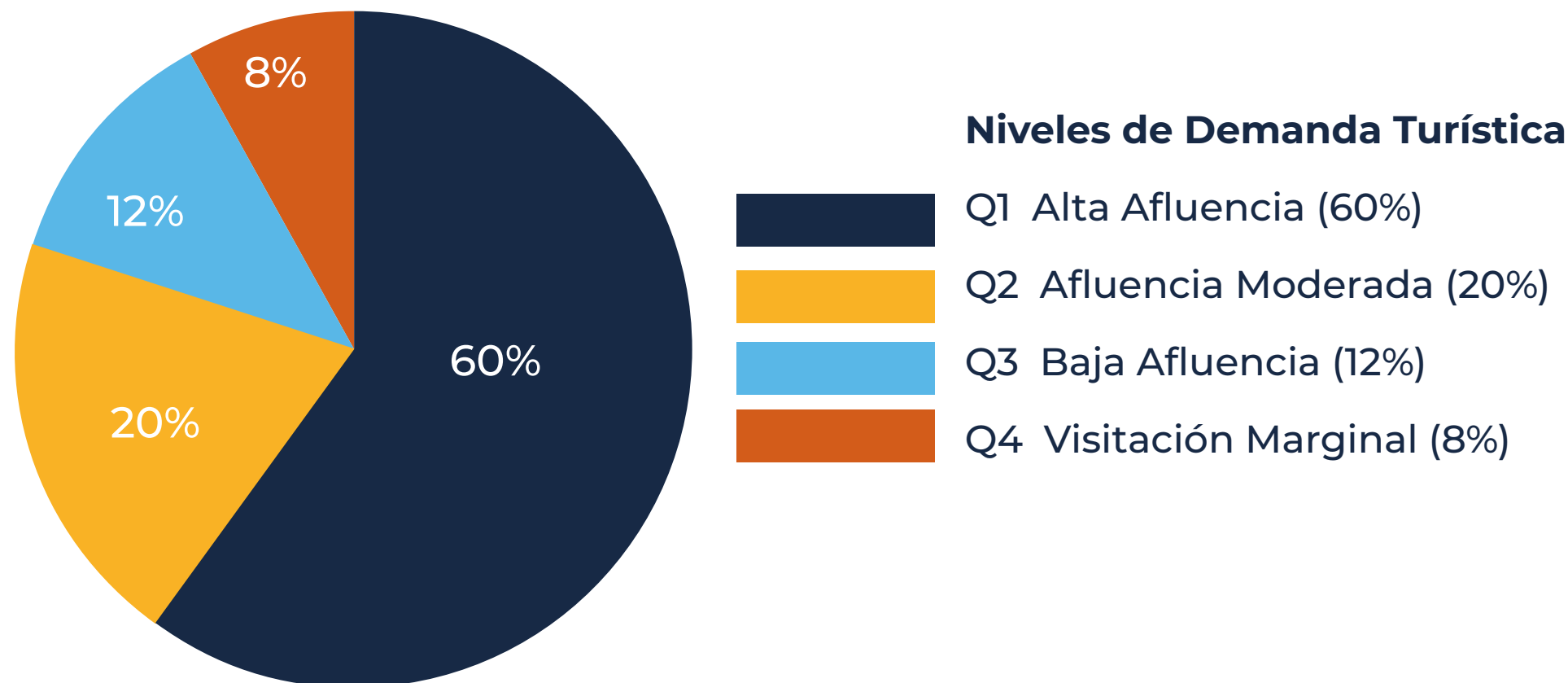
Desarrollado por el Observatorio Turístico Sostenible con colaboración de los Grupos de Investigación Tourism, Technology y Management TTM & Tecnología, Ciencia y Educación TECED expone los resultados de un exhaustivo levantamiento de información ejecutado durante el feriado nacional de Semana Santa, en el periodo comprendido entre el 03, 04 y 05 de abril del 2026. El despliegue del trabajo de campo estuvo a cargo de un equipo estructurado de 8 estudiantes de la Carrera Turismo Matriz del octavo semestre y 5 estudiantes de la Carrera Administración de Empresas del octavo semestre (PAO 2026-1), Kerly Nallely Granados Medina, Jhon Alexis González Torres, Eliana Guadalupe Del Pezo Del Pezo, Ambar Anahi Pita Pisco, Damarys Belén Humanante Soriano, Lissette Odalis González Chasiguasin, Geanella Xiomara Morales Basilio, Eick Sebastián Flores Cedeño, Brittany Lisbeth Borbor Suárez, José David Valarezo Salavarría, Danna Mayrin Pilligua Rodríguez, Lisbeth Estefanía Ramírez Tomala, Isaac Gabriel Malave Avila, actuando como encuestadores in situ, lograron aplicar con éxito un total de 2,315 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 el feriado.

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	Palya 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 2,315 encuestas aplicadas a turistas en la provincia Santa Elena durante el feriado de abril del 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.

El conteo vehicular en el peaje Olmedo (red vial E40) registró 49.200 vehículos ingresados y en el Paradero Turístico Montañita (red vial E15) 14.700 vehículos.

Fuente: Comisión de Tránsito del Ecuador

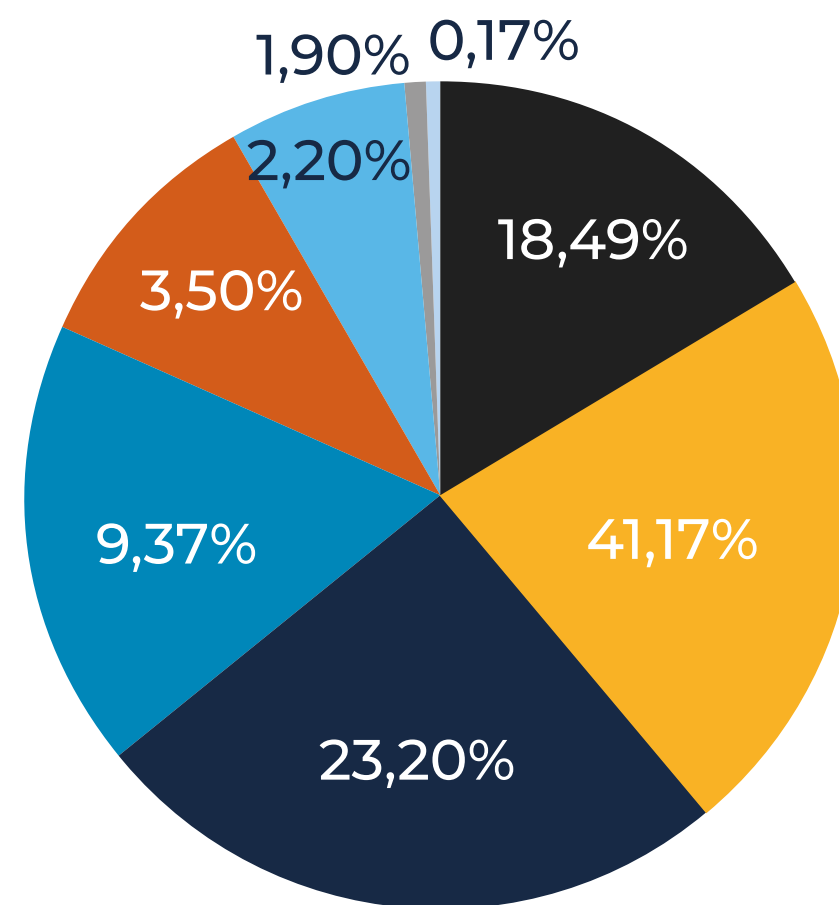
El feriado favoreció el turismo local y los diferentes puntos comerciales, logrando dinamizar la economía de la provincia, obteniendo un gasto turístico de ocho millones de dólares aproximadamente, tanto que, la ocupación hotelera abarcó un 70% de capacidad.

Fuente: Ministerio de Turismo

## SECCIÓN A. DATOS SOCIODEMOGRÁFICO

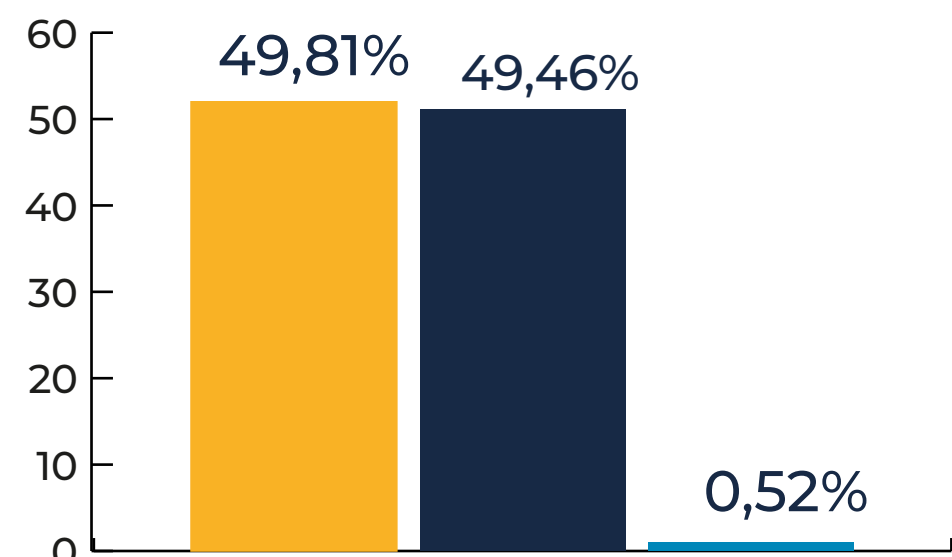
### Edad de los encuestados

18 a 24 años	18,49%
25 a 34 años	41,17%
35 a 44 años	23,20%
45 a 54 años	9,37%
55 a 64 años	3,50%
65 años o más	2,20%
Menor de 18 años	1,90%
Prefiero no responder	0,17%



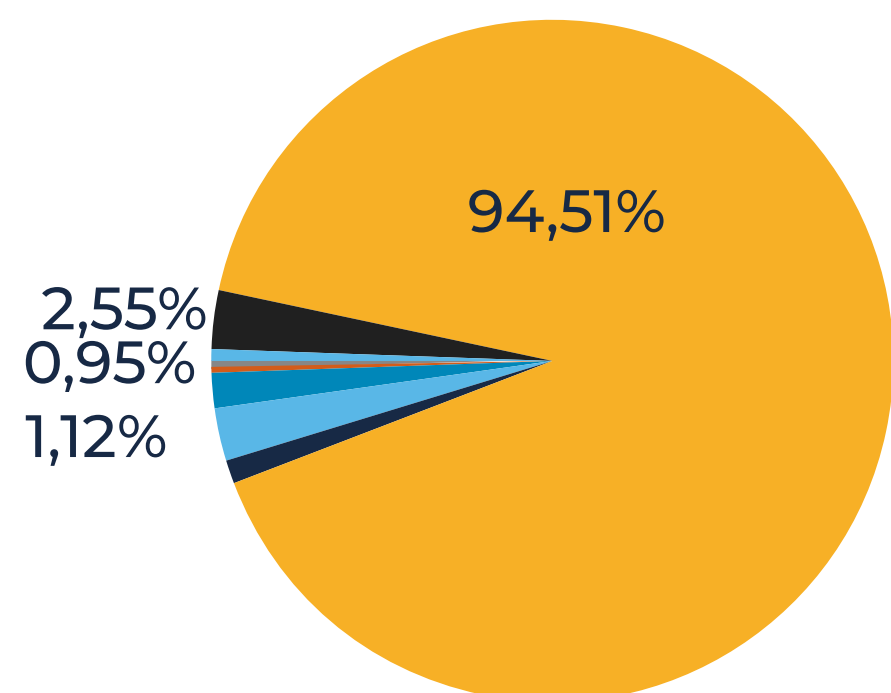
### Género de los encuestados

Hombre	49,81%
Mujer	49,46%
No binario	0,22%
Prefiero no responder	0,52%



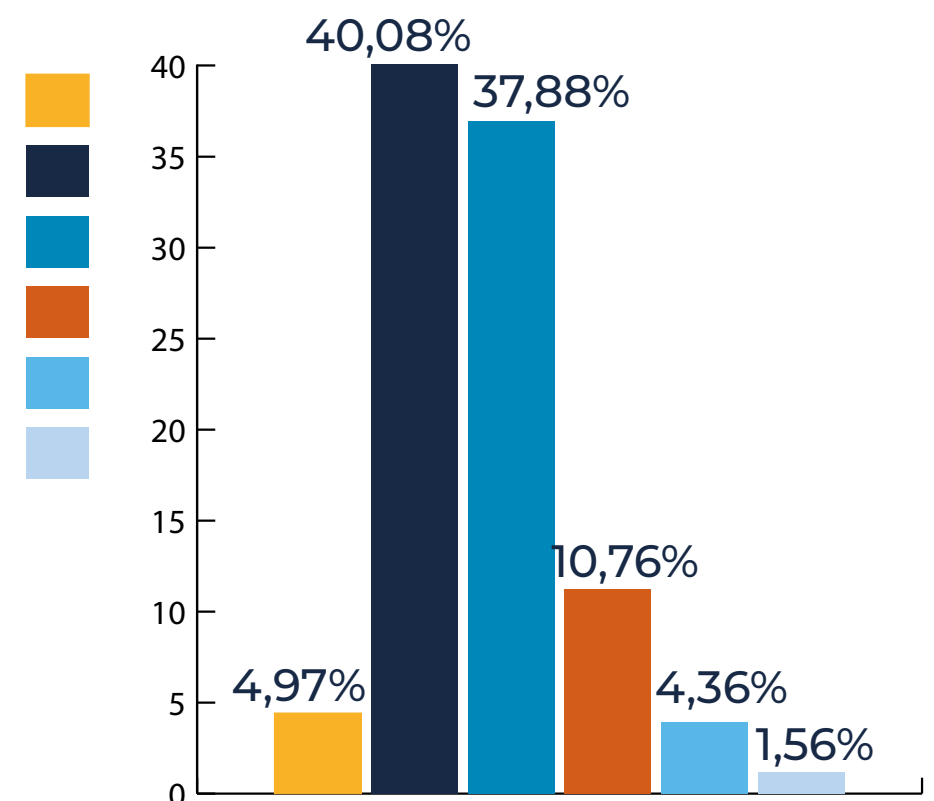
### País de residencia habitual de los encuestados

