



OBSERVATORIO
TURÍSTICO
SOSTENIBLE

UPSE

REPORTE TÉCNICO Y ESTADÍSTICO

05

FERIADO

20

10 DE AGOSTO

26



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

UPSE | UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

*¡crece SIN
LÍMITES!*

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:

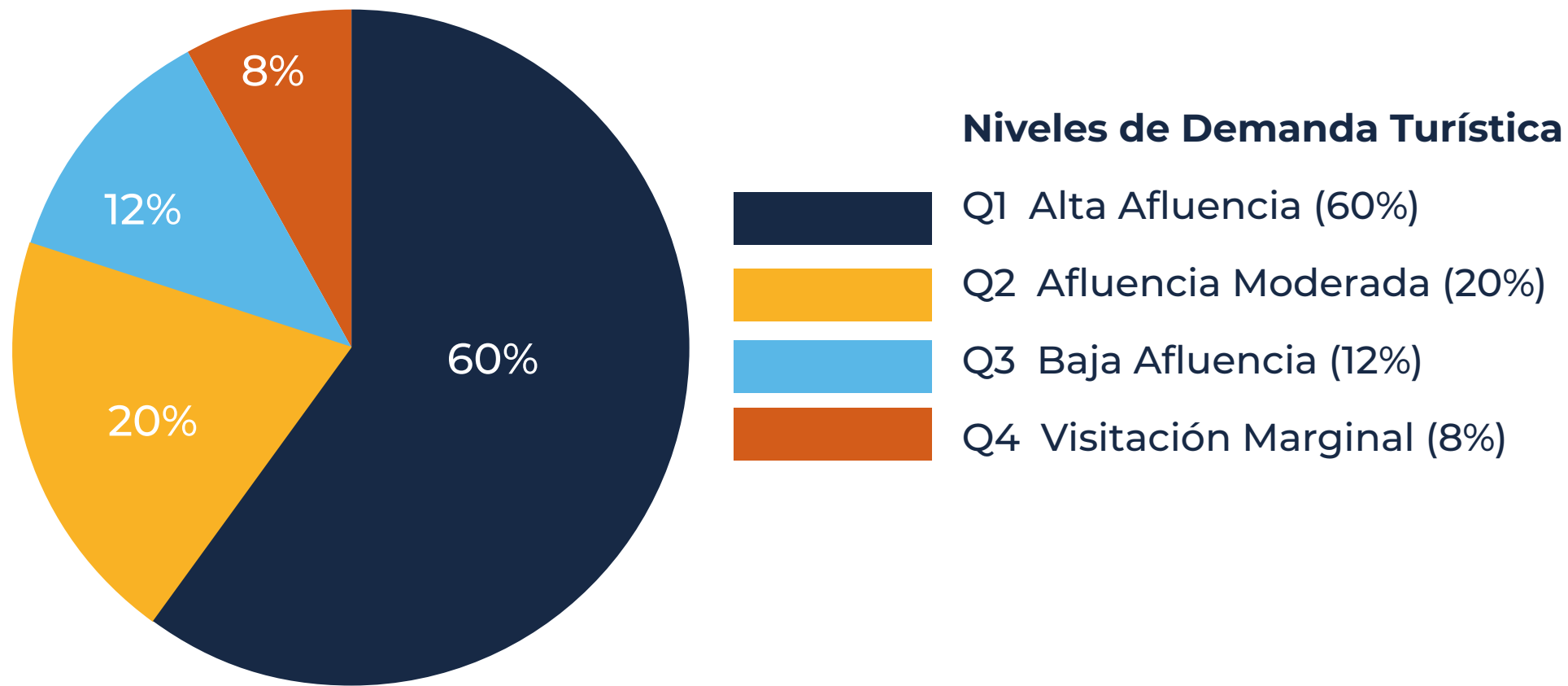
Desarrollado por el Observatorio Turístico Sostenible en colaboración de los Grupos de Investigación Tourism, Technology y Management TTM & Tecnología, Ciencia y Educación TECED expone los resultados de un exhaustivo levantamiento de información ejecutado durante el feriado nacional por conmemorarse el Primer Grito de Independencia en Ecuador, en el periodo comprendido entre el 08, 09 y 10 de agosto del 2026. El despliegue del trabajo de campo estuvo a cargo de un equipo estructurado de 3 estudiantes de la Carrera Turismo Matriz del octavo semestre y 2 estudiantes de la Carrera Administración de Empresas del cuarto semestre (PAO 2026-1), Rober Germán Ricardo Balón, Víctor Stalyn Tomalá Tomalá, Chistian Manuel Yagual Yagual, Neiser Alexander Tigrero, Michael Tomalá Ribera, actuando como encuestadores in situ, lograron aplicar con éxito un total de 917 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

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 917 encuestas aplicadas a turistas en la provincia Santa Elena durante el feriado de agosto 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

Datos importantes

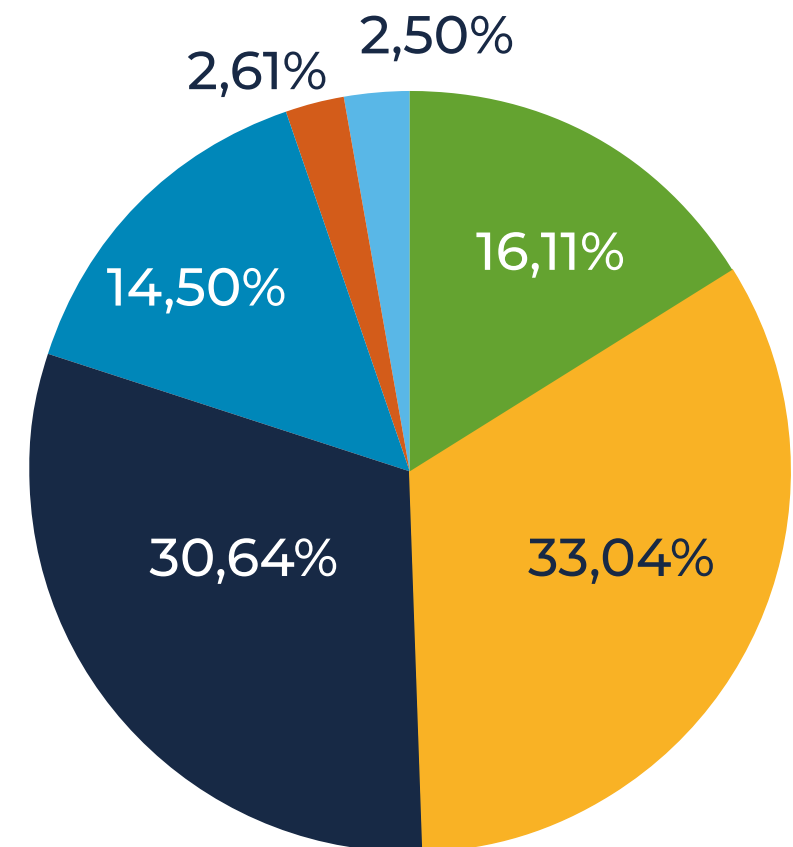
El turismo interno mostró un desempeño favorable durante el feriado del 10 de agosto de 2026. En ocupación hotelera Santa Elena se posicionó como el principal destino receptor, con 147,74 mil viajes estimados, seguida por Pichincha, con 136,52 mil; Manabí, con 116,13 mil; y Azuay, con 103,54 mil.

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones.

SECCIÓN A. DATOS SOCIODEMOGRÁFICO

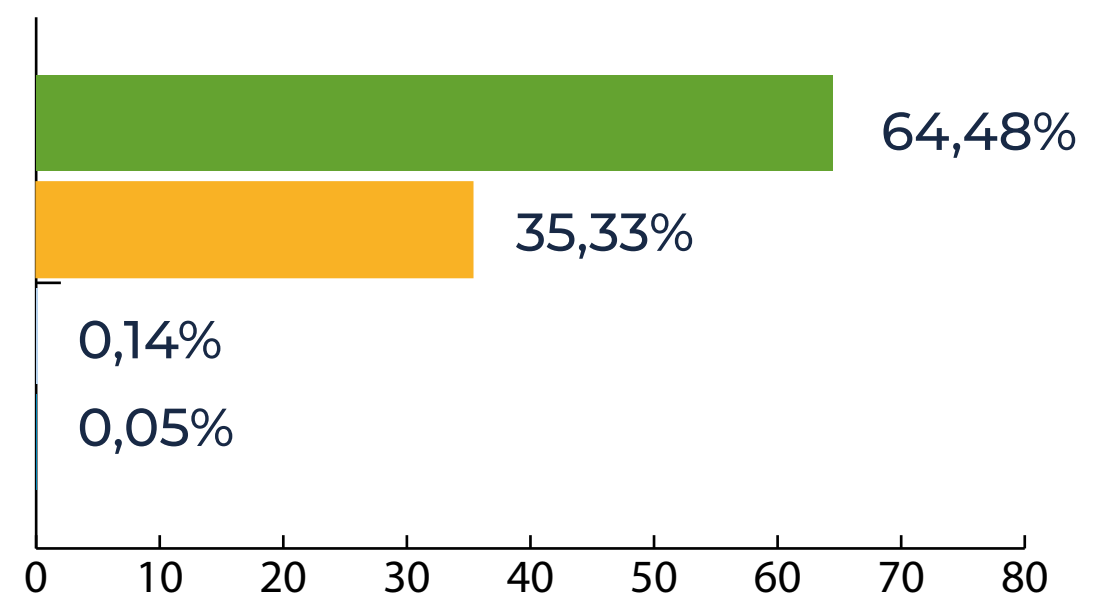
Edad de los encuestados

18 a 24 años	16,11%	
25 a 34 años	33,04%	
35 a 44 años	30,64%	
45 a 54 años	14,50%	
55 a 64 años	2,61%	
65 años o más	2,50%	



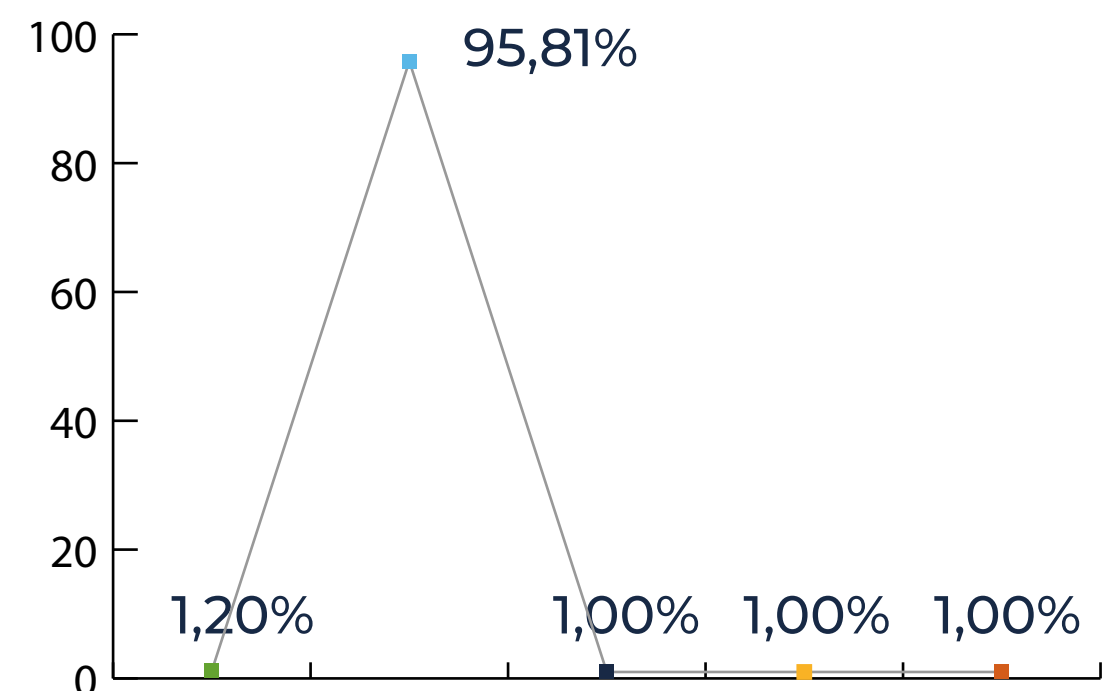
Género de los encuestados

Hombre	64,48%	
Mujer	35,33%	
Persona no binaria	0,14%	
Prefiero no responder	0,05%	

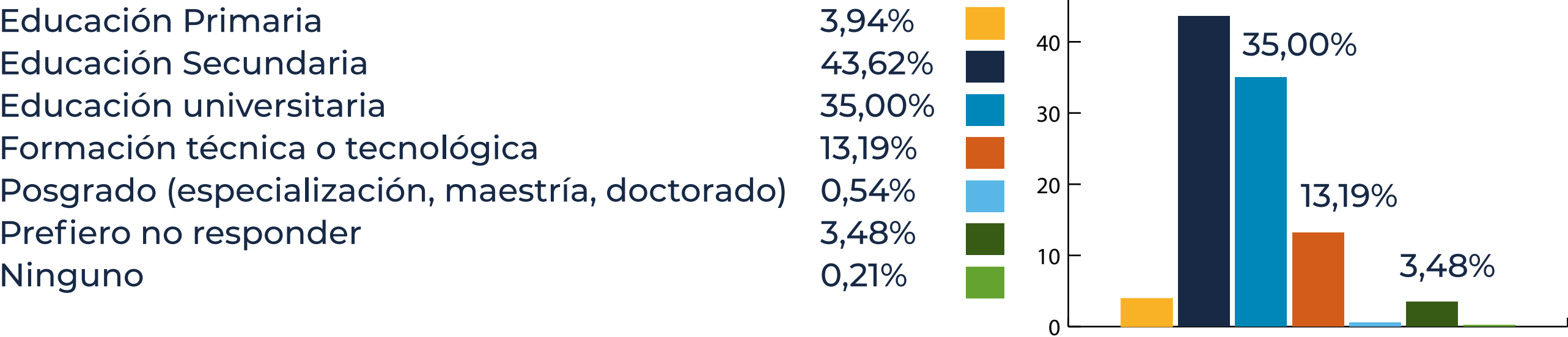


País de residencia habitual de los encuestados

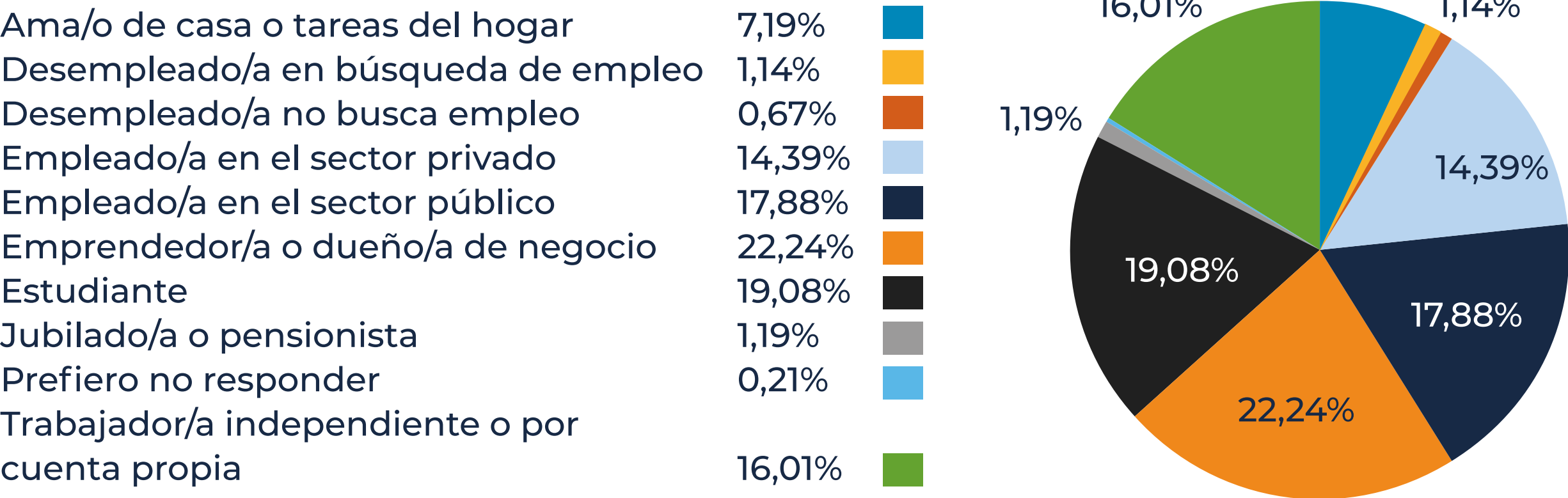
Colombia	1,20 %	
Ecuador	95,81%	
Estados Unidos	1,00%	
Perú	1,00%	
Prefiero no responder	1,00%	



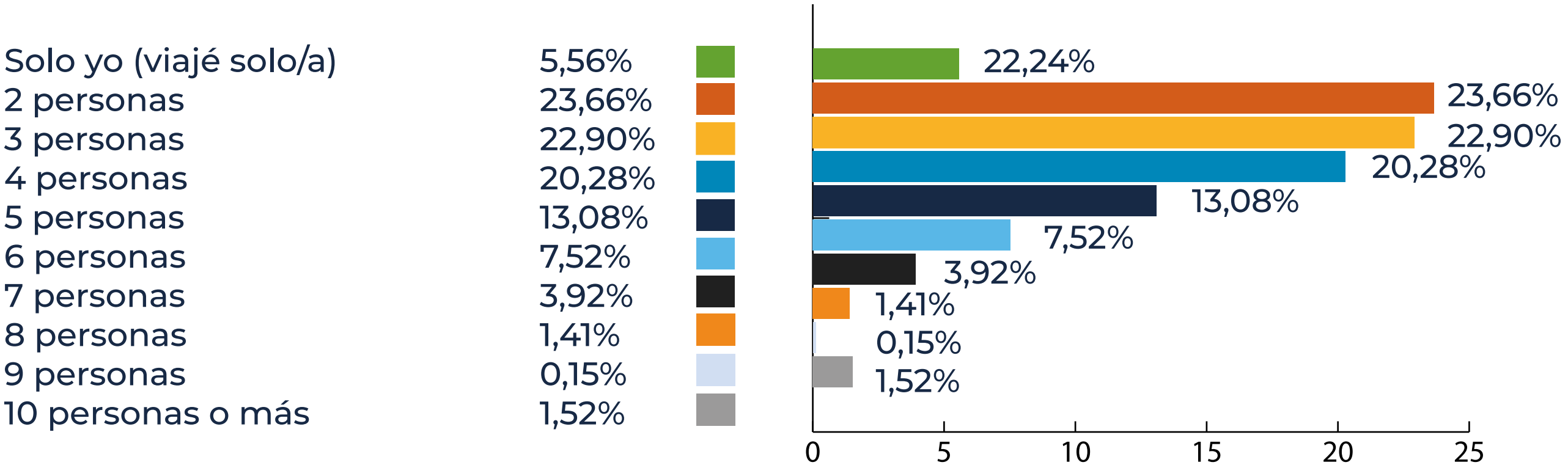
Nivel más alto de estudios que ha completado los encuestados