Argentina	0,09%
Canadá	0,09%
Colombia	2,55%
Ecuador	94,51%
España	0,30%
Estados Unidos	1,12%
Perú	0,95%
Otra (especifique):	0,04%
Prefiero no responder	0,21%
Uruguay	0,09%
Venezuela	0,05%



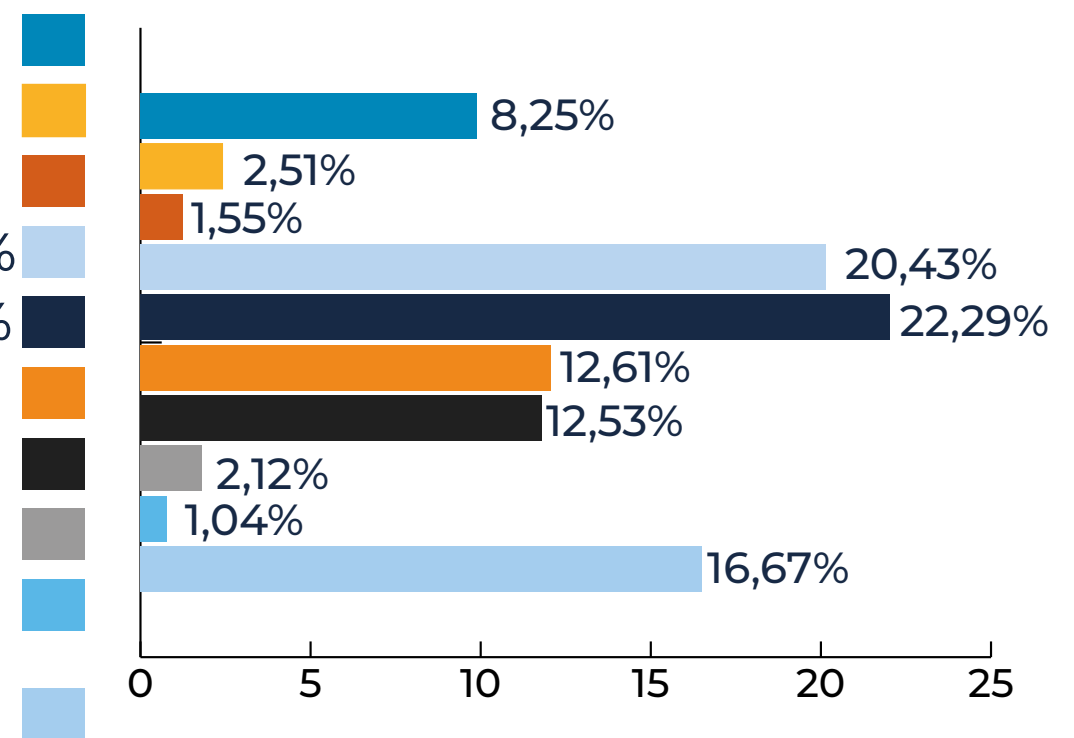
### Nivel más alto de estudios que ha completado los encuestados

Educación Primaria	4,97%
Educación Secundaria	40,08%
Educación universitaria	37,88%
Formación técnica o tecnológica	10,76%
Posgrado (especialización, maestría, doctorado)	4,36%
Prefiero no responder	1,56%



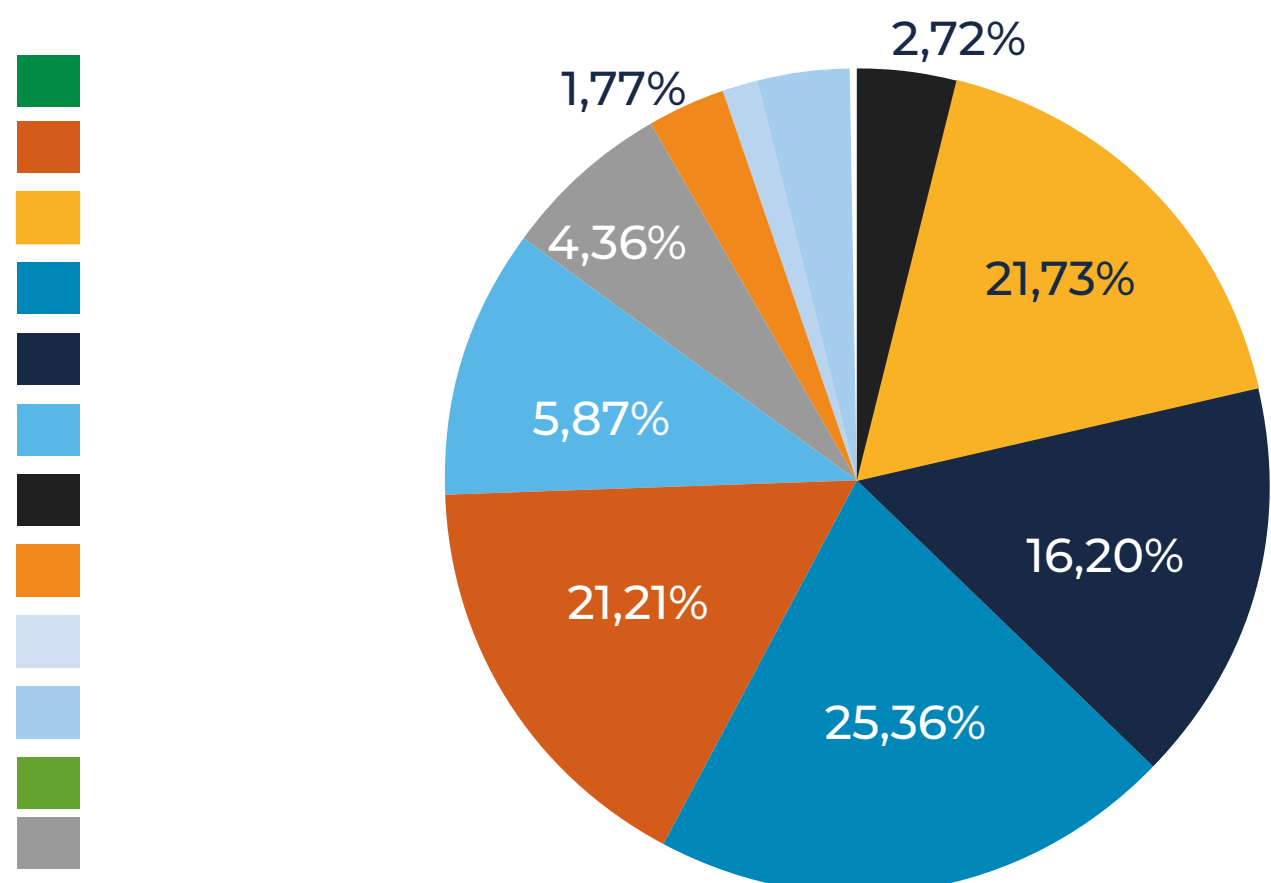
### Situación laboral actual de los encuestados

Ama/o de casa o tareas del hogar	8,25%
Desempleado/a en búsqueda de empleo	2,51%
Desempleado/a no busca empleo	1,55%
Empleado/a en el sector privado	20,43%
Empleado/a en el sector público	22,29%
Emprendedor/a o dueño/a de negocio	12,61%
Estudiante	12,53%
Jubilado/a o pensionista	2,12%
Prefiero no responder	1,04%
Trabajador/a independiente o por cuenta propia	16,67%



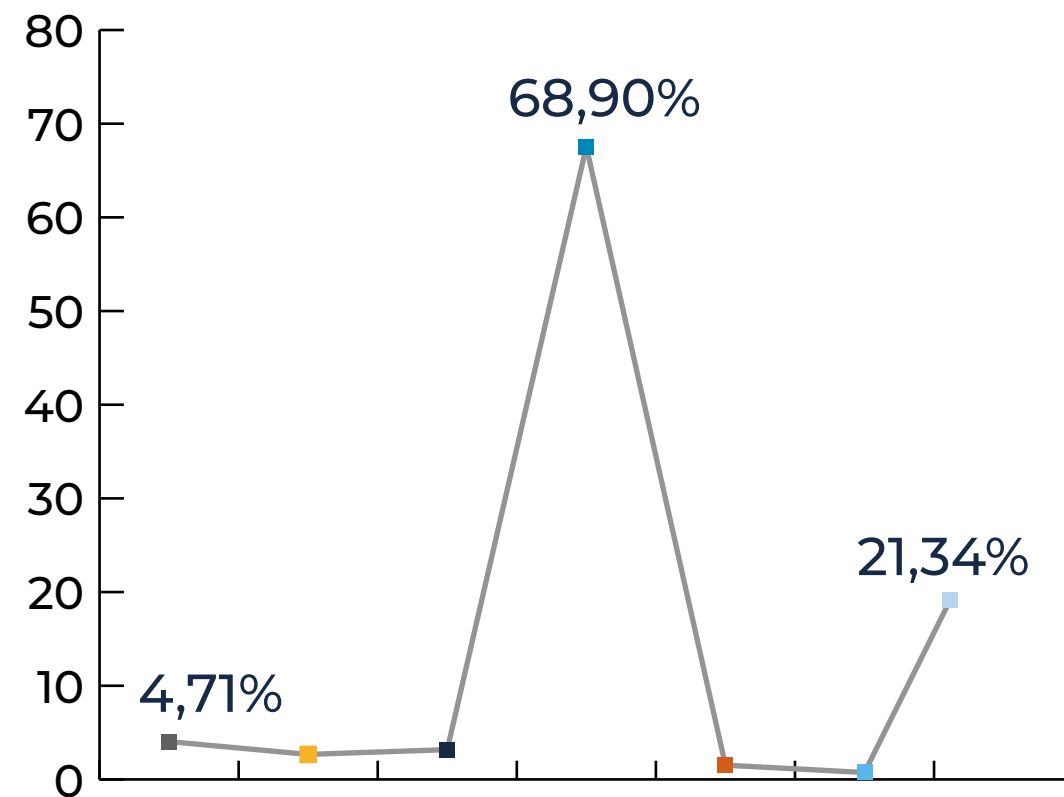
### Número de personas, incluyéndose usted, viajaron en este grupo a la provincia Santa Elena

1 persona	0,22%
2 personas	21,21%
3 personas	21,73%
4 personas	25,36%
5 personas	16,20%
6 personas	5,87%
7 personas	2,72%
8 personas	1,77%
9 personas	0,26%
10 personas o más	0,26%
Prefiero no responder	0,04%
Solo yo (viajé solo/a)	4,36%



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

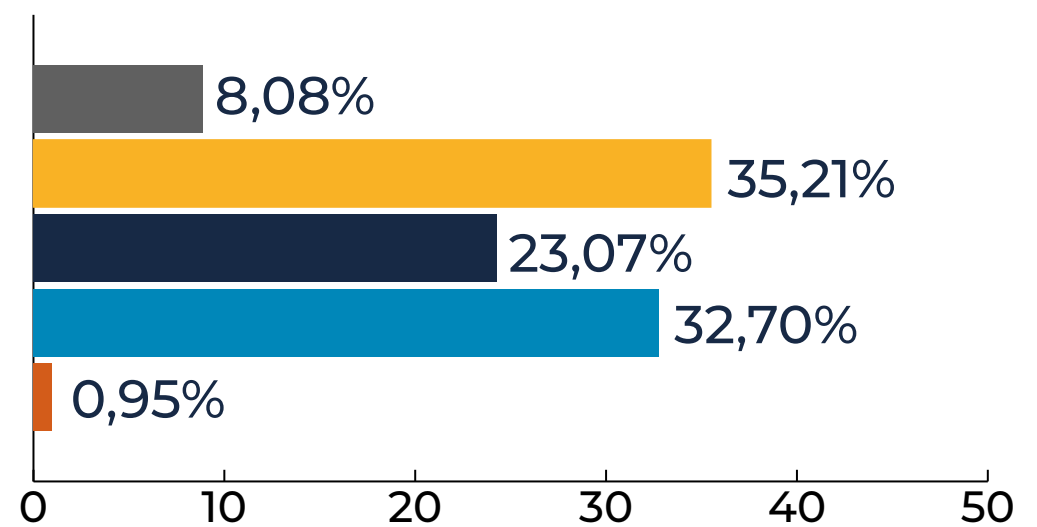
Asistencia a eventos (culturales, deportivos, religiosos, etc.)	4,71%
Estudios o formación	0,95%
Negocios, trabajo o eventos corporativos	2,94%
Ocio / Vacaciones	68,90%
Salud o tratamiento médico	0,78%
Trámite personal o gestiones	0,39%
Visita a familiares o amigos	21,34%



## SECCIÓN B. PLANEACIÓN DEL VIAJE

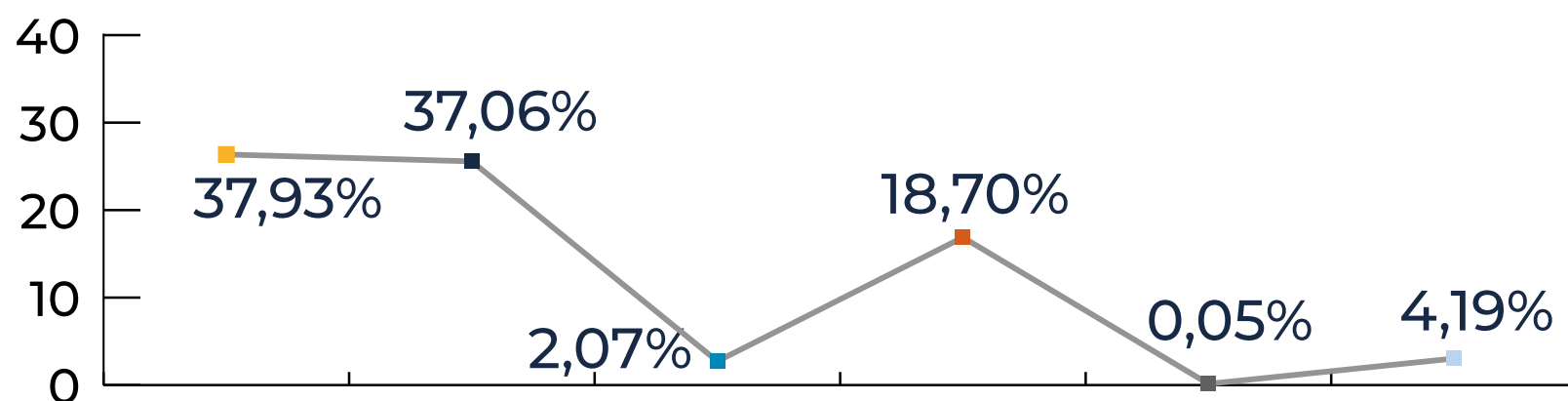
### Las veces que ha visitado la provincia Santa Elena en los últimos 2 años (sin contar esta visita)

1 vez	8,08%
2-3 veces	35,21%
4-5 veces	23,07%
Más de 5 veces	32,70%
Nunca	0,95%



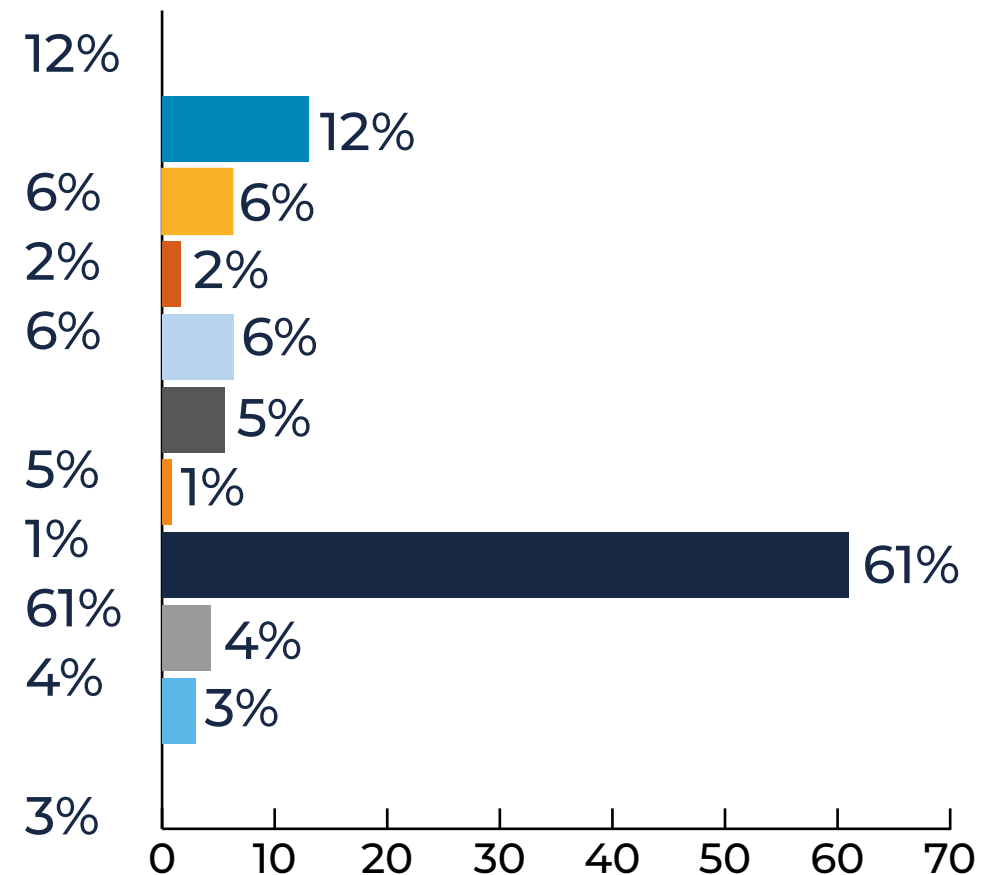
### Con quién viajó en esta ocasión a la provincia Santa Elena

Con amigos/as	37,93%
Con familia (incluye niños/as)	37,06%
En grupo organizado (por agencia, institución, etc.)	2,07%
En pareja	18,70%
Otro (especifique):	0,05%
Solo/a	4,19%



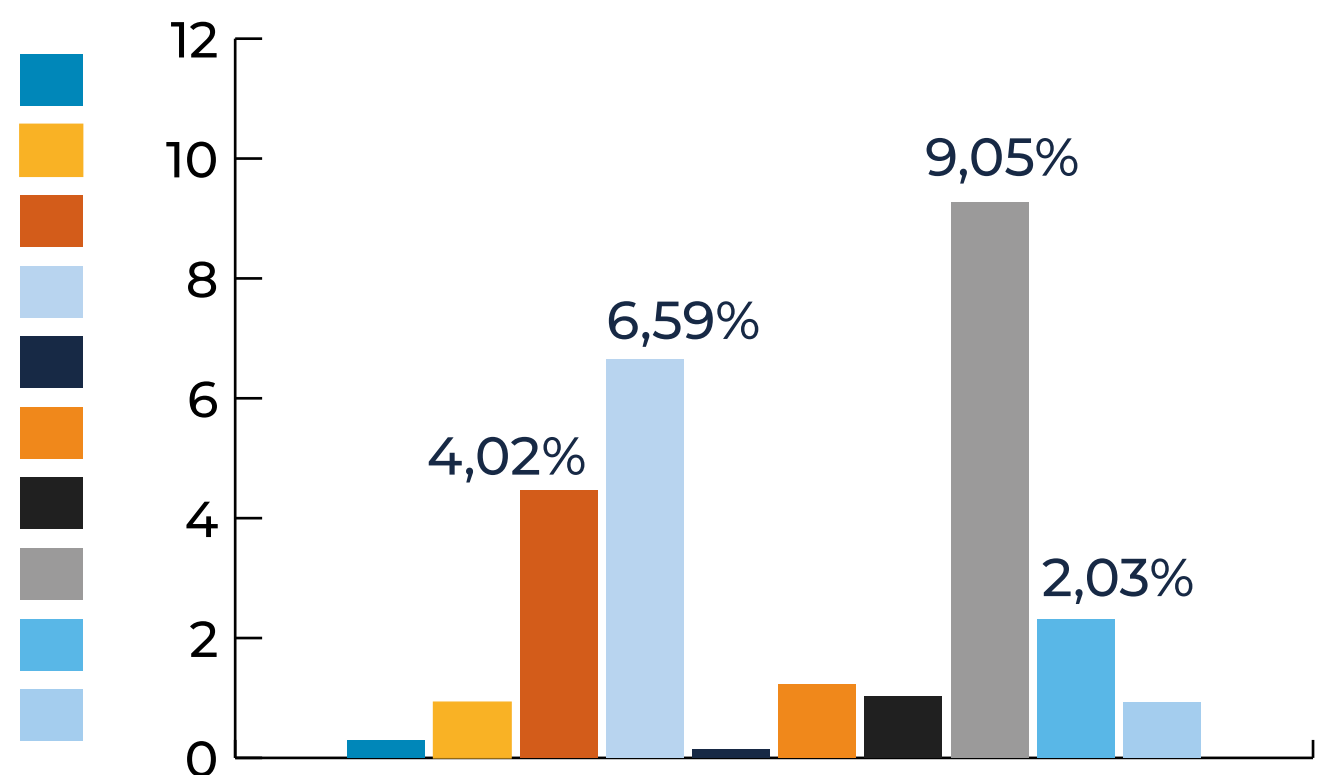
### Tipo de actividad que realizó durante su visita, los encuestados

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.)