Situación laboral actual de los encuestados



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

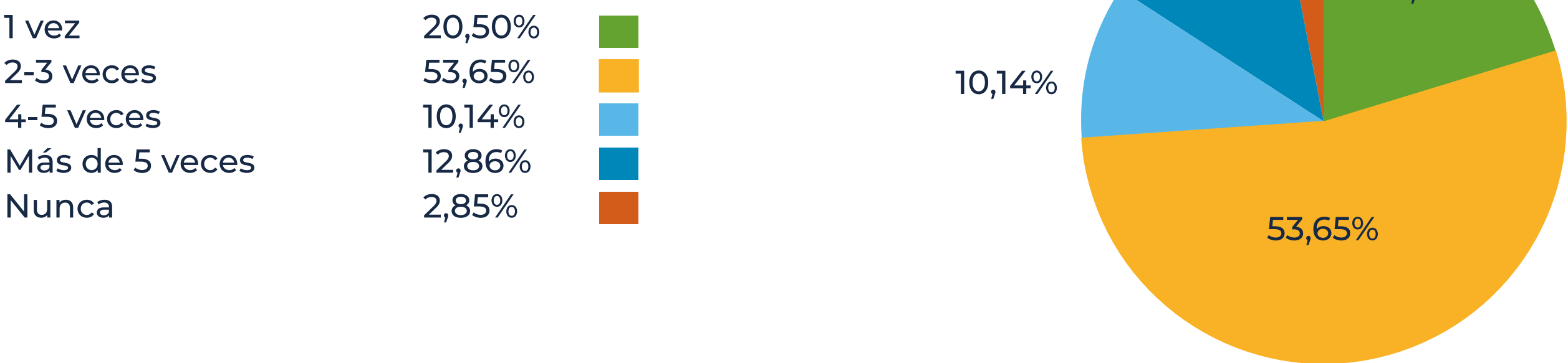


Principal motivo de su visita a la provincia Santa Elena

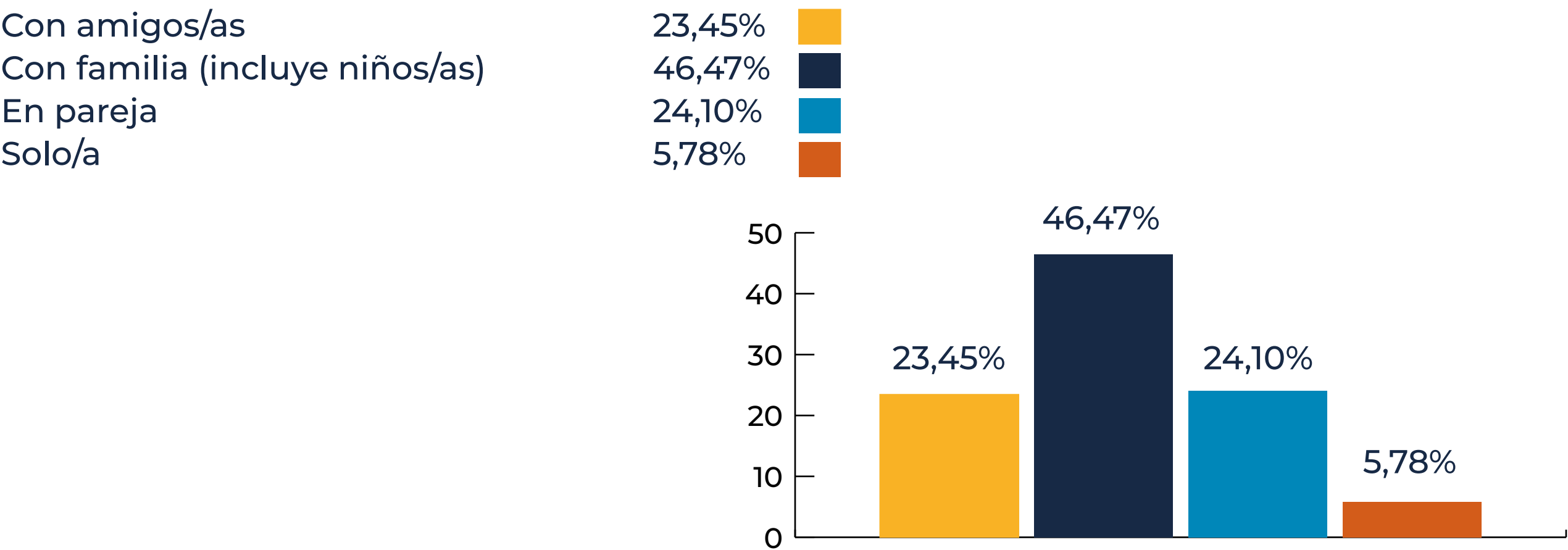


SECCIÓN B. PLANEACIÓN DEL VIAJE

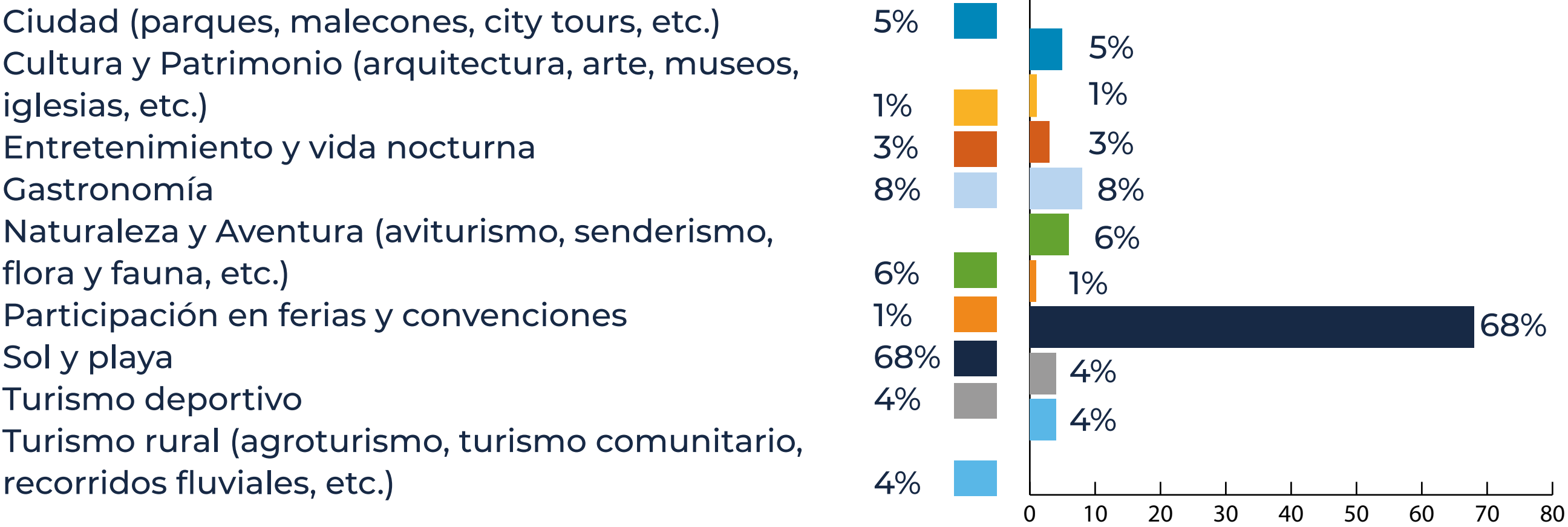
Las veces que ha visitado la provincia Santa Elena en los últimos 2 años (sin contar esta visita)



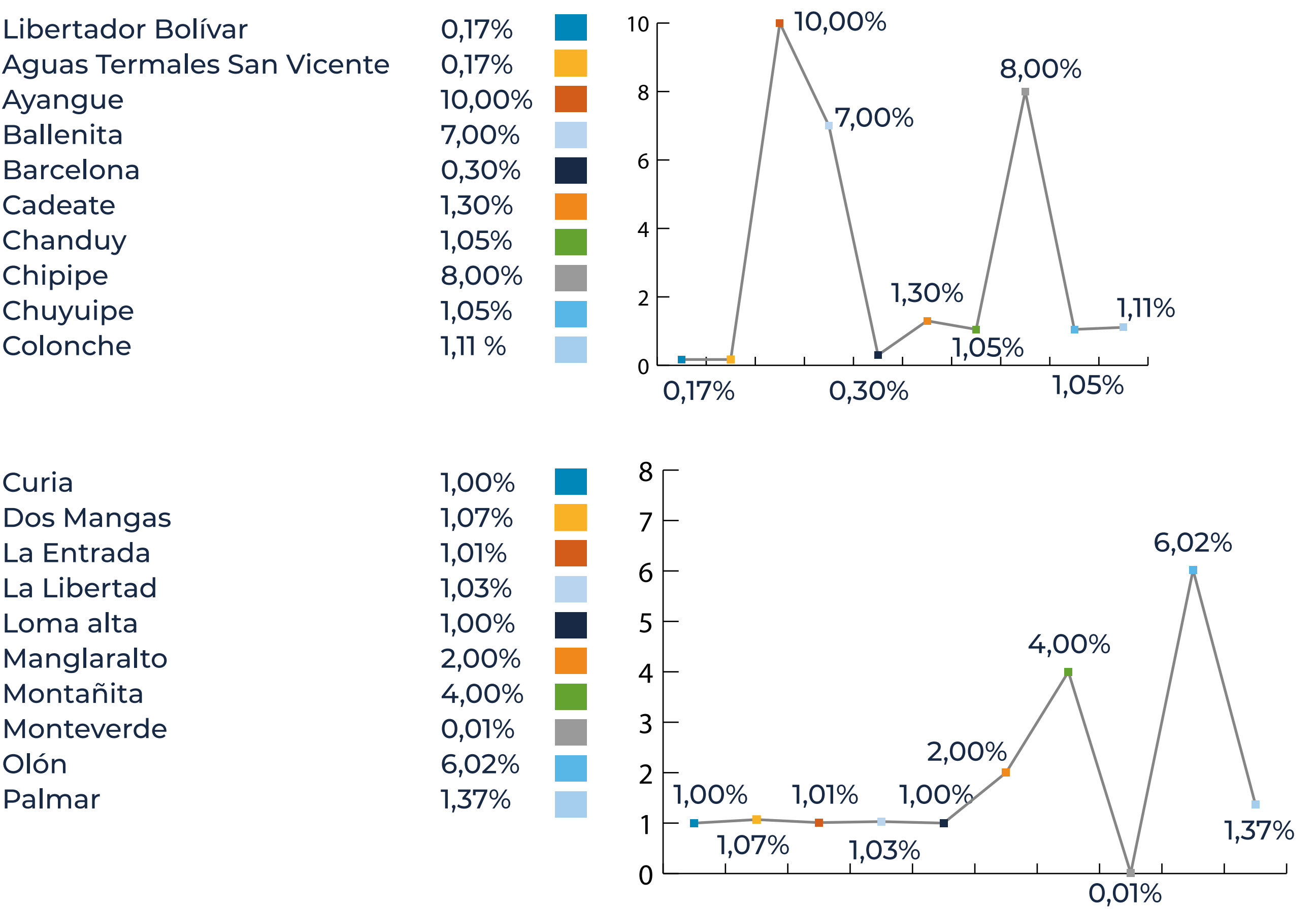
Con quién viajó en esta ocasión a la provincia Santa Elena



Tipo de actividad que realizó durante su visita, los encuestados



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



Curia
Dos Mangas
La Entrada
La Libertad
Loma alta
Manglaralto
Montañita
Monteverde
Olón
Palmar

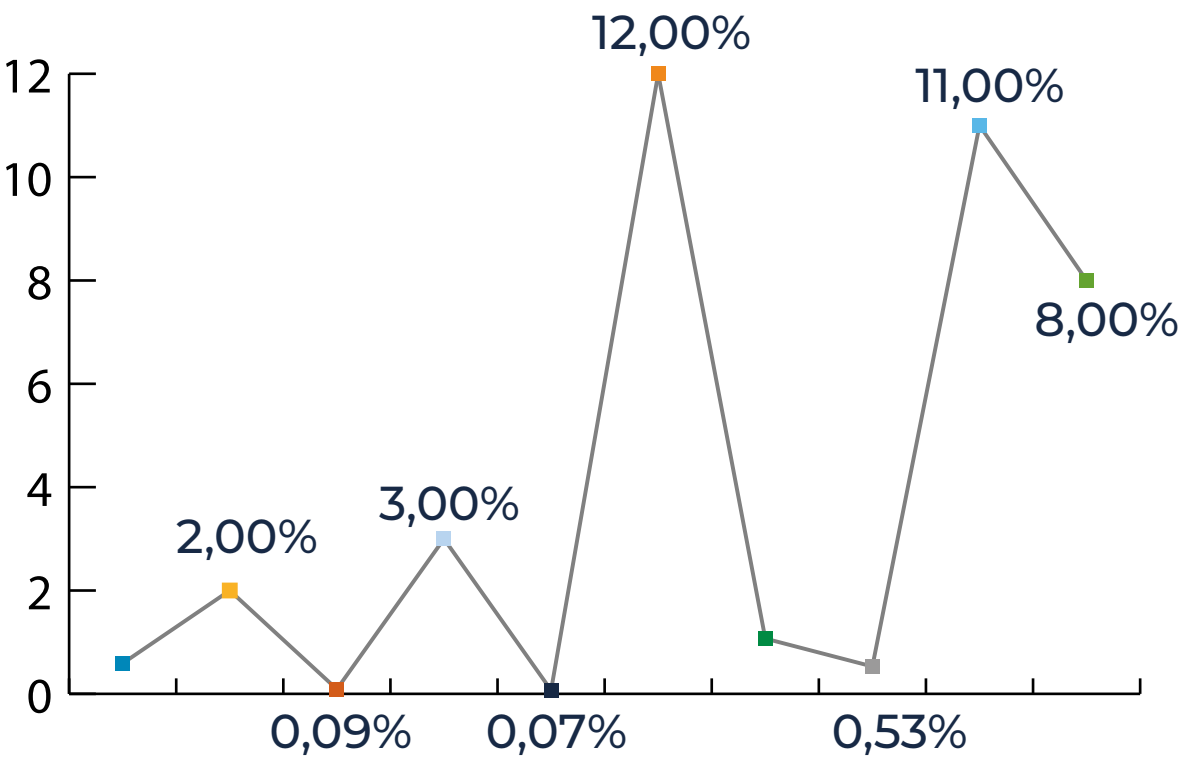
1,00%
1,07%
1,01%
1,03%
1,00%
2,00%
4,00%
0,01%
6,02%
1,37%

8
7
6
5
4
3
2
1
0

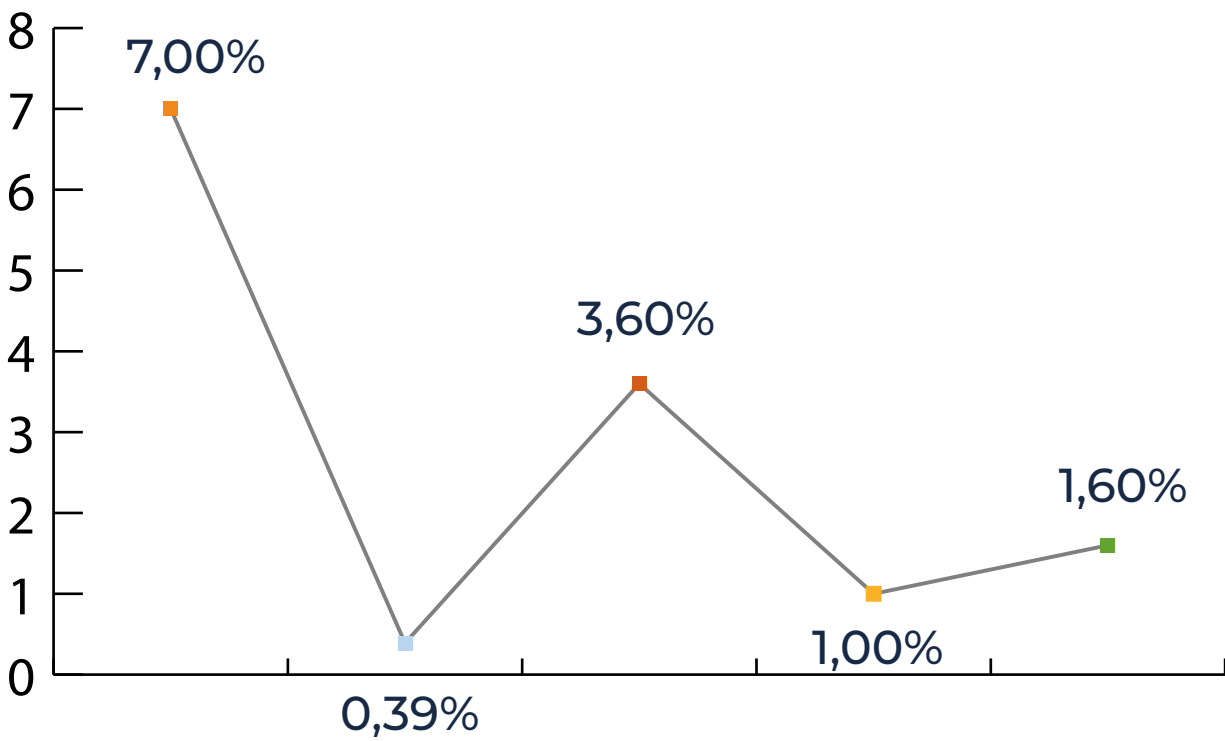
1,00%
1,07%
1,03%
0,01%

1,00%
1,01%
1,00%
2,00%
4,00%
0,01%
6,02%
1,37%

Playa Rosada	0,59%	
Puerto Lucía	2,00%	
Punta Carnero	0,09%	
REMACOPSE	3,00%	
Salanguillo	0,07%	
Salinas	12,00%	
San Antonio	1,07%	
San José de Ancón	0,53%	
San Lorenzo	11,00%	
San Pablo	8,00%	