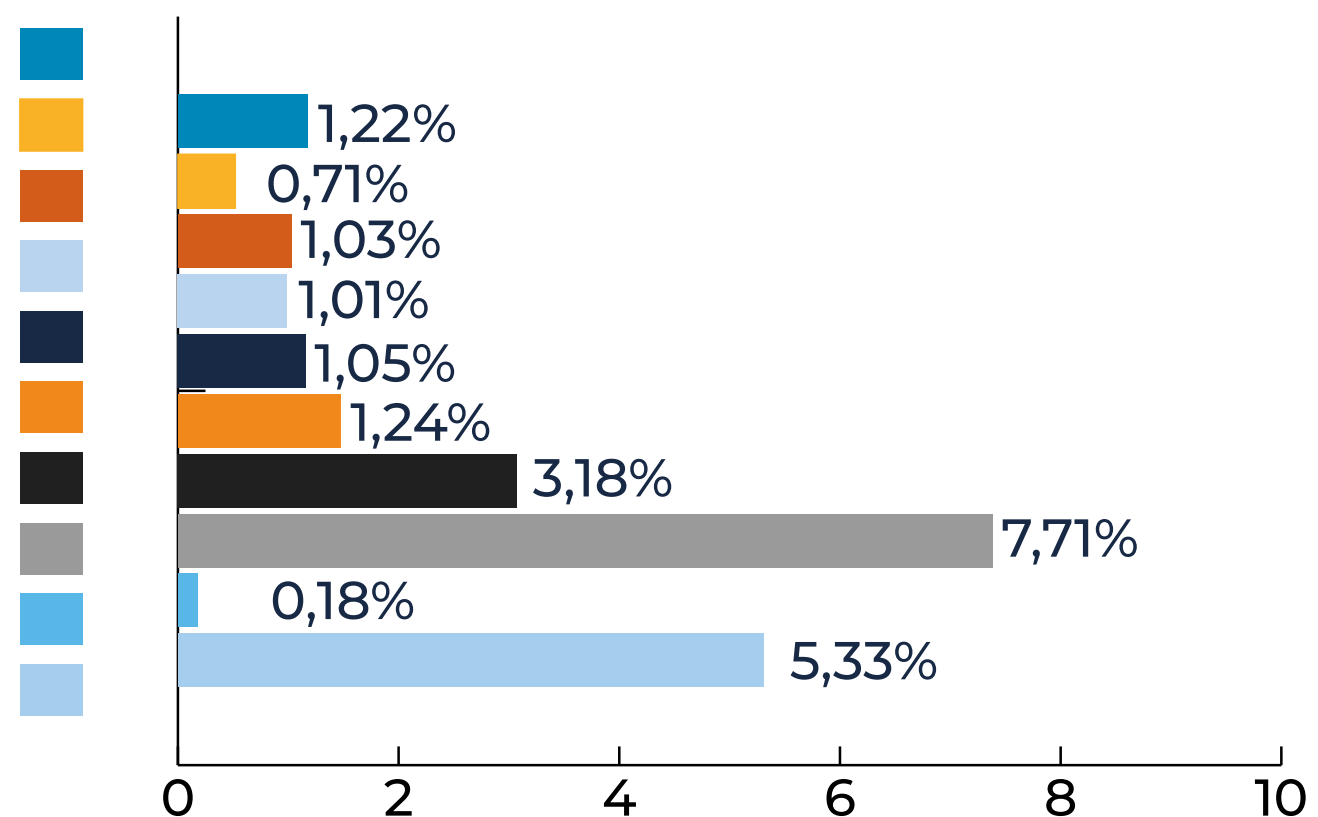












### Lugares que visitó durante su visita en Santa Elena, los encuestados

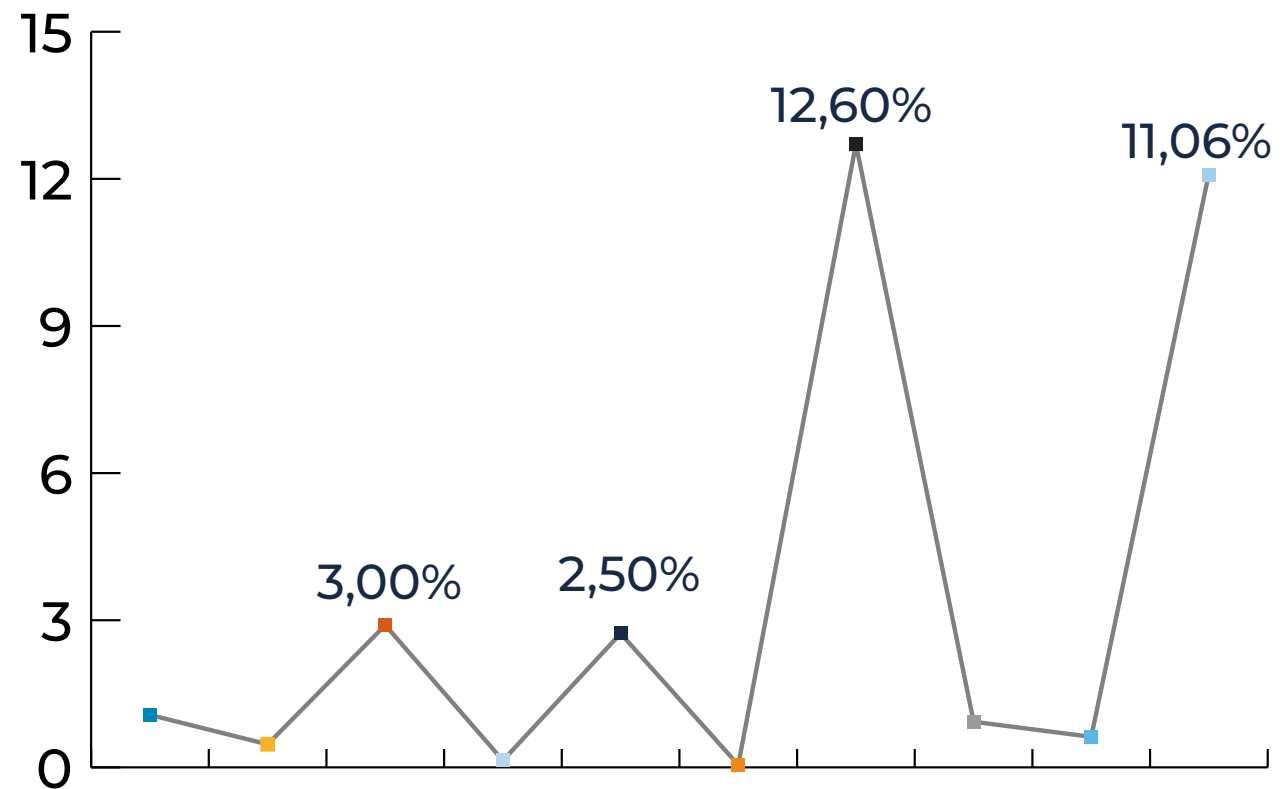
Libertador Bolívar 0,40%  
 Aguas Termales San Vicente 1,05%  
 Ayangue 4,02%  
 Ballenita 6,59%  
 Barcelona 0,30%  
 Cadeate 1,70%  
 Chanduy 1,27%  
 Chipipe 9,05%  
 Chuyuipe 2,03%  
 Colonche 1,14%









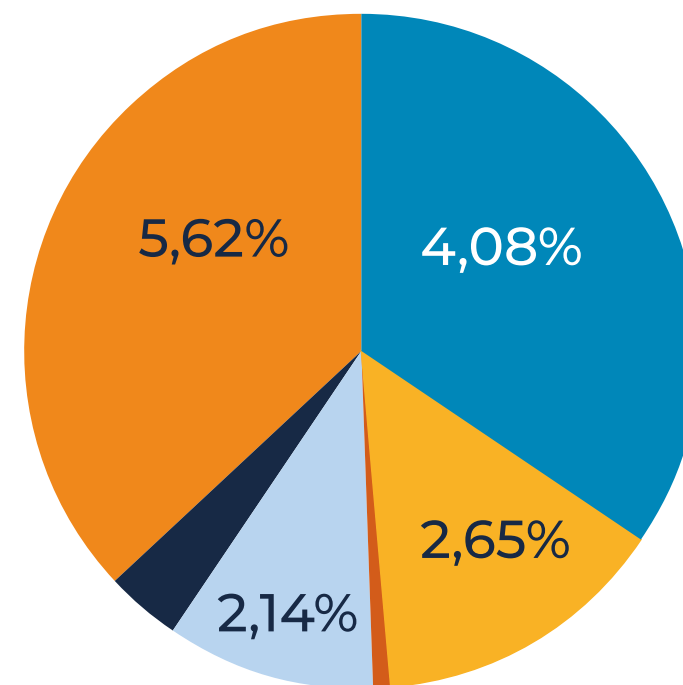
Curia 1,22%  
 Dos Mangas 0,71%  
 La Entrada 1,03%  
 La Libertad 1,01%  
 Libertador Bolívar 1,05%  
 Loma alta 1,24%  
 Manglaralto 3,18%  
 Montañita 7,71%  
 Monteverde 0,18%  
 Olón 5,33%










Palmar	1,40%	
Playa Rosada	0,14%	
Puerto Lucía	3,00%	
Punta Carnero	0,04%	
REMACOPSE	2,50%	
Salanguillo	0,28%	
Salinas	12,60%	
San Antonio	1,67%	
San José de Ancón	0,84%	
San Lorenzo	11,06%	

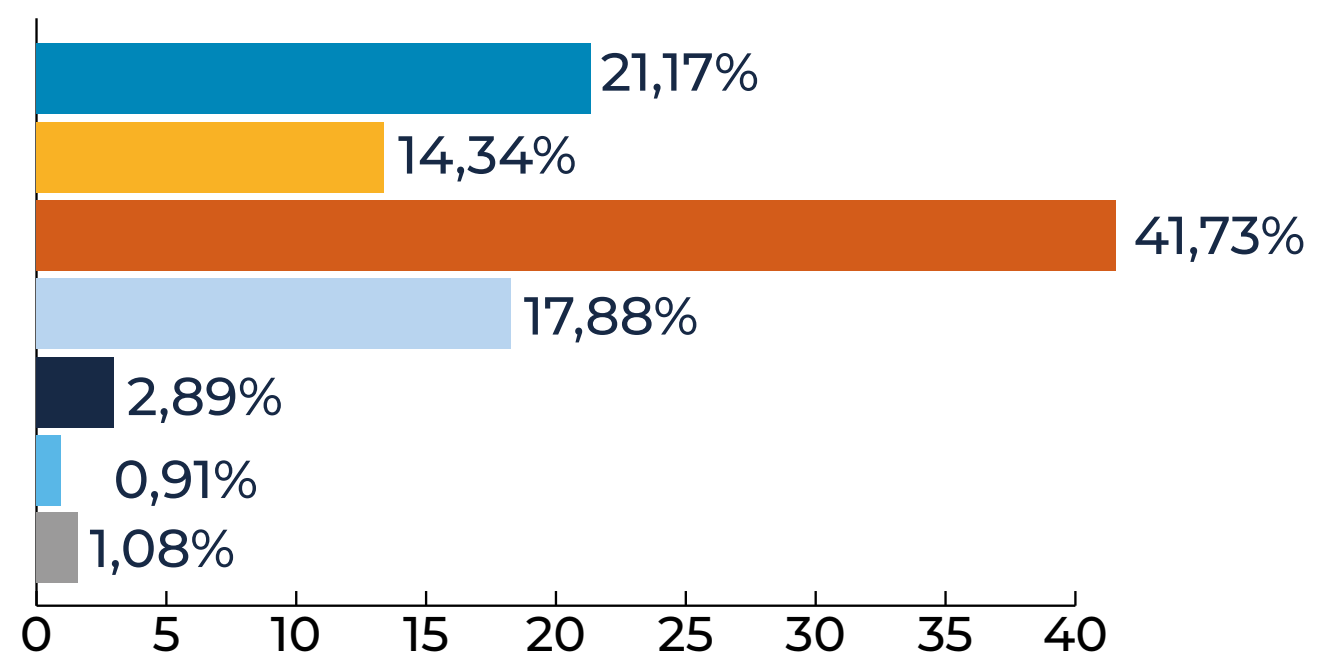


San Pablo	5,62%	
San Pedro	2,14%	
Santa Elena	0,53%	
Valdivia	2,65%	
Zoológico Rapaz Lana	1,42%	
Prefiero no responder	4,08%	



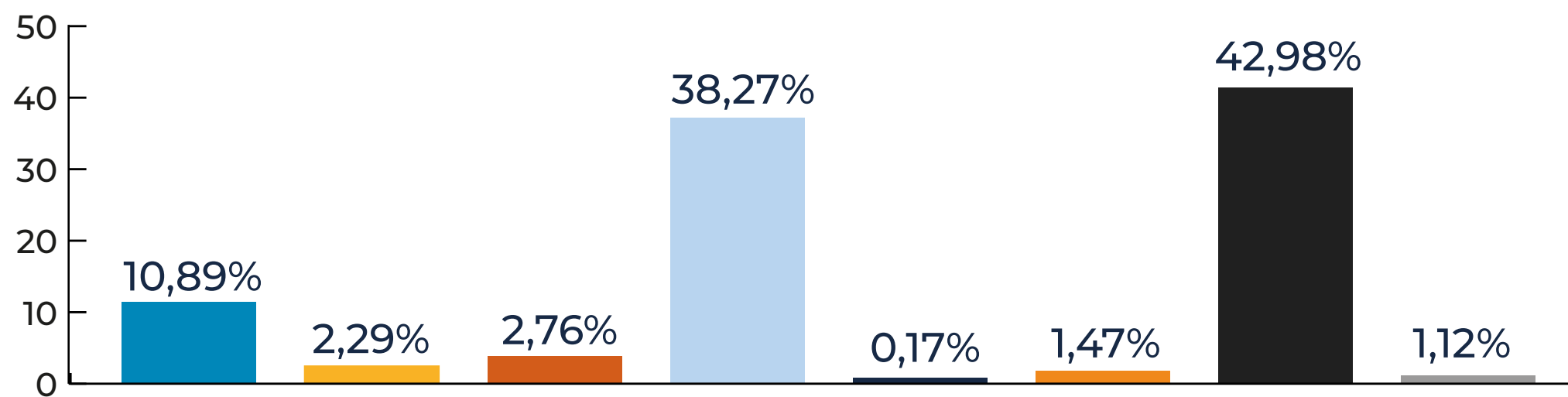
### Número de noches que se quedaron en la provincia Santa Elena

0 noches (visita por el día)	21,17%	
1 noche	14,34%	
2 noches	41,73%	
3 noches	17,88%	
4 a 6 noches	2,89%	
7 noches o más	0,91%	
Prefiero no responder	1,08%	