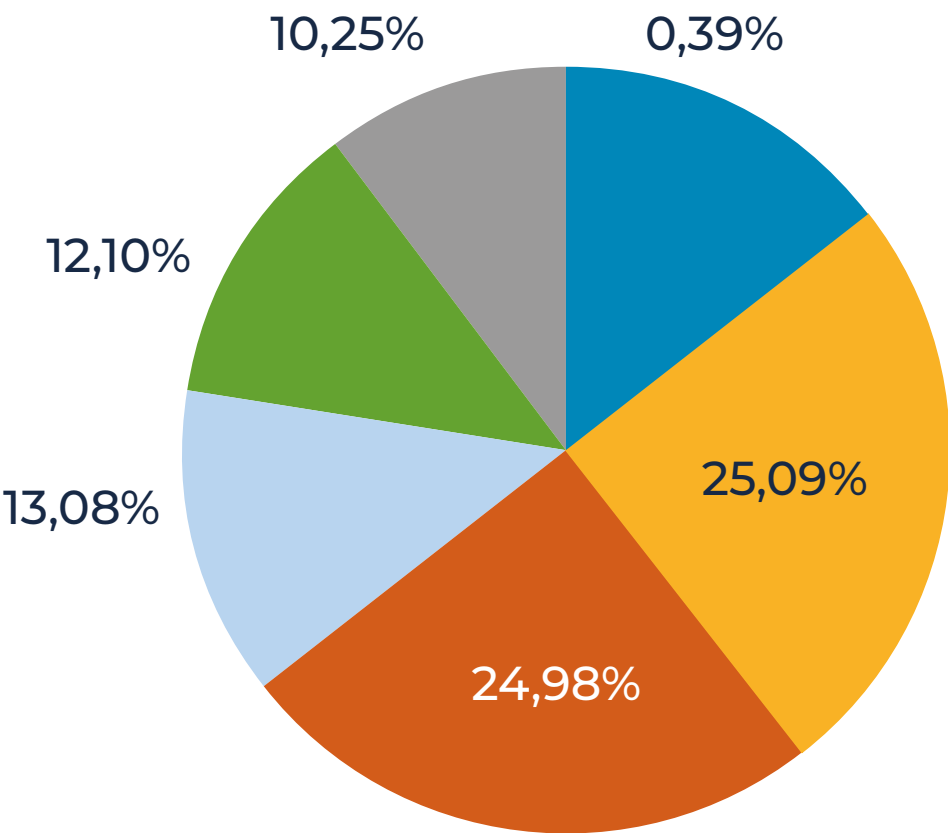


San Pedro	7,00%	
Santa Elena	0,39%	
Valdivia	3,60%	
Zoológico Rapaz Lana	1,00%	
Prefiero no responder	1,60%	



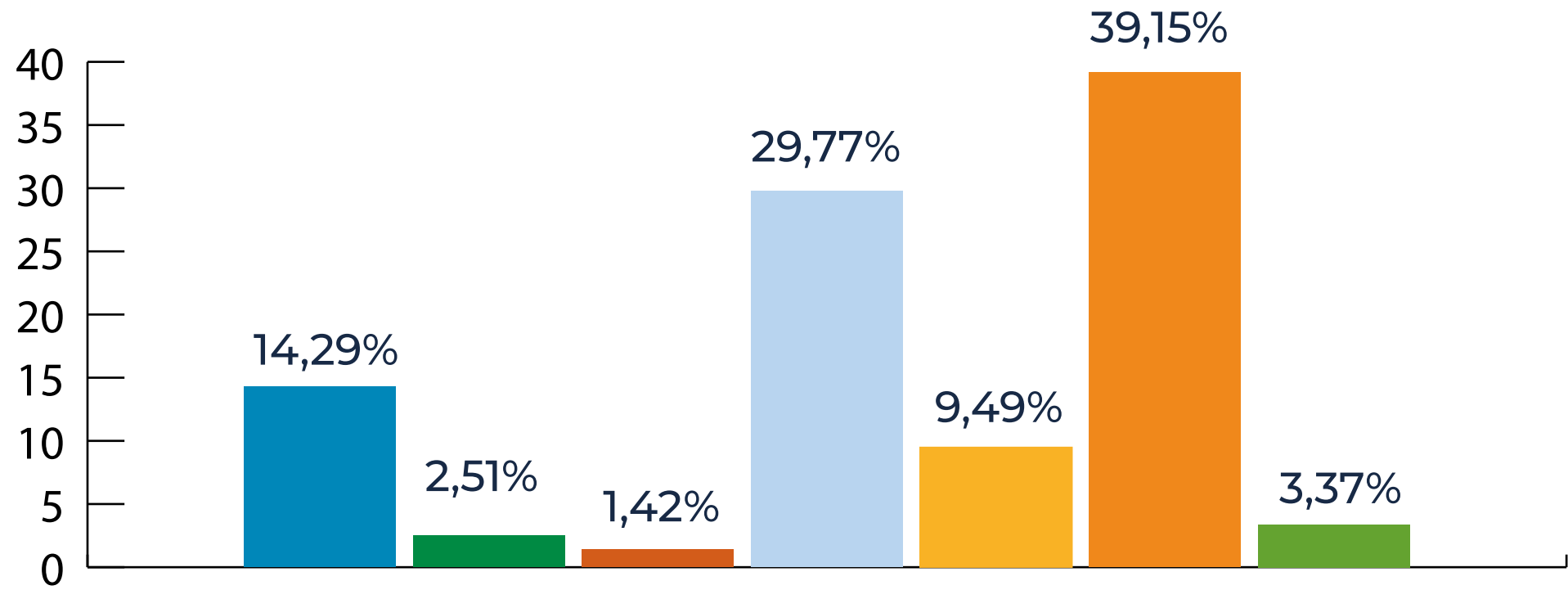
Número de noches que se quedaron en la provincia Santa Elena

0 noches (visita por el día)	14,50%	
1 noche	25,09%	
2 noches	24,98%	
3 noches	13,08%	
4 a 6 noches	12,10%	
7 noches o más	10,25%	



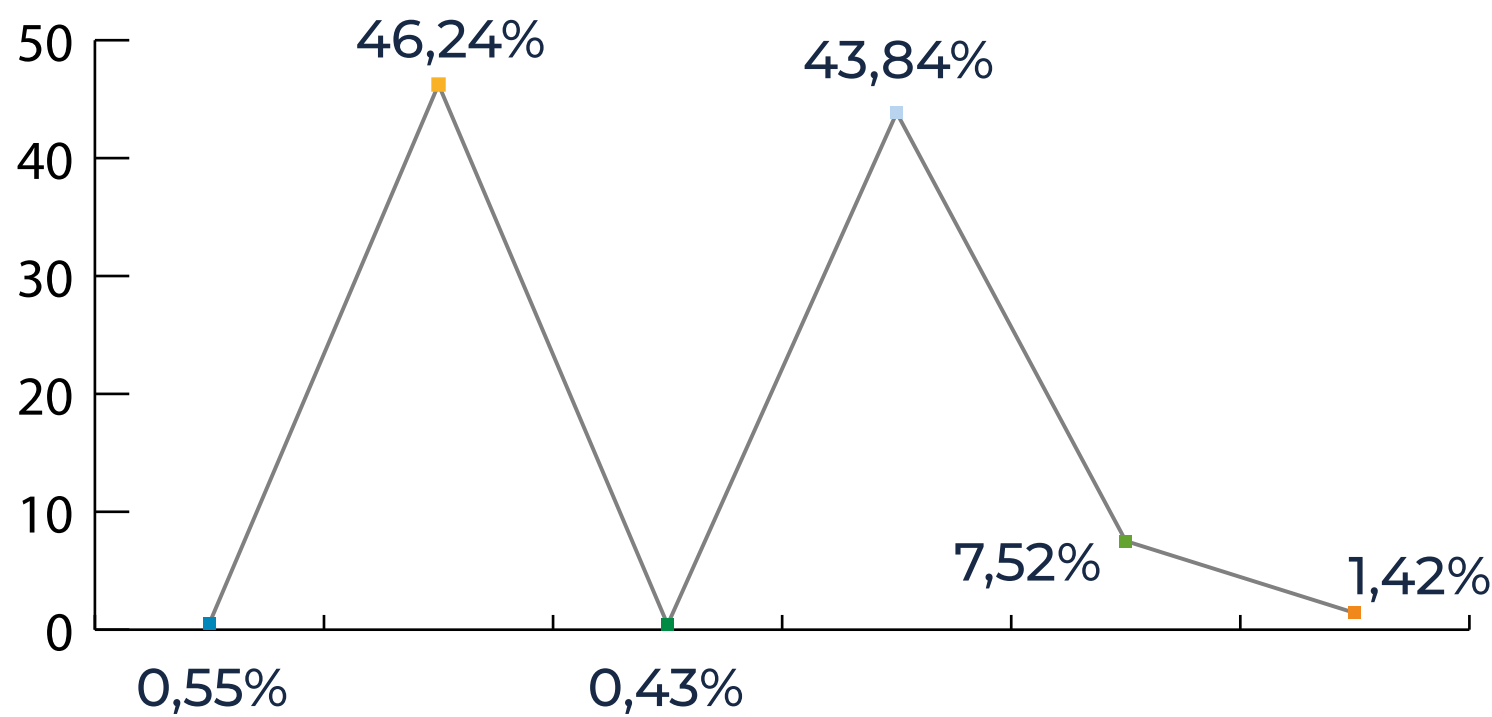
Medios por los que buscó información sobre la provincia Santa Elena y/o sobre servicios turísticos, previo a su viaje

Buscadores de Internet: Google Search, YouTube, Bing, Yahoo	14,29%	
Agencias en línea: Booking, Expedia, Hotels.com, Airbnb	2,51%	
Agentes de viaje tradicionales y operadoras de turismo	1,42%	
Recomendaciones personales de amigos o familiares	29,77%	
Sitio web del destino	9,49%	
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok)	39,15%	
Otro medio	3,37%	



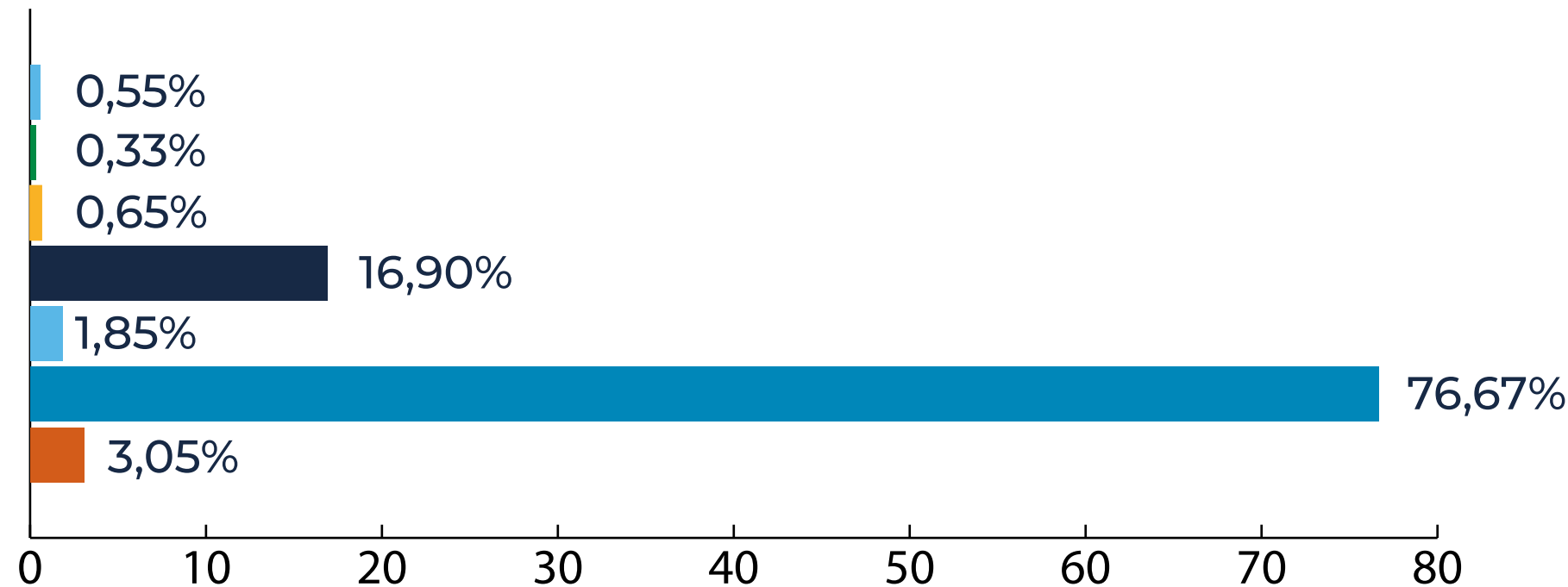
Fue fácil o difícil buscar información sobre el destino Santa Elena antes de su viaje, los encuestados

Difícil	0,55%	
Fácil	46,24%	
Muy difícil	0,43%	
Muy fácil	43,84%	
Ni fácil ni difícil	7,52%	
No busqué información	1,42%	



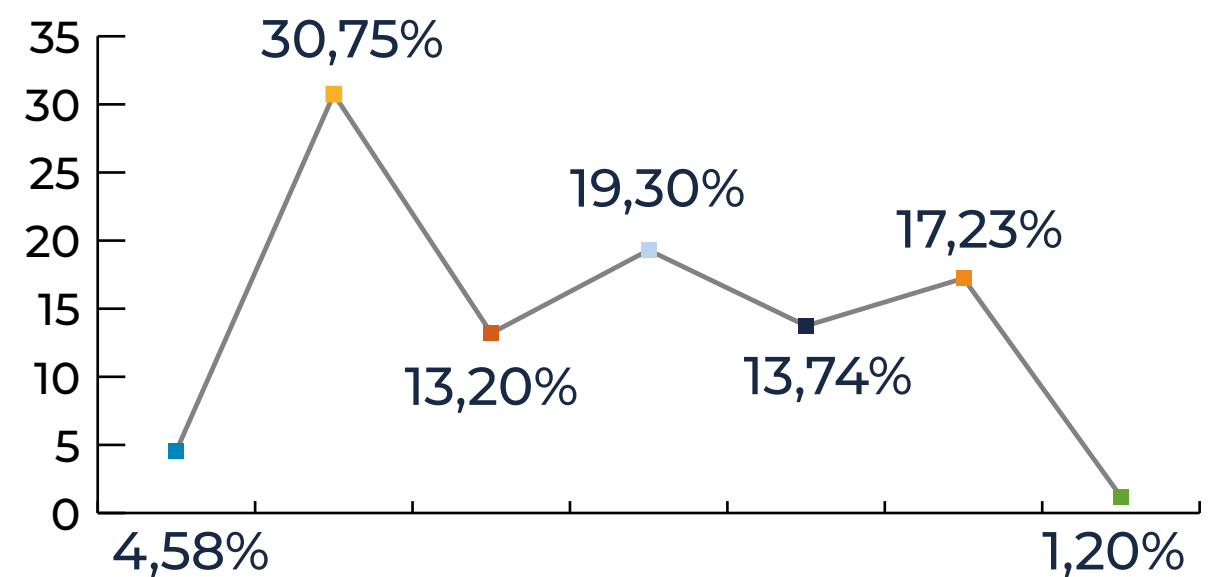
Forma como organizó su viaje los encuestados

A través de redes sociales o grupos de viaje	0,55%	
A través de una agencia de viajes en línea (OTA)	0,33%	
A través de una agencia de viajes presencial	0,65%	
Con ayuda de familiares o amigos en el destino	16,90%	
Otro (especifique)	1,85%	
Por cuenta propia (contactando directamente con alojamientos, transporte, etc.)	76,67%	
Por medio de un paquete turístico	3,05%	



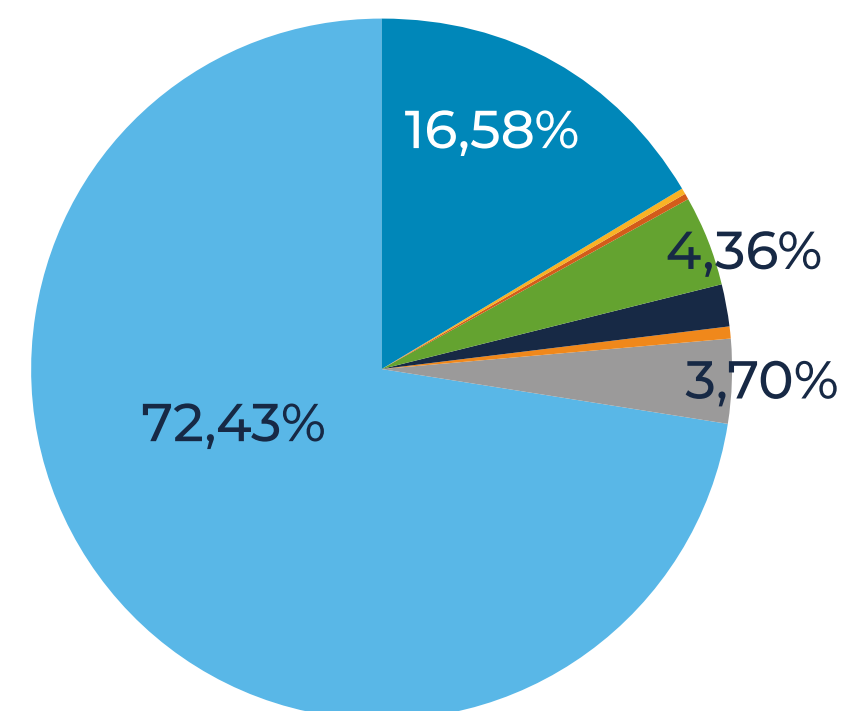
Tiempo que tomó organizar su viaje a Santa Elena

1 a 2 meses antes	4,58%	
1 a 2 semanas antes	30,75%	
1 a 3 días antes	13,20%	
3 a 4 semanas antes	19,30%	
4 a 7 días antes	13,74%	
El mismo día del viaje	17,23%	
Más de 2 meses antes	1,20%	



Medio de transporte que arribó a Santa Elena en este viaje

Autobús interprovincial	16,58%	
Avión (hasta ciudad cercana + traslado terrestre)	0,11%	
Otro (especifique): autobús interprovincial	0,22%	
Servicio de transporte por app (Uber, InDrive, etc.)	0,10%	
Taxi amarillo	4,36%	
Transporte turístico contratado (tour, agencia)	1,74%	
Vehículo de alquiler sin conductor	0,76%	
Vehículo de un familiar o amigo	3,70%	
Vehículo propio	72,43%	



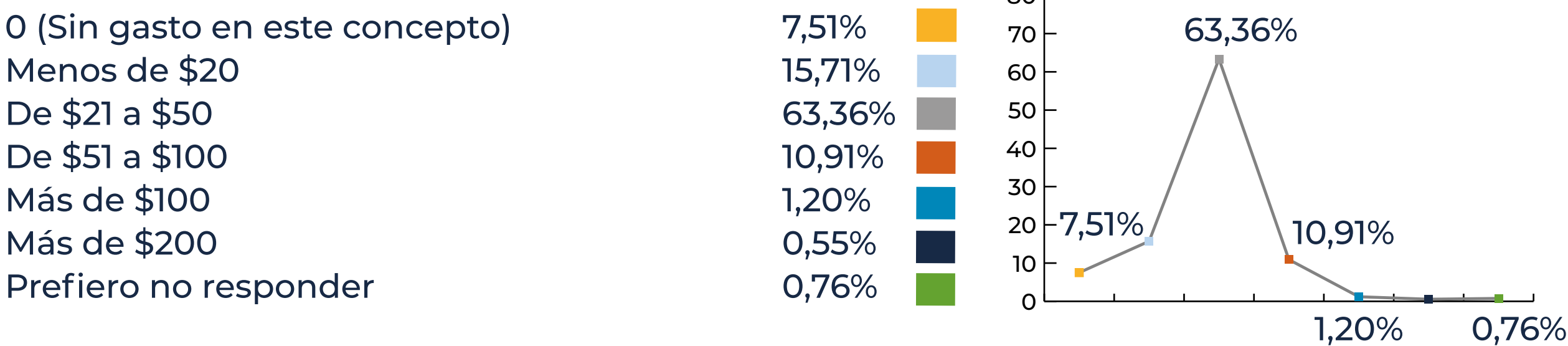
SECCIÓN C. ESTRUCTURA DE CONSUMO

Principales medios de traslado durante su visita

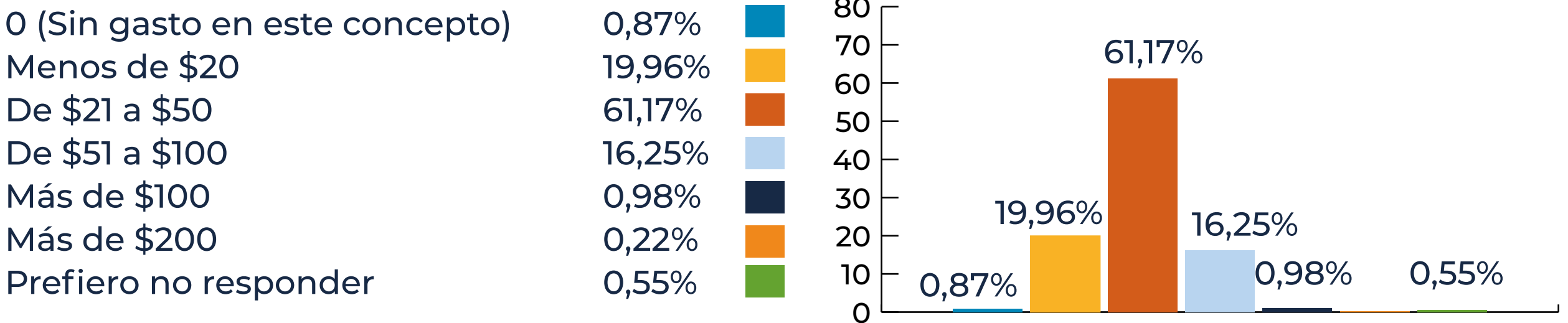


Presupuesto total por persona para el gasto asociado con su viaje por día, los encuestados