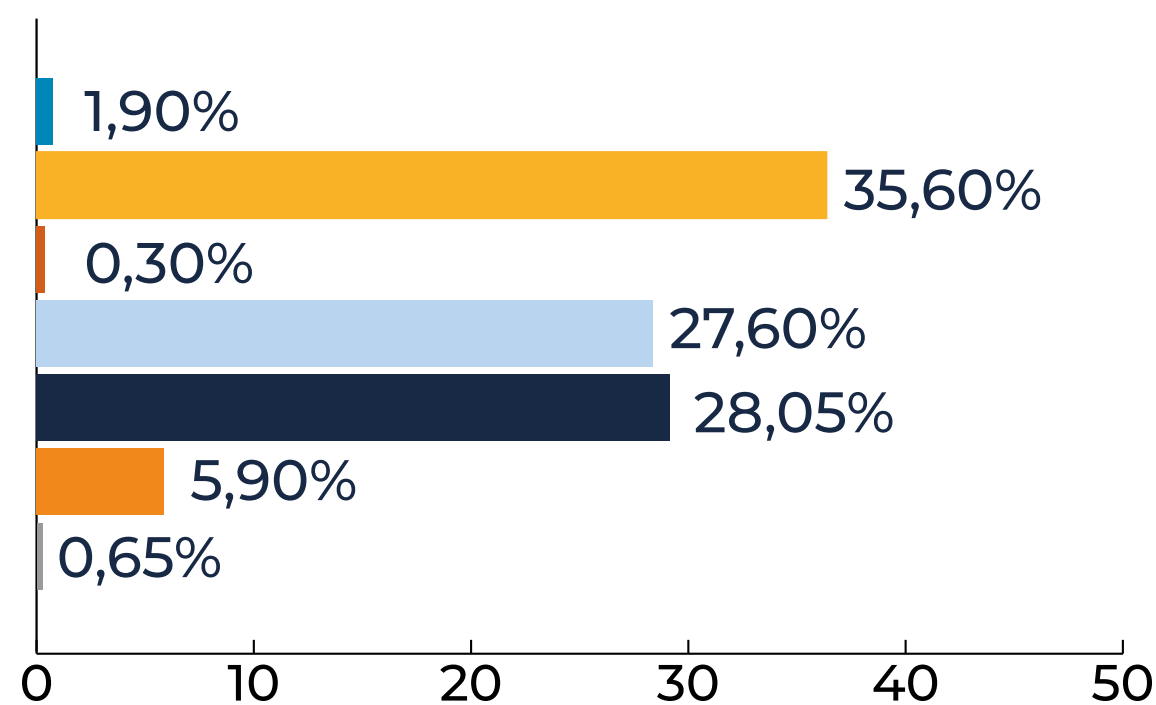
## Medios por los que buscó información sobre la provincia Santa Elena y/o sobre servicios turísticos, previo a su viaje

Buscadores de Internet: Google Search, YouTube, Bing, Yahoo	10,89%	
Agencias en línea: Booking, Expedia, Hotels.com, Airbnb	2,29%	
Agentes de viaje tradicionales y operadoras de turismo	2,76%	
Recomendaciones personales de amigos o familiares	38,27%	
Recomendaciones y opiniones online de otros turistas (TripAdvisor, Yelp)	0,17%	
Sitio web del destino	1,47%	
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok)	42,98%	
Otro medio	1,12%	



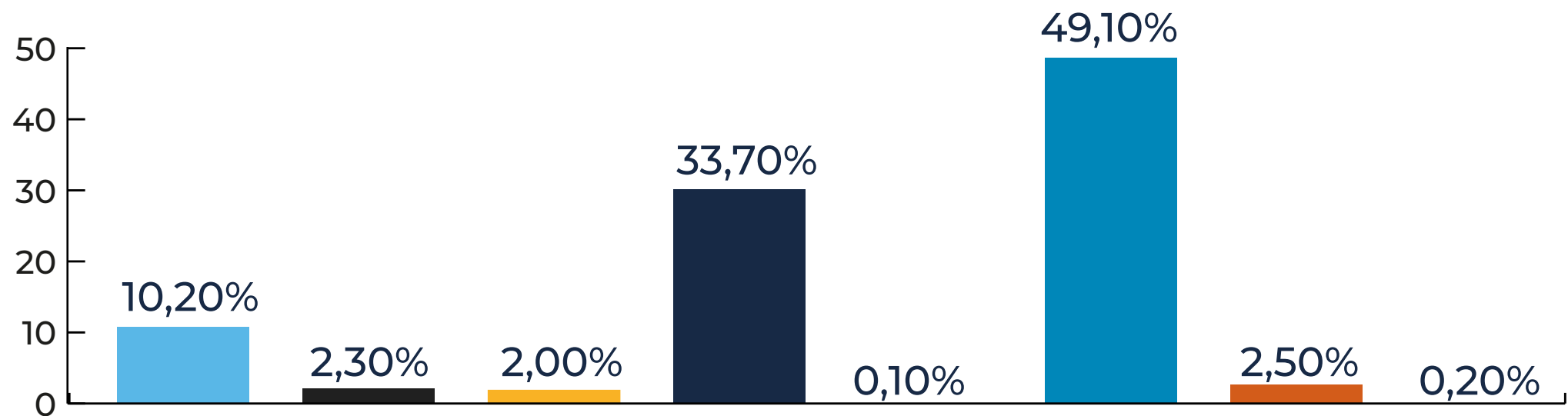
## Fue fácil o difícil buscar información sobre el destino Santa Elena antes de su viaje, los encuestados

Difícil	1,90%	
Fácil	35,60%	
Muy difícil	0,30%	
Muy fácil	27,60%	
Ni fácil ni difícil	28,05%	
No busqué información	5,90%	
Prefiero no responder	0,65%	



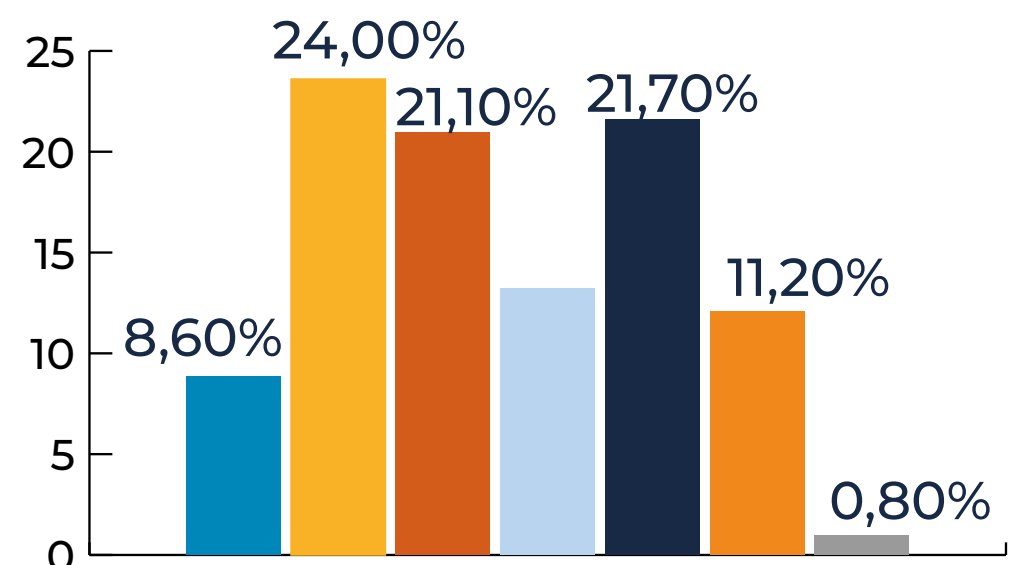
### Forma como organizó su viaje los encuestados

A través de redes sociales o grupos de viaje	10,20%	
A través de una agencia de viajes en línea (OTA)	2,30%	
A través de una agencia de viajes presencial	2,00%	
Con ayuda de familiares o amigos en el destino	33,70%	
Otro (especifique)	0,10%	
Por cuenta propia (contactando directamente con alojamientos, transporte, etc.)	49,10%	
Por medio de un paquete turístico	2,50%	
Recomendaciones personales de amigos o familiares	0,20%	



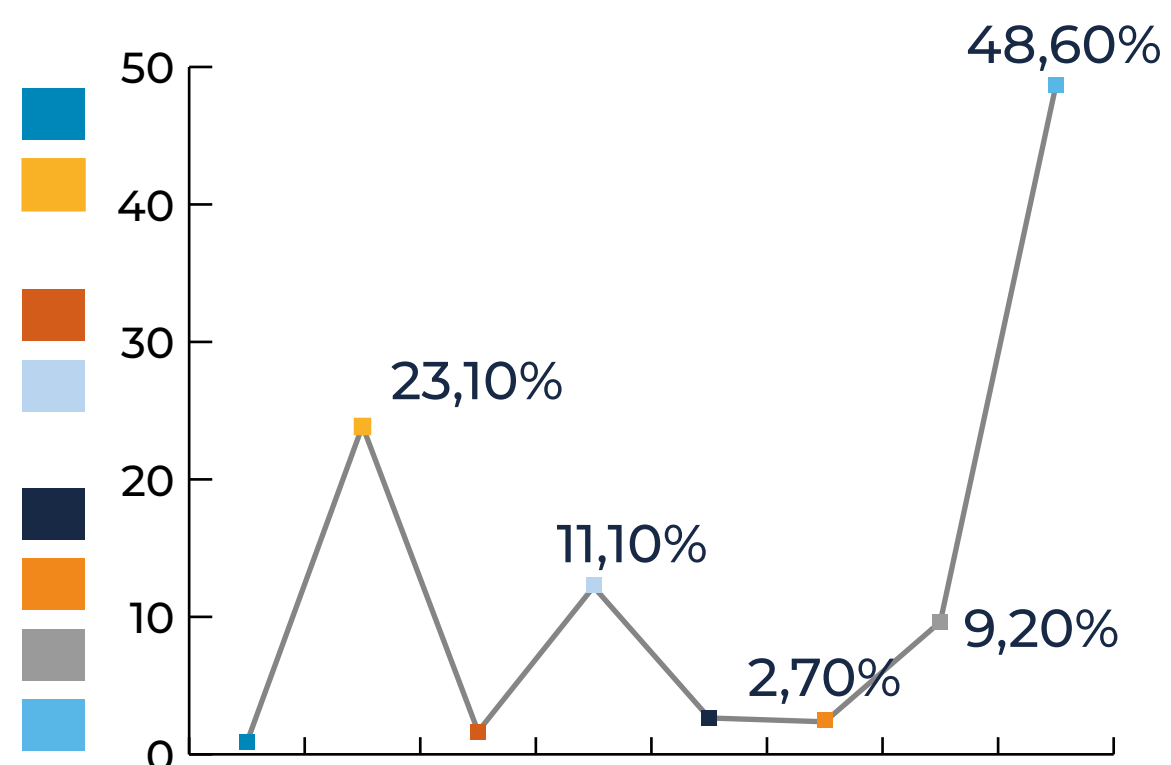
### Tiempo que tomó organizar su viaje a Santa Elena

1 a 2 meses antes	8,60%	
1 a 2 semanas antes	24,00%	
1 a 3 días antes	21,10%	
3 a 4 semanas antes	12,50%	
4 a 7 días antes	21,70%	
El mismo día del viaje	11,20%	
Más de 2 meses antes	0,80%	
Prefiero no responder	0,10%	



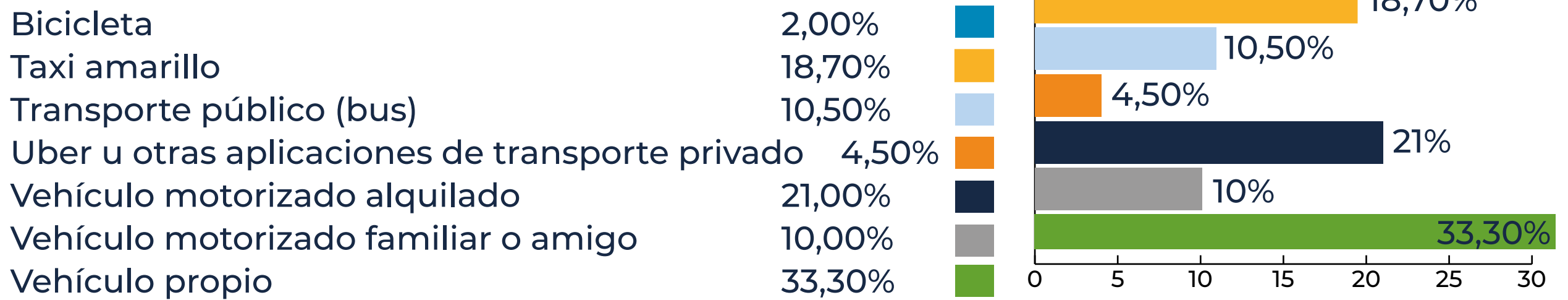
### Medio de transporte que arribó a Santa Elena en este viaje

Avión	1,00%	
(hasta ciudad cercana + traslado terrestre)	23,10%	
Otro (especifique): Autobus Interprovincial	1,40%	
Servicio de transporte por app (Uber, InDrive, etc.)	11,10%	
Taxi amarillo	2,90%	
Transporte turístico contratado (tour, agencia)	2,70%	
Vehículo de alquiler sin conductor	9,20%	
Vehículo de un familiar o amigo	48,60%	
Vehículo propio		



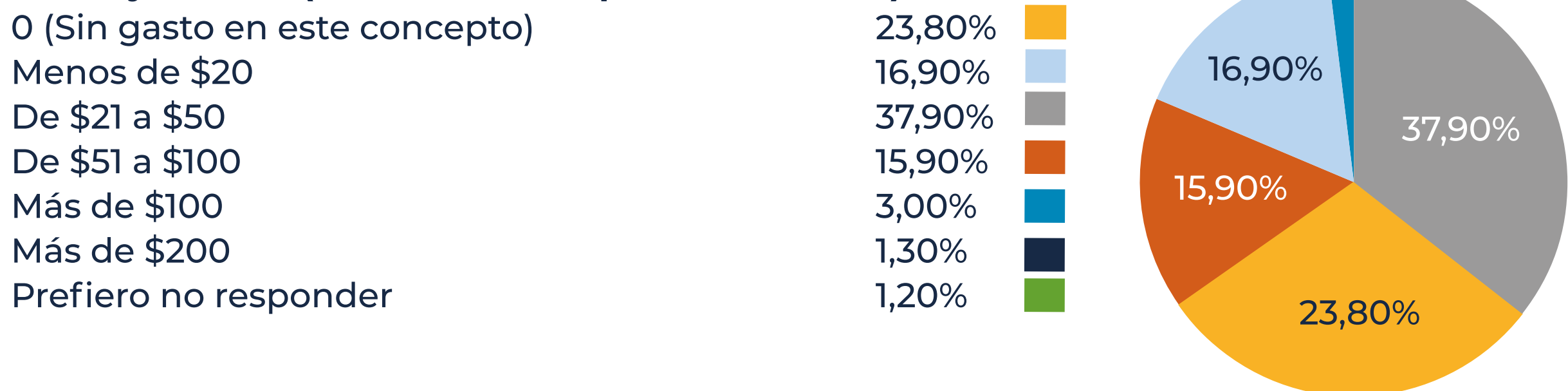
## SECCIÓN C. ESTRUCTURA DE CONSUMO

### Principales medios de traslado durante su visita

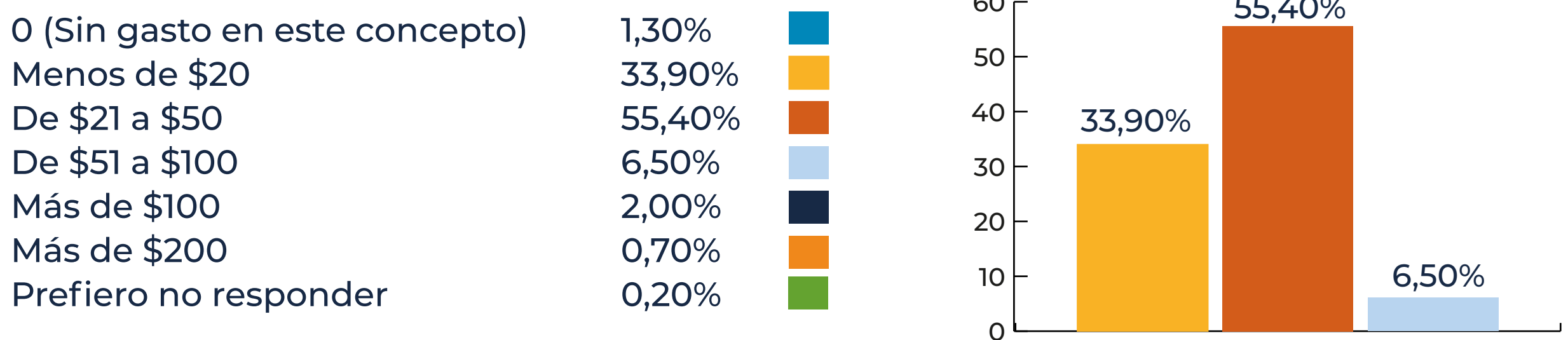


### Presupuesto total por persona para el gasto asociado con su viaje por día, los encuestados

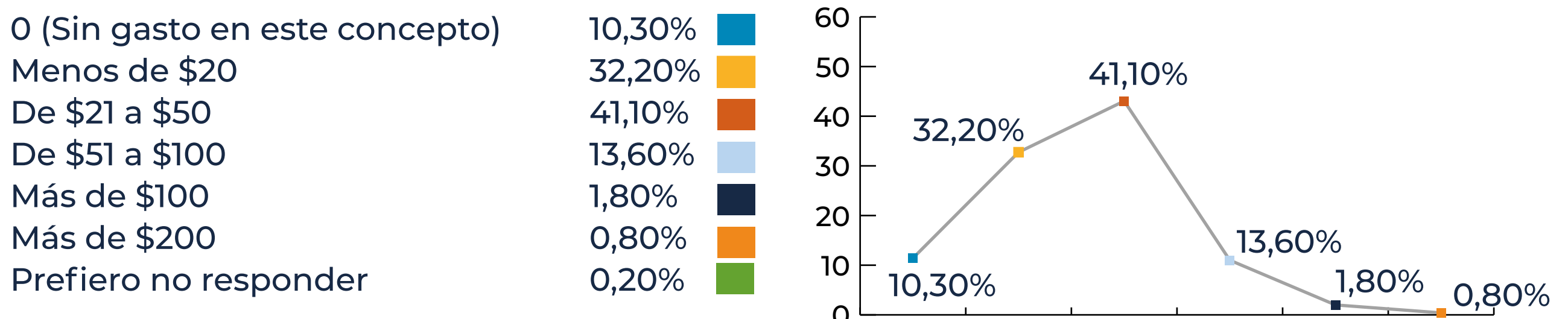
#### A. Alojamiento (hotel, hostel, alquiler vacacional)



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

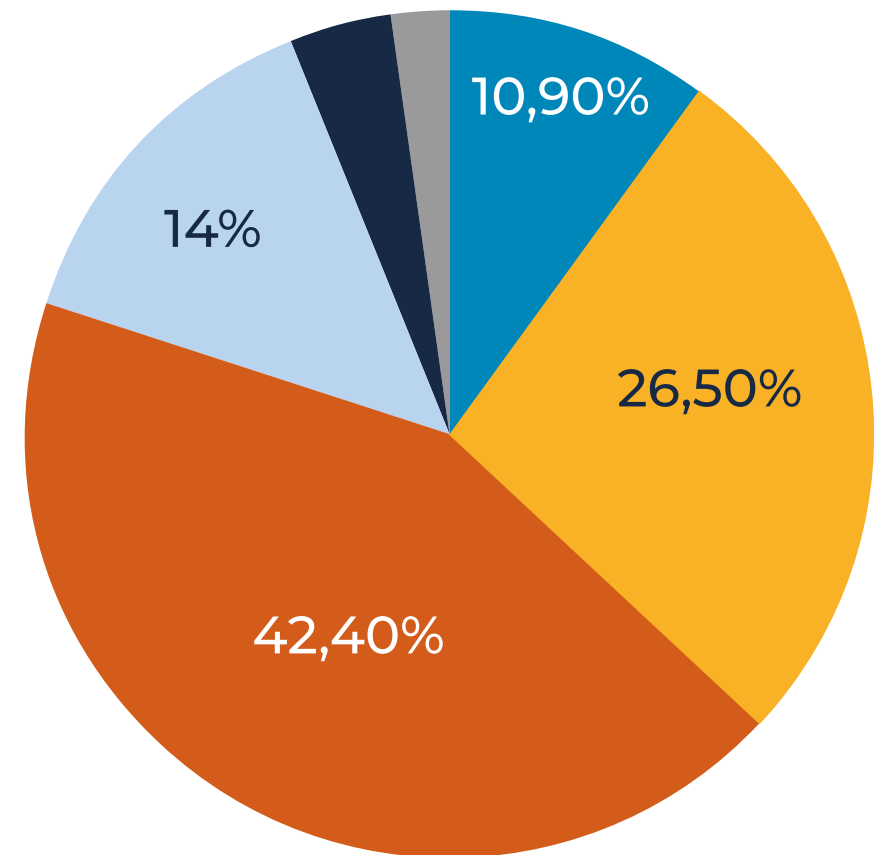


#### C. Transporte interno por día (taxis, bus, estacionamiento, gasolina, alquiler de auto, etc.)



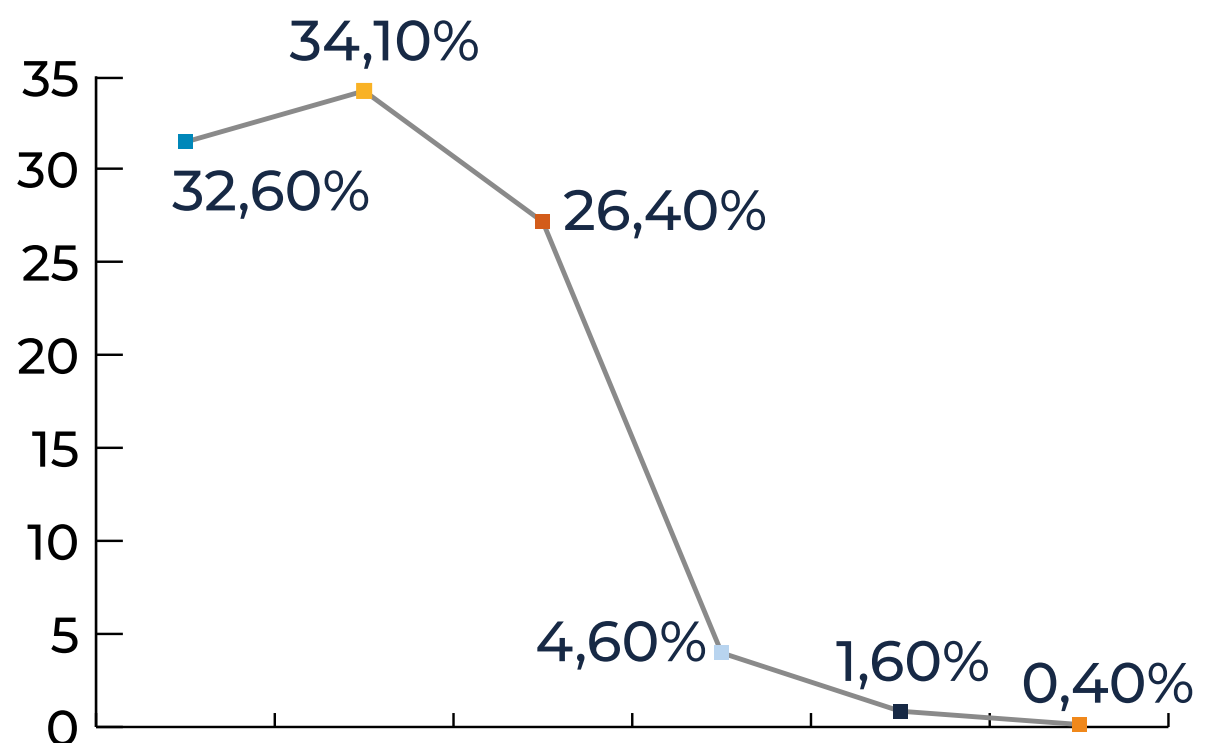
### D. Entretenimiento, ocio y cultura por día (festivales, cine, atracciones, etc.)