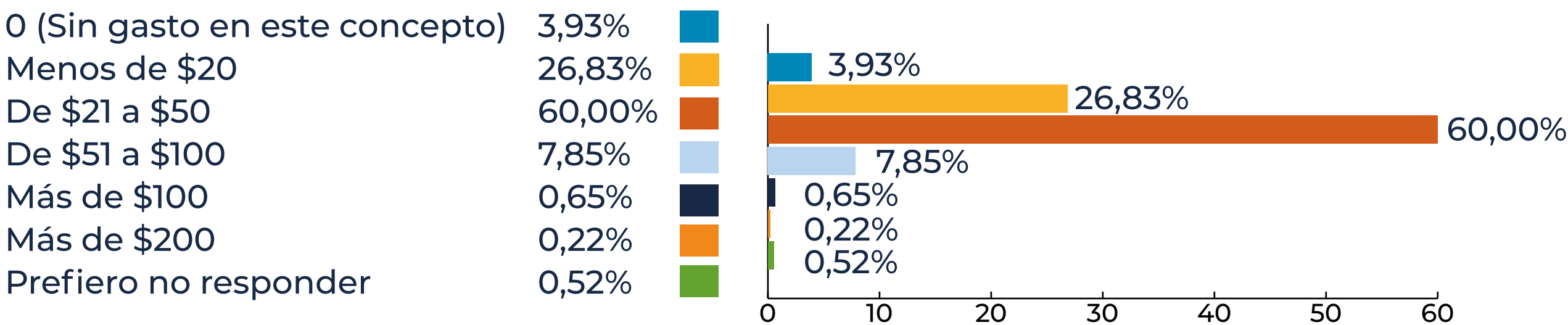
A. Alojamiento (hotel, hostel, alquiler vacacional)



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

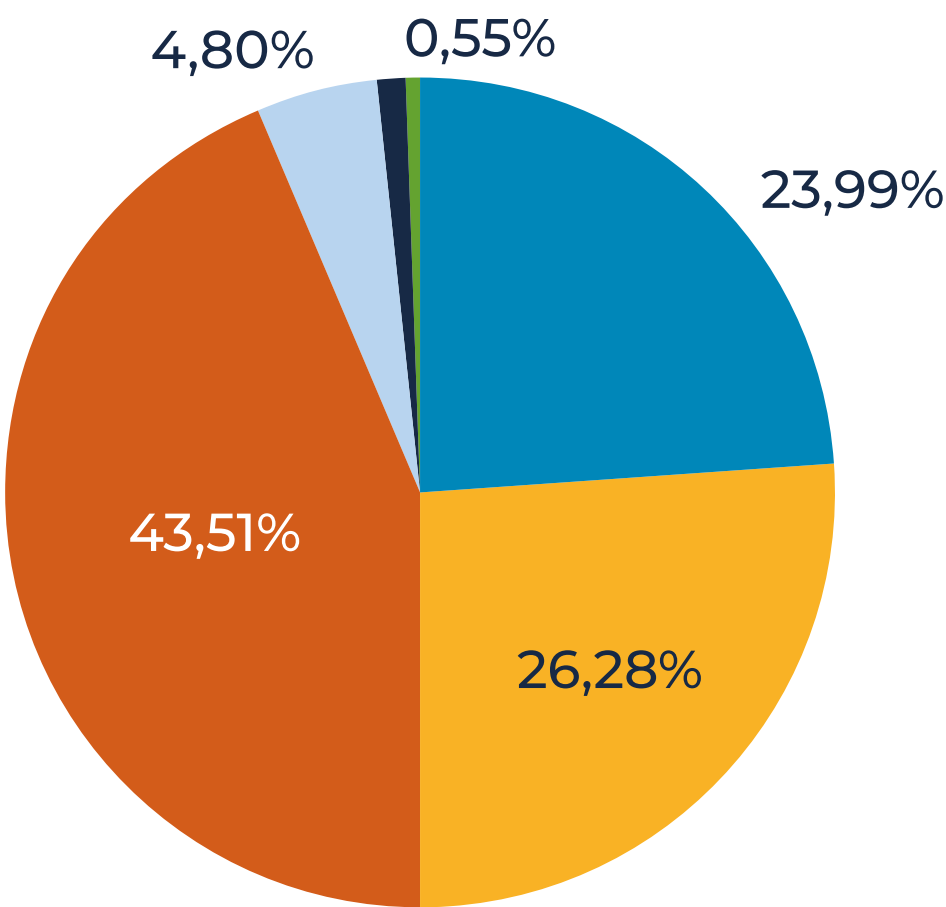


C. Transporte interno por día (taxis, bus, estacionamiento, gasolina, alquiler de auto, etc.)



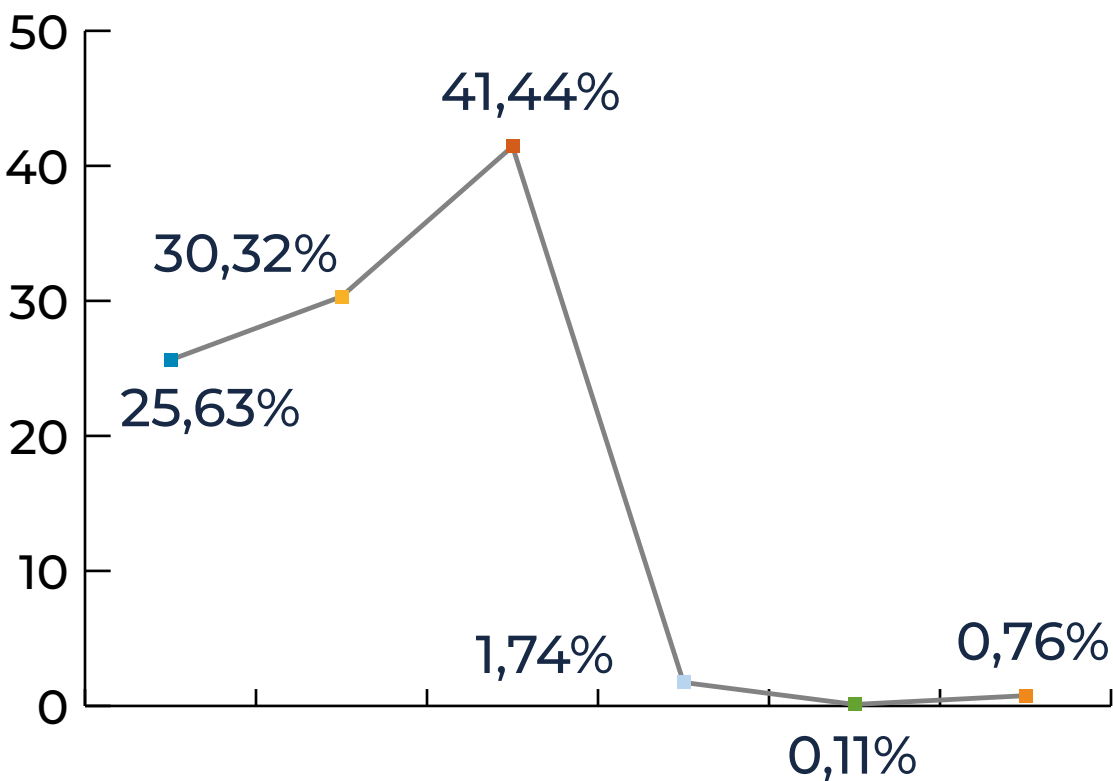
D. Entretenimiento, ocio y cultura por día (festivales, cine, atracciones, etc.)

0 (Sin gasto en este concepto)	23,99%	
Menos de \$20	26,28%	
De \$21 a \$50	43,51%	
De \$51 a \$100	4,80%	
Más de \$100	0,87%	
Más de \$200	0,00%	
Prefiero no responder	0,55%	



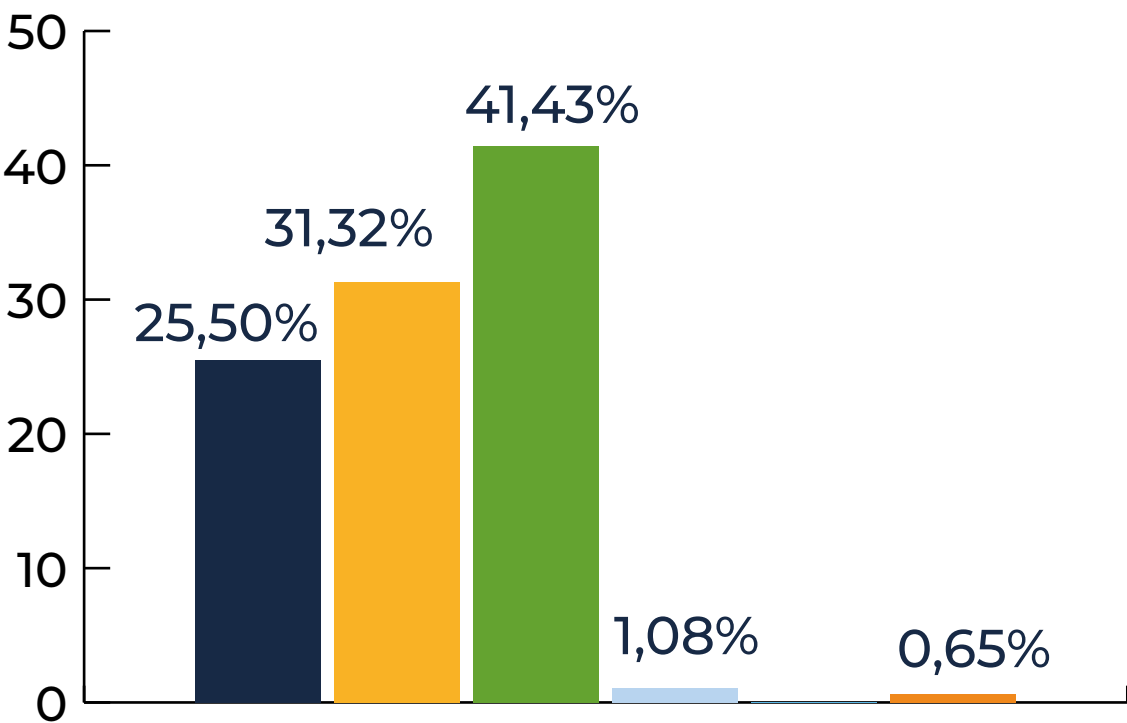
E. Compras de ropa, calzado, artículos personales por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	25,63%	
Menos de \$20	30,32%	
De \$21 a \$50	41,44%	
De \$51 a \$100	1,74%	
Más de \$100	0,11%	
Prefiero no responder	0,76%	



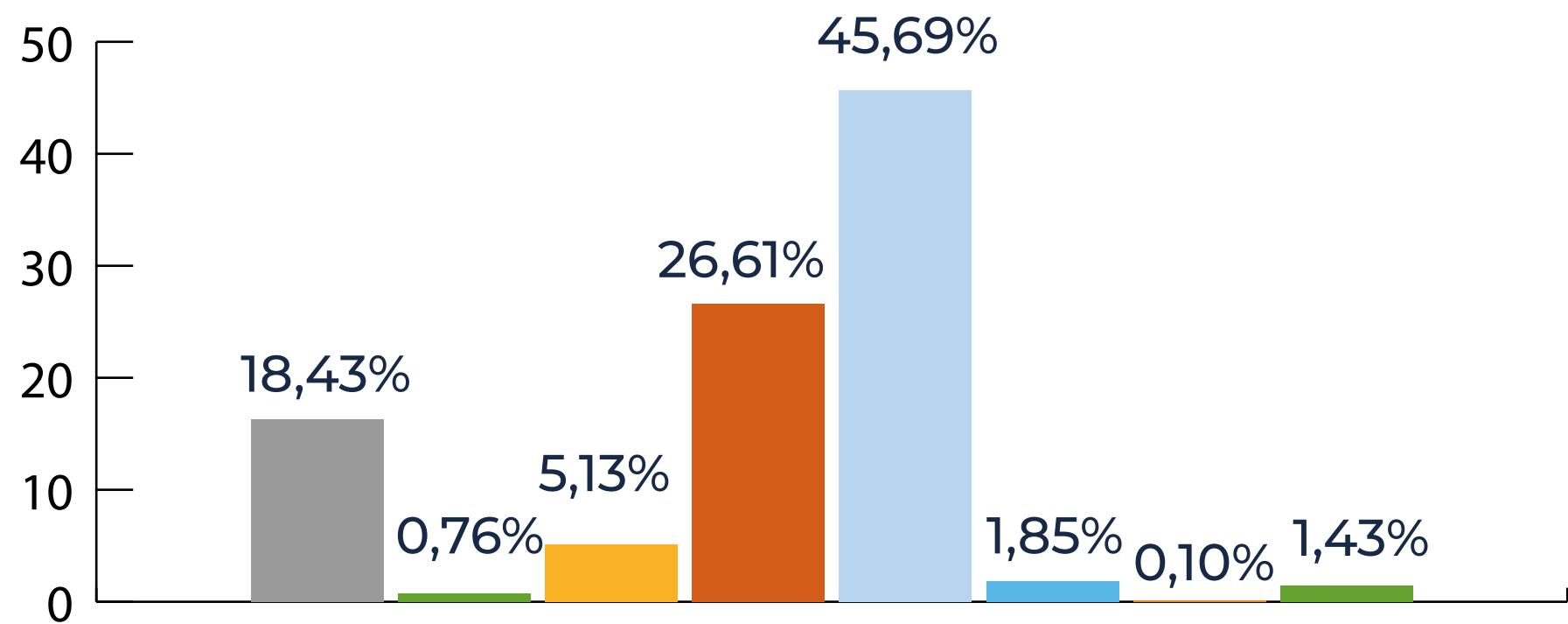
F. Recuerdos, souvenirs y artesanías por día.