0 (Sin gasto en este concepto)	10,90%
Menos de \$20	26,50%
De \$21 a \$50	42,40%
De \$51 a \$100	14%
Más de \$100	4%
Más de \$200	2%
Prefiero no responder	0,20%



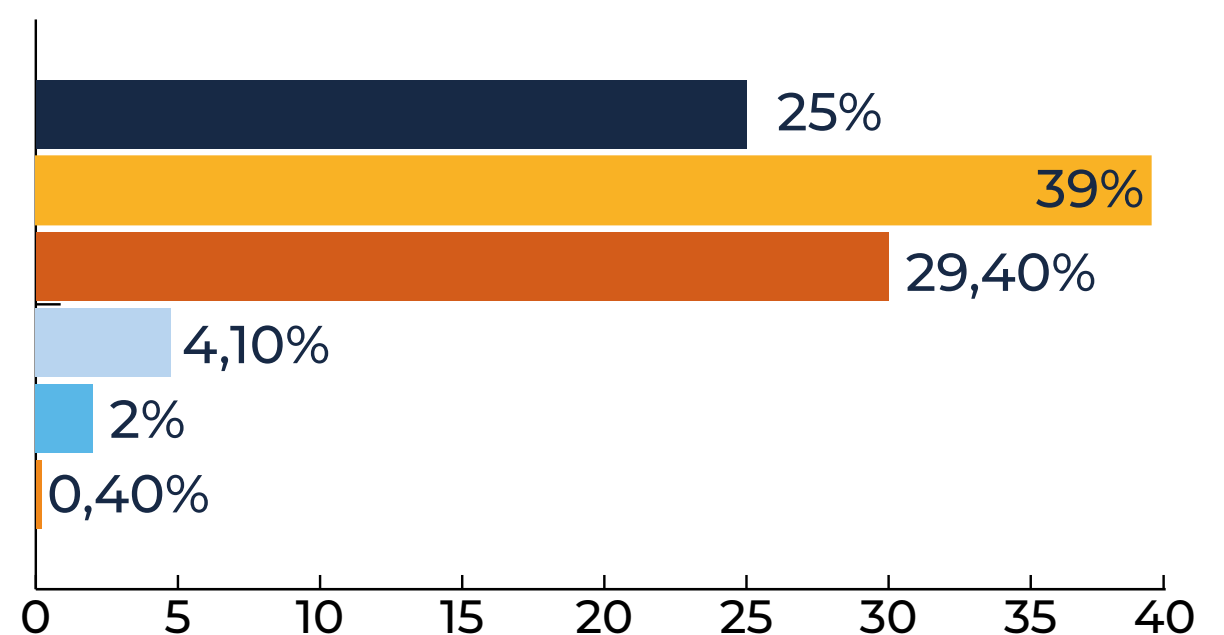
### E. Compras de ropa, calzado, artículos personales por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	32,60%
Menos de \$20	34,10%
De \$21 a \$50	26,40%
De \$51 a \$100	4,60%
Más de \$100	1,60%
Más de \$200	0,40%
Prefiero no responder	0,30%



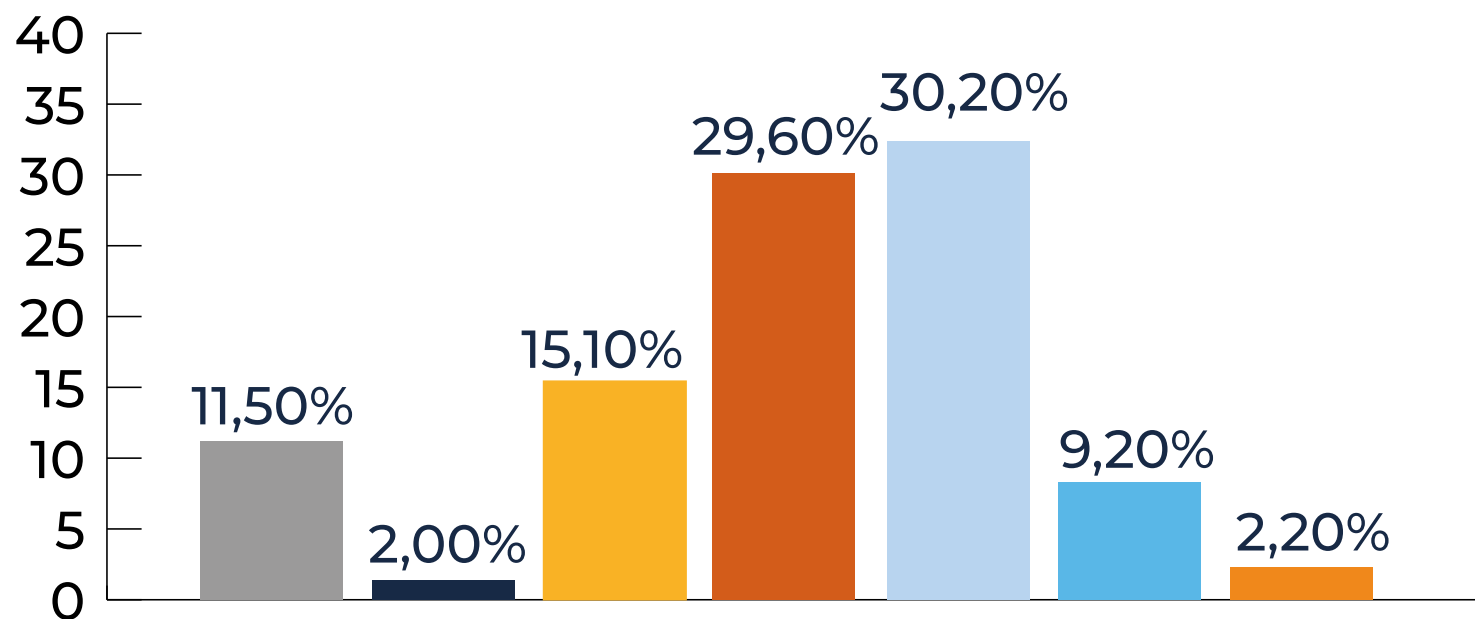
### F. Recuerdos, souvenirs y artesanías por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	25,00%
Menos de \$20	39,00%
De \$21 a \$50	29,40%
De \$51 a \$100	4,10%
Más de \$100	2%
Más de \$200	0,40%
Prefiero no responder	0,10%



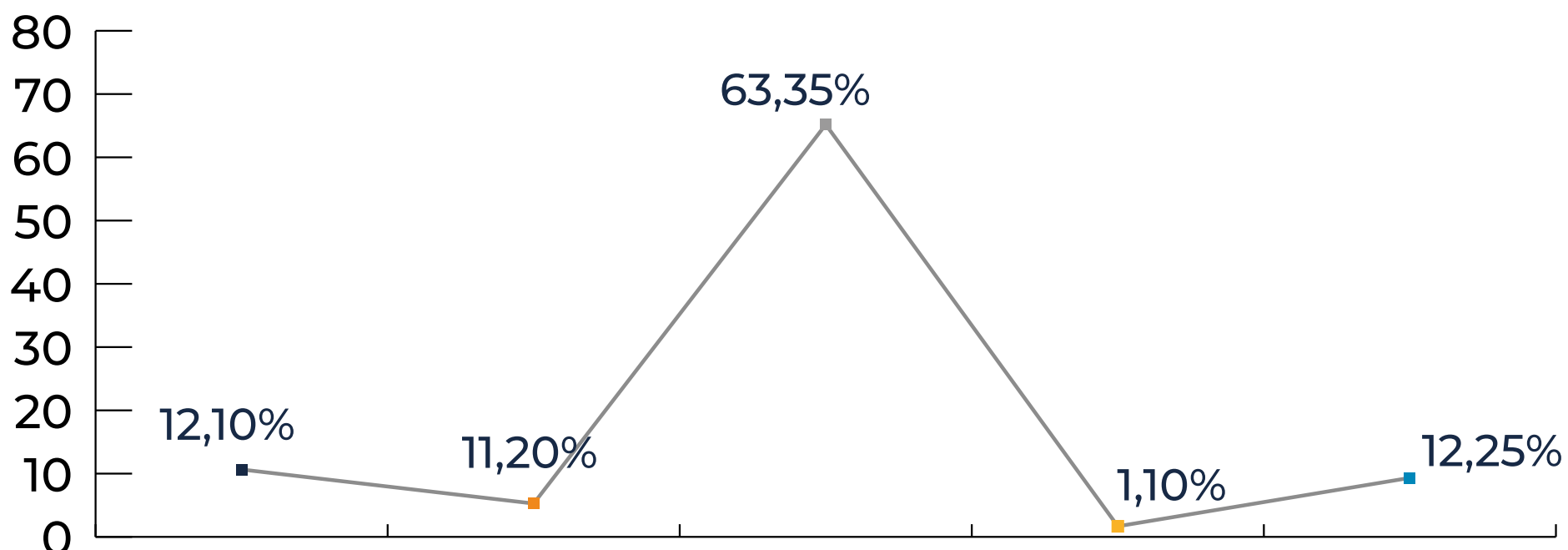
## Rubro dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes, los encuestados

Alojamiento (Hoteles de lujo, Airbnb premium, etc.)	11,50%	■
Transporte y vuelos (Clases ejecutivas, viajes directos, alquiler de autos de alta gama)	2,00%	■
Experiencias y actividades (Tour exclusivos, entradas VIP, deportes de aventura)	15,10%	■
Gastronomía (Restaurantes de alta cocina, experiencias culinarias)	29,60%	■
Actividades recreativas, culturales o de entretenimiento	30,20%	■
Compras personales (ropa, calzado, tecnología, etc.)	9,20%	■
Recuerdos, artesanías y souvenirs	2,20%	■
Prefiero no responder	0,20%	■

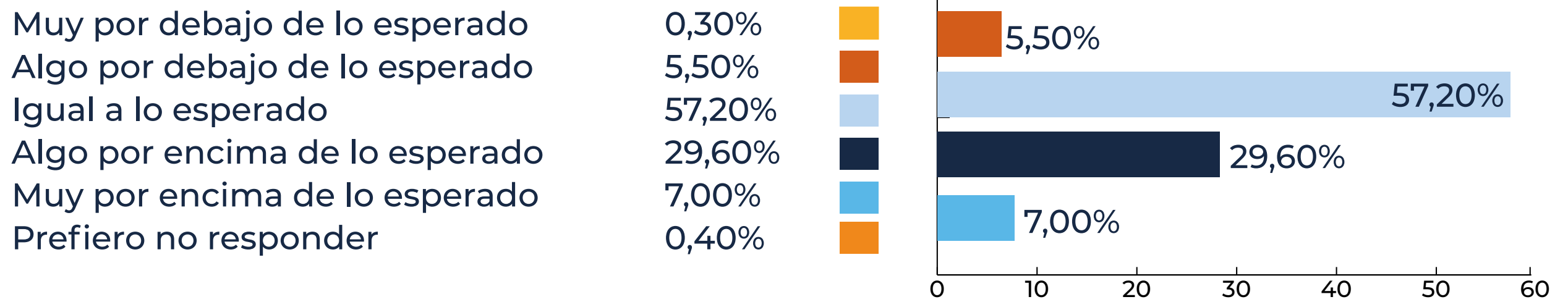


## Considerando su situación económica, en qué categoría se clasificaría como viajero

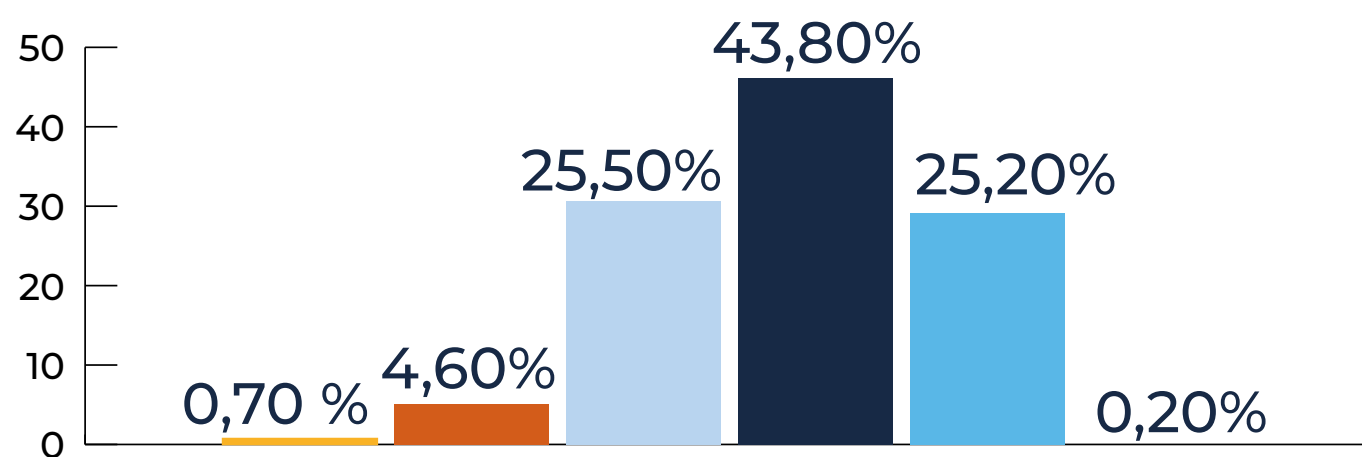
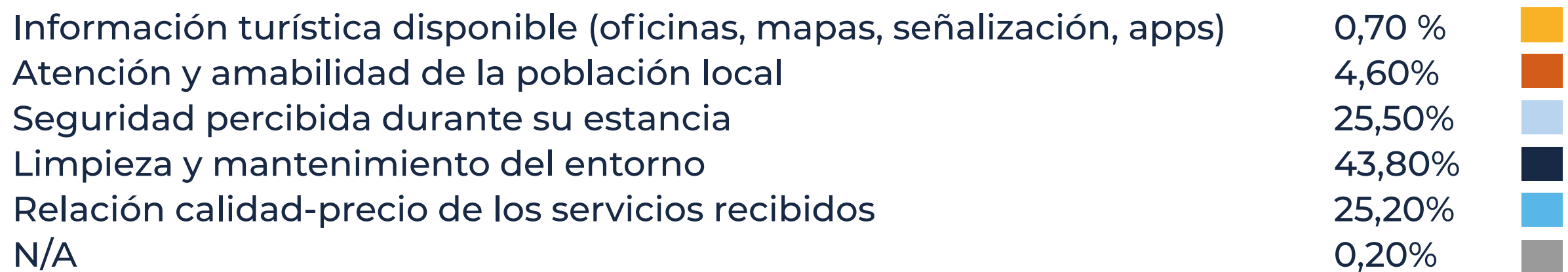
Viajero de Bajo Presupuesto/Mochilero: Mi prioridad es el costo más bajo posible, maximizando el ahorro.	12,10%	■
Viajero de Gama Alta: Busco calidad, me permito gastos significativos, pero soy consciente de mi presupuesto.	11,20%	■
Viajero de Gama Media: Priorizo el equilibrio entre costo y calidad; no escatimo en lo necesario, pero busco ofertas.	63,35%	■
Viajero de Lujo: Mi presupuesto es ilimitado y priorizo el confort y la exclusividad.	1,10%	■
Prefiero no responder	12,25%	■