0 (Sin gasto en este concepto)	25,50%	
Menos de \$20	31,32%	
De \$21 a \$50	41,43%	
De \$51 a \$100	1,08%	
Más de \$100	0,02%	
Prefiero no responder	0,65%	



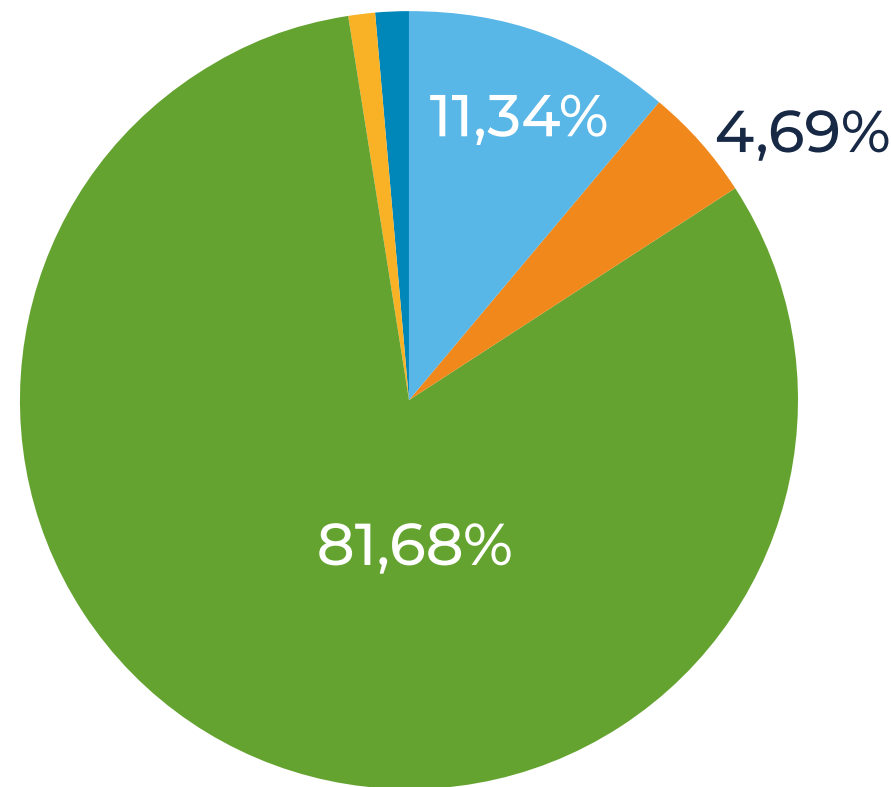
Rubro dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes, los encuestados

Alojamiento (Hoteles de lujo, Airbnb premium, etc.) 1	18,43%	
Transporte y vuelos (Clases ejecutivas, viajes directos, alquiler de autos de alta gama)	0,76%	
Experiencias y actividades (Tour exclusivos, entradas VIP, deportes de aventura)	5,13%	
Gastronomía (Restaurantes de alta cocina, experiencias culinarias)	26,61%	
Actividades recreativas, culturales o de entretenimiento	45,69%	
Compras personales (ropa, calzado, tecnología, etc.)	1,85%	
Recuerdos, artesanías y souvenirs	0,10%	
Prefiero no responder	1,43%	

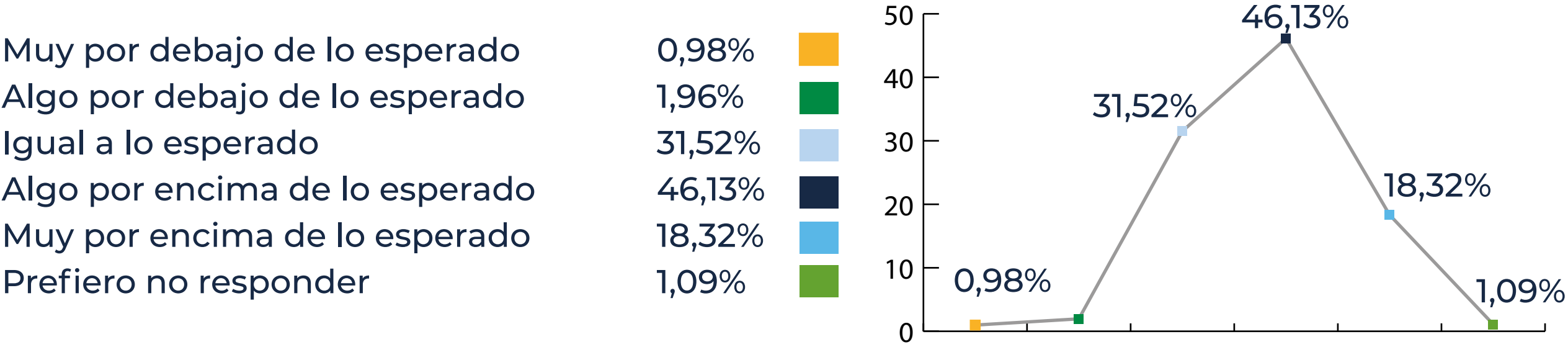


Considerando su situación económica, en qué categoría se clasificaría como viajero

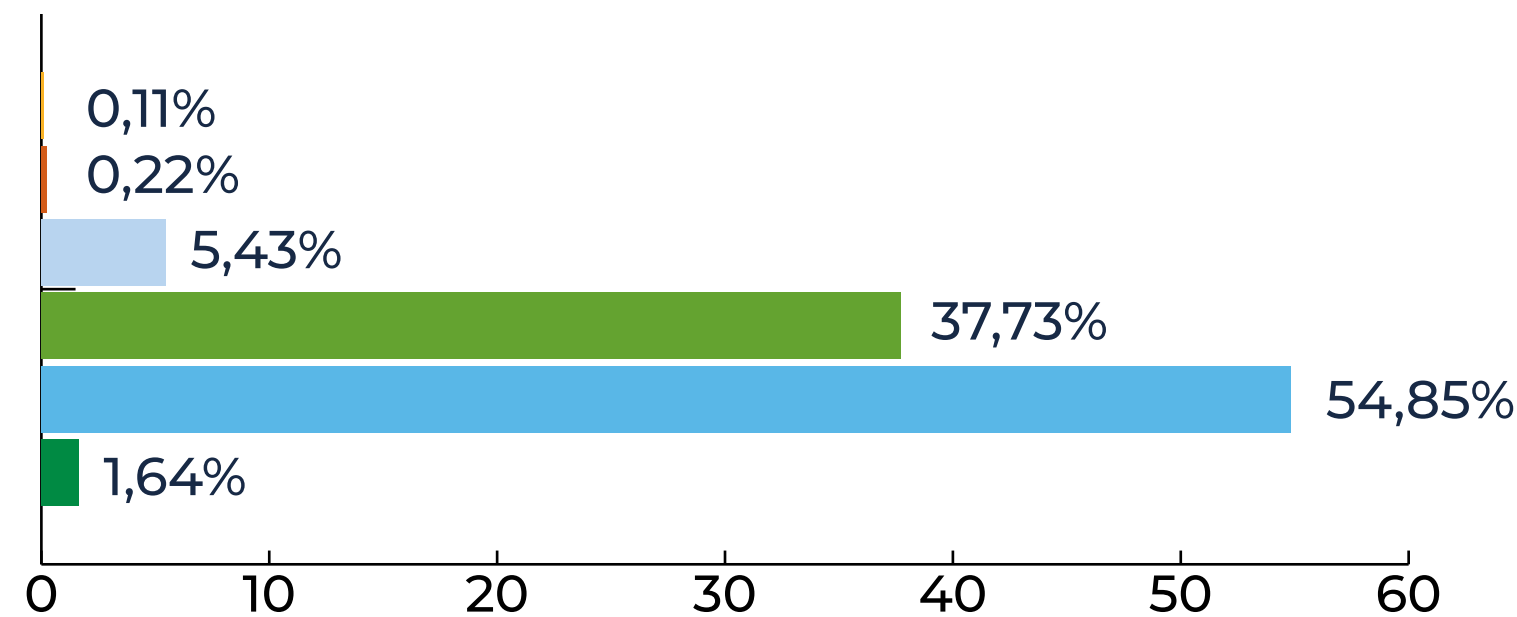
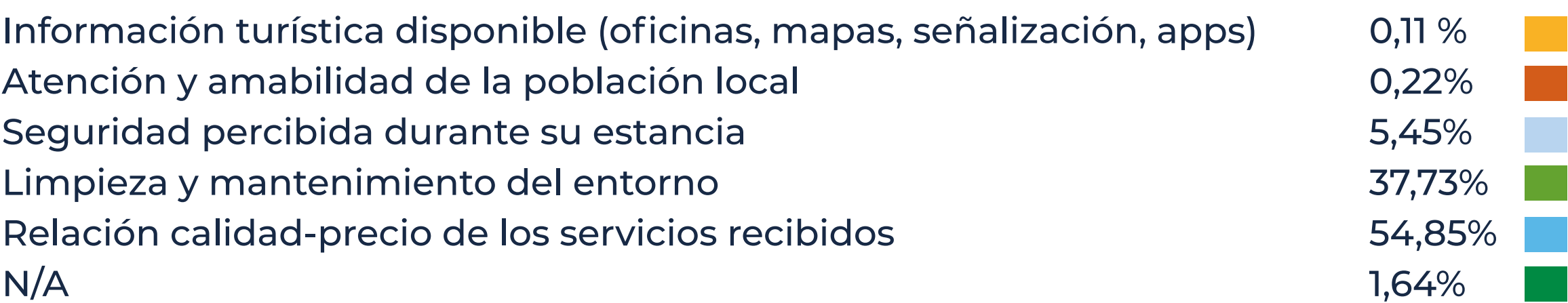
Viajero de Bajo Presupuesto/Mochilero: Mi prioridad es el costo más bajo posible, maximizando el ahorro.	11,34%	
Viajero de Gama Alta: Busco calidad, me permito gastos significativos, pero soy consciente de mi presupuesto.	4,69%	
Viajero de Gama Media: Priorizo el equilibrio entre costo y calidad; no escatimo en lo necesario, pero busco ofertas.	81,68%	
Viajero de Lujo: Mi presupuesto es ilimitado y priorizo el confort y la exclusividad.	0,98%	
Prefiero no responder.	1,31%	



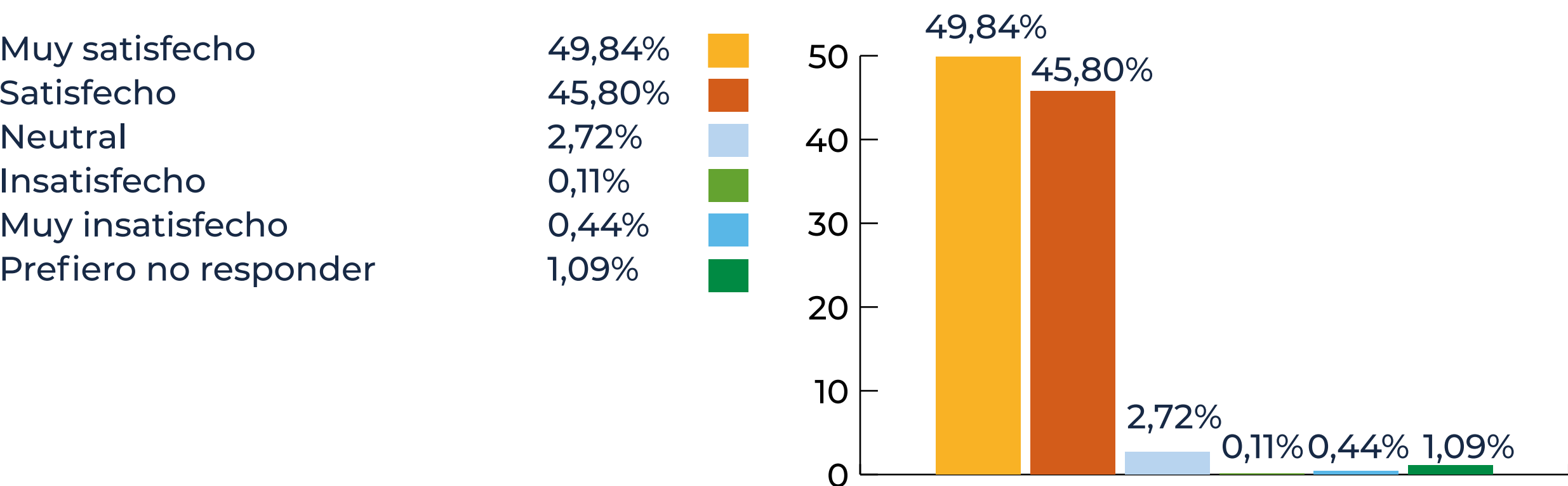
La relación de sus expectativas y la realidad del destino, los encuestados



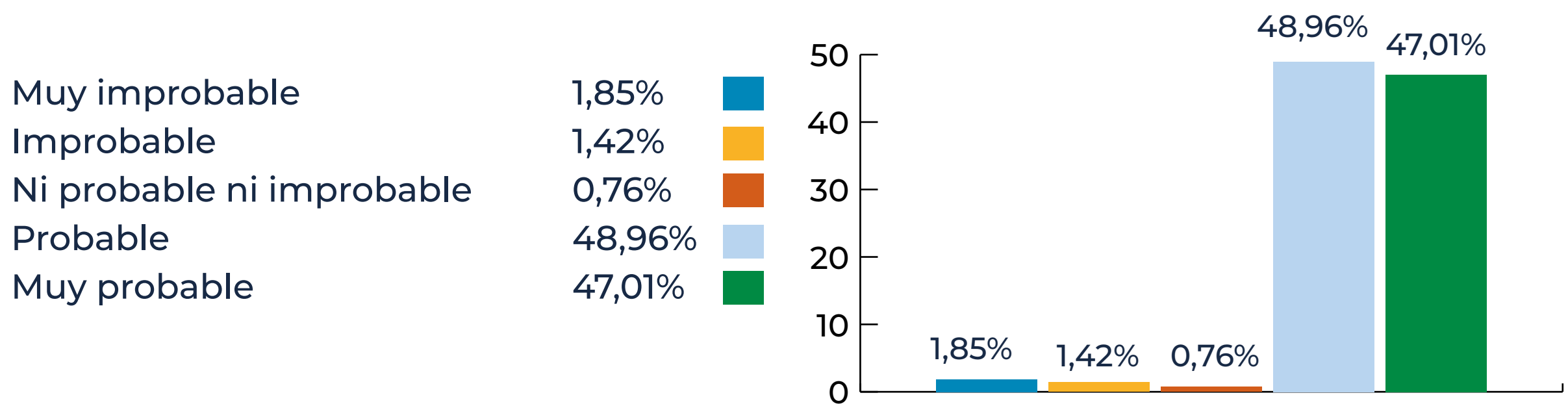
Nivel de satisfacción con los servicios durante su visita en la provincia Santa Elena



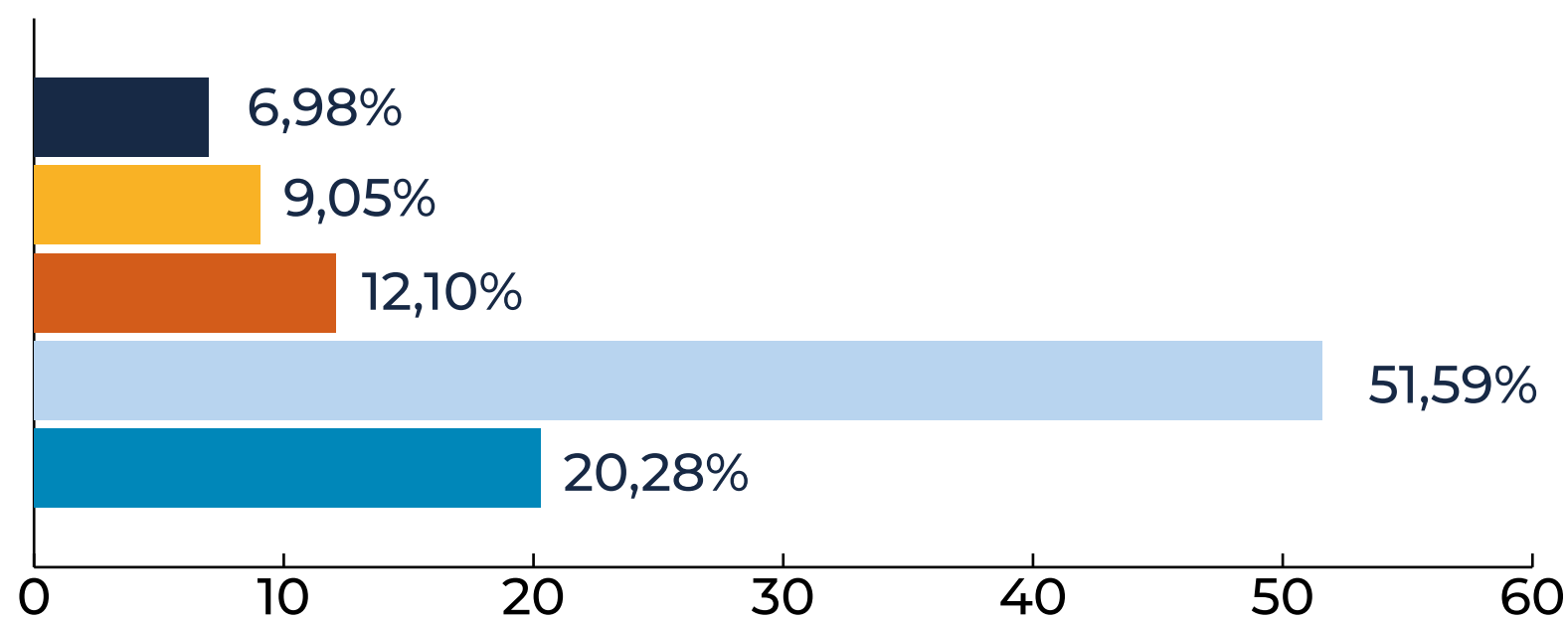
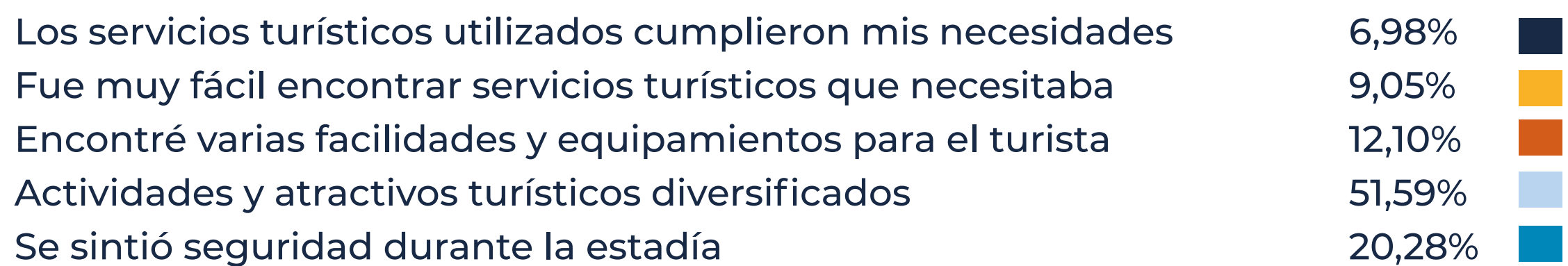
Nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado



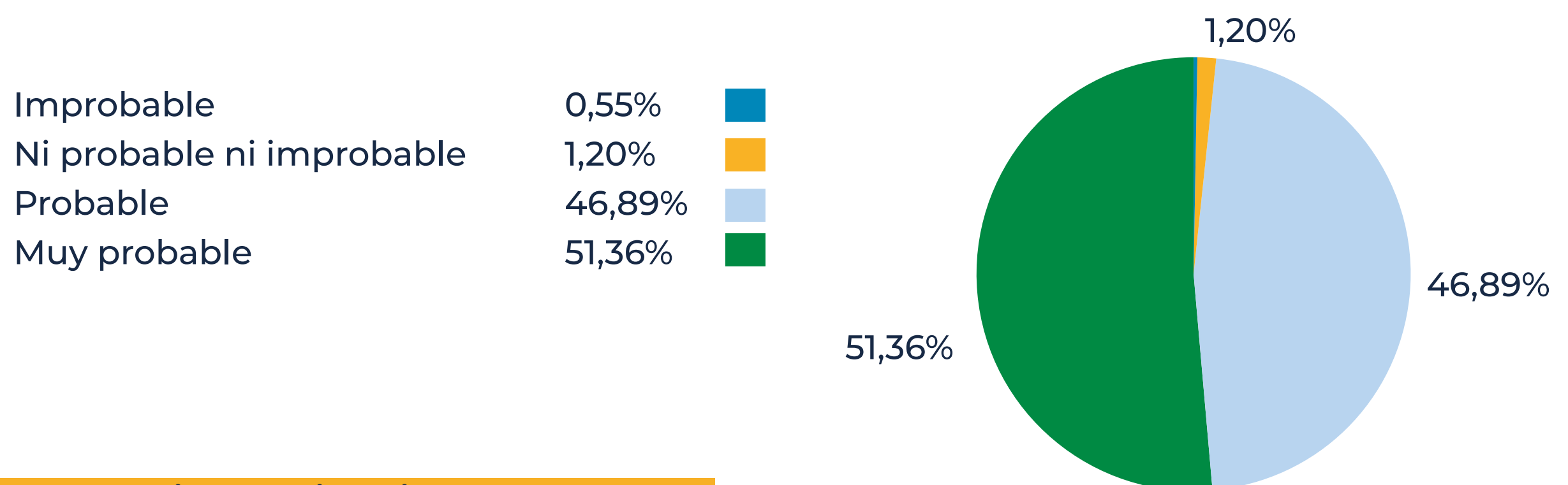
Es probable que vuelva a visitar Santa Elena, los encuestados



26. Por qué recomendaría visitar Santa Elena



Recomendaría a un amigo o colega visitar Santa Elena



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