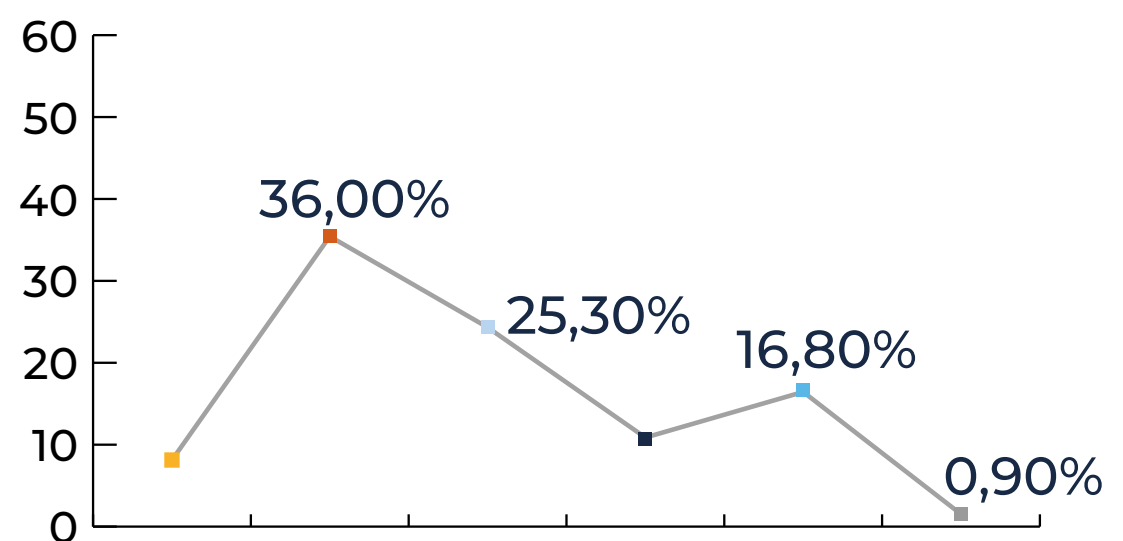
## La relación de sus expectativas y la realidad del destino, los encuestados



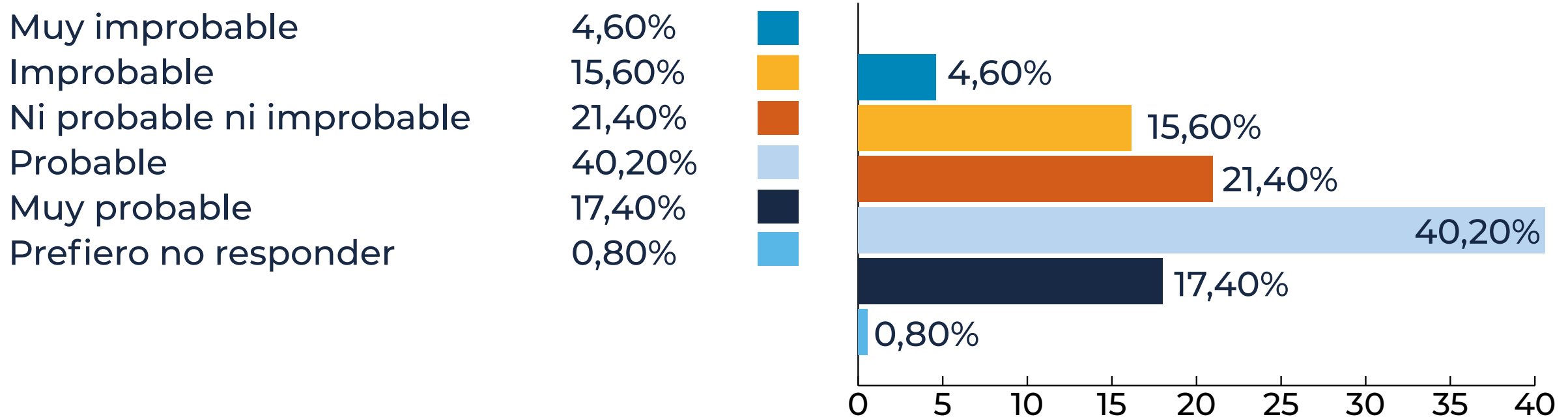
## Nivel de satisfacción con los servicios durante su visita en la provincia Santa Elena



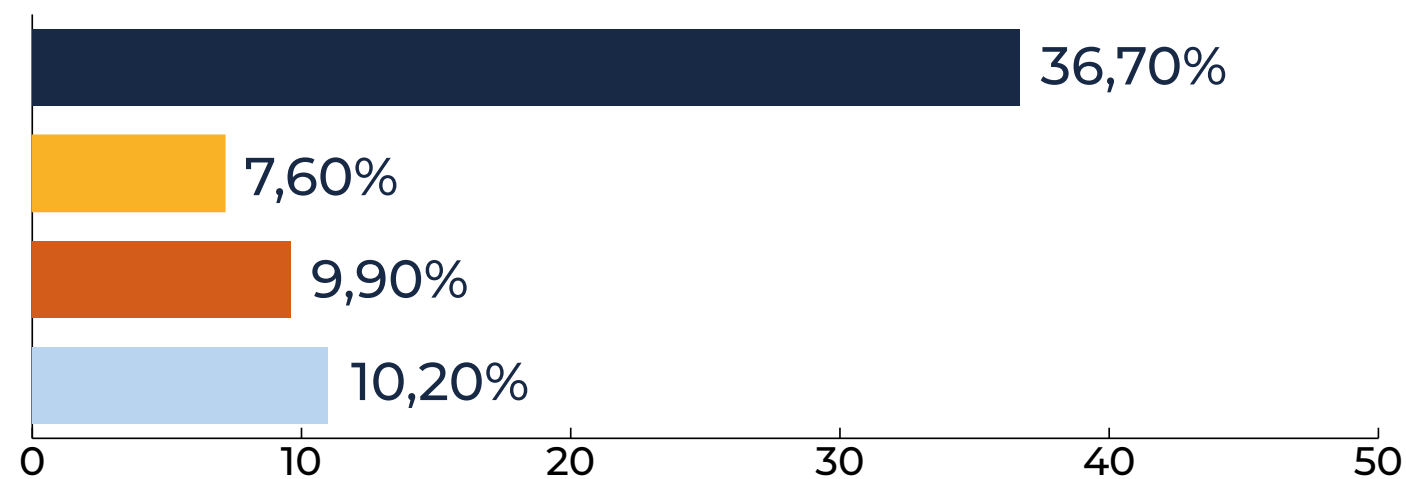
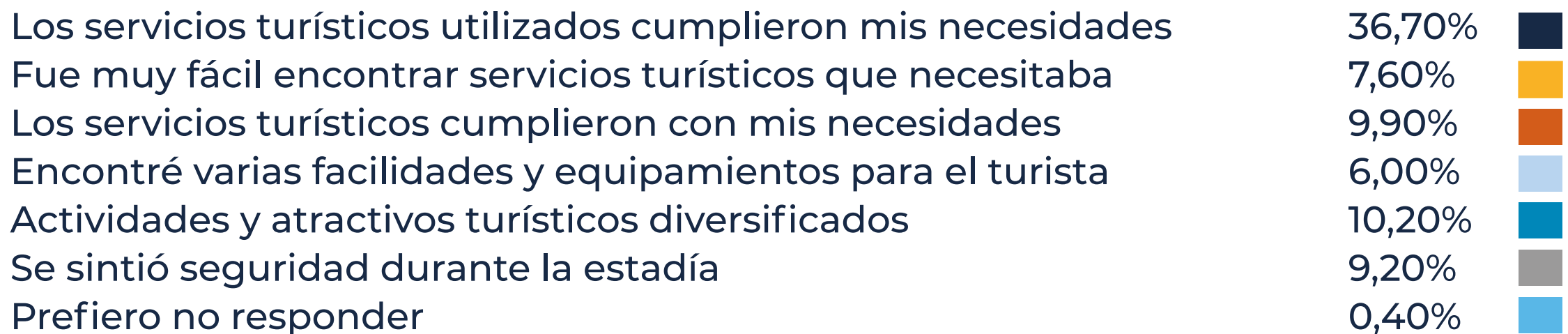
## Nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado



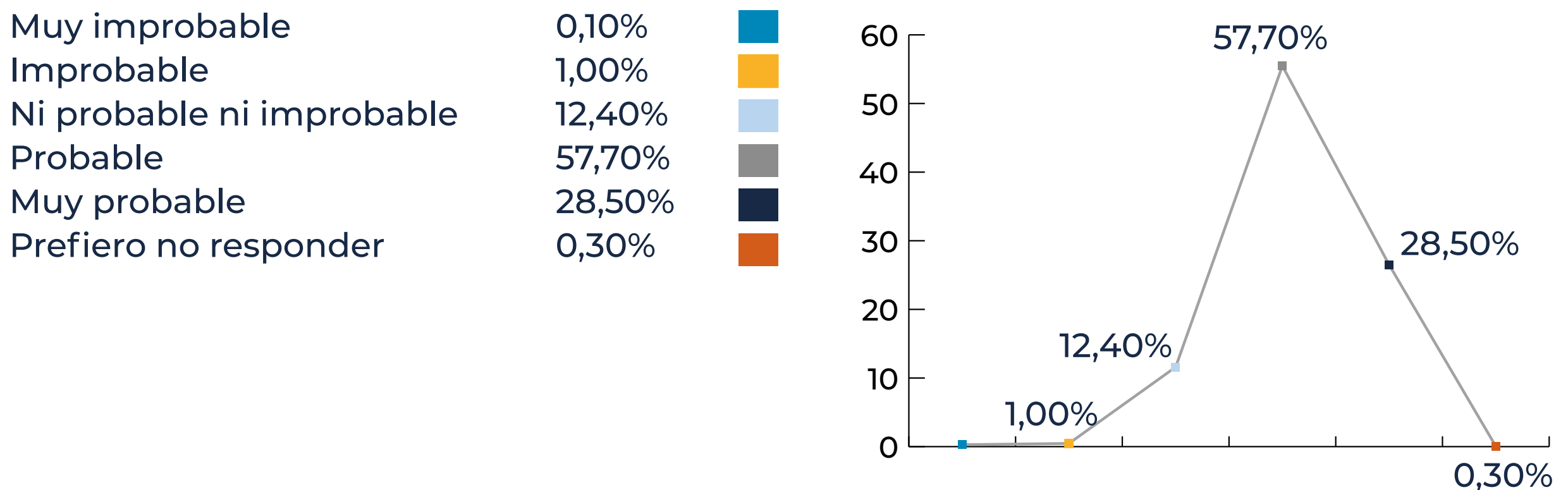
## Es probable que vuelva a visitar Santa Elena, los encuestados



## Por qué NO recomendaría visitar Santa Elena



## Recomendaría a un amigo o colega visitar Santa Elena



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