



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA:

“DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN
FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2025-2026”

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA:

CARLA TAMARA RAMOS VILLON

TUTORA:

LCDA. MYRIAM YOLANDA SARABIA MOLINA PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR
2026

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, **“DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2025-2026”**, elaborado por Srta. Carla Tamara Ramos Villon, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

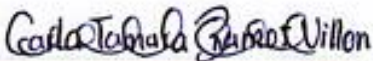


Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina PhD.
Profesora tutora

AUTORIA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado **“DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2025-2026”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Carla Tamara Ramos Villon con cedula de identidad número 0927945345 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.


Carla Tamara Ramos Villon
C.C. No.: 0927945345

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a Dios por esa fortaleza universidad Estatal Península de Santa Elena por habernos dado la brindado enseñanzas llenas de sabidurías con cada docente.

Agradezco profundamente a mi familia por su amor, por su apoyo constante durante todo este largo proceso que tuve y seguiré teniendo en mi vida. Sus palabras de aliento y sobre todo su confianza en mis capacidades fue para mi realmente una motivación para continuar y culminar una meta más en mi vida.

Por último, estoy muy agradecida con cada docente que me dedico tiempo, enseñanzas, risas, enojos, agradezco por cada detalle de cada uno, dios me los bendiga hoy mañana y siempre.

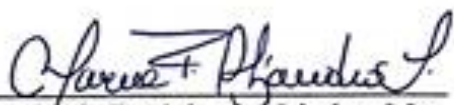
Carla Tamara Ramos Villon

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación principalmente a Dios, a todos los que me ayudaron en este proceso a mi familia en especial a mi pequeño hijo mi emer, a mi tutora la Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina. PhD., quienes me motivaron constantemente para el cumplimiento de mis objetivos académicos, A Nercy Castillo mi gran amiga, que a pesar que no pudimos realizar nuestro proyecto juntas siempre estuvo apoyándome, a todas esas personas que, de una u otra manera me motivaron a seguir adelante y a no rendirme pese a las dificultades. Mi logro también es para ellos, ya que si ellos no serían posible la culminación de esta importante etapa de mi vida.

Carla Tamara Ramos Villon

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Lcda. Maria F. Alejandro Lindao, Mgs.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



Ing. Jhony E. Yumisaca Tuquinga, PhD.
PROFESOR ESPECIALISTA



Lcda. Myriam Y. Sarabia Molina, PhD.
PROFESORA TUTORA



Ing. Victor A. Lam Barriga, PhD.
PROFESOR GUIA DE LA UIC



Secret. Eject. Grace M. Lindao Quimi
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA	2
AUTORIA DE TRABAJO.....	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	7-8
ÍNDICE DE APÉNDICE	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12-18
CAPÍTULO I.....	19
MARCO REFERENCIAL	19
1.1 Revisión de literatura	19-23
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	23
1.2.1 Datos turísticos.....	23
1.2.2 Tipos de datos turísticos.....	24-25
1.2.3 Indicadores turísticos	26
1.2.4 Fuentes de información turística	27
1.2.5 Importancia de los datos turísticos en la planificación	28
1.2.6 Datos turísticos en feriados nacionales	29
1.2.7 Consumo del visitante en feriados nacionales	30
1.2.8 Perfil del visitante turístico	31-32
1.2.9 Gasto turístico	33
1.2.10 Comportamiento del visitante durante feriado	34
1.2.11 Impacto económico del consumo turístico.....	34
1.3 Fundamentos legales	35-36
CAPÍTULO II	37
METODOLOGÍA	37
2.1 Diseño de la investigación	37

2.2	Métodos de la investigación.....	38
2.3	Población y muestra	39
2.3.1	Población.....	39
2.3.2	Muestra.....	39
2.4	Recolección y procesamiento de datos	39
2.4.1	Encuesta	40
CAPÍTULO III.....		41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		41
3.1	Análisis de datos	41-60
3.2	Discusión.....	60-62
CONCLUSIONES.....		63
RECOMENDACIONES.....		64
BIBLIOGRAFÍA.....		65-67
ANEXOS.....		68-73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Perfil de visitante turístico</i>	32
Tabla 2	<i>Edad de los encuestados.....</i>	41
Tabla 3	<i>Género de los encuestados</i>	42
Tabla 4	<i>País de residencia habitual de los encuestados</i>	43
Tabla 5	<i>Nivel más alto de estudios que ha completado los encuestados</i>	43
Tabla 6	<i>Situación laboral actual de los encuestados</i>	44
Tabla 7	<i>Número de personas, incluyéndose usted, viajaron en este grupo a la provincia Santa Elena.</i>	45
Tabla 8	<i>Principal motivo de su visita a la provincia Santa Elena</i>	46
Tabla 9	<i>Principales medios de traslado durante su visita.....</i>	47
Tabla 10	<i>Alojamiento (hotel, hostel, alquiler vacacional)</i>	48
Tabla 11	<i>Alimentación por día por persona (desayuno, almuerzo y cena).</i>	49
Tabla 12	<i>Transporte interno por día (taxis, bus, estacionamiento, gasolina, alquiler de auto, etc.).....</i>	49
Tabla 13	<i>Entretenimiento, ocio y cultura por día (festividades, cine, atracciones, etc.).....</i>	50

Tabla 14 <i>Compras de ropa, calzado, artículos personales por día</i>	51
Tabla 15 <i>Recuerdo, souvenirs y artesanías por día</i>	52
Tabla 16 <i>Rubro dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes, los encuestados</i>	53
Tabla 17 <i>Considerando su situación económica, en qué categoría se clasificaría como viajero</i>	54
Tabla 18 <i>La relación de sus expectativas y la realidad del destino, los encuestado</i> .	55
Tabla 19 <i>Nivel de satisfacción con los servicios durante su visita en la provincia Santa Elena</i>	56
Tabla 20 <i>Nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado</i>	57
Tabla 21 <i>Es probable que vuelva a visitar Santa Elena, los encuestados</i>	58
Tabla 22 <i>Por qué no recomendaría visitar Santa Elena</i>	59
Tabla 23 <i>Recomendaría a un amigo o colega visitar Santa Elena</i>	60

ÍNDICE DE APÉNDICE

Anexo 1. Cuestionario.....	68
Anexo 2. Matriz de consistencia	71
Anexo 3. Operacionalización de variables.....	72
Anexo 4. Carta Aval	73
Anexo 5. Aprobación del tema.....	73



“DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2025-2026”.

AUTORA:

Carla Tamara Ramos Villon

TUTORA:

Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina PhD.

RESUMEN

La presente de investigación se realizó con el objetivo de analizar los datos turísticos y el consumo de visitantes en feriado nacionales en la Provincia de Santa Elena, en donde se considera un total de cuatro feriados, para lograr esto la metodología del estudio tuvo un enfoque cuantitativo, centrado en el análisis y la interpretación de datos numéricos y estadísticos, como alcance de la investigación se utiliza la exploratoria buscando contribuir información acerca de un problema dentro de un contexto en específico que no se analizó anteriormente, mientras que el diseño de investigación fue no experimental debido a que no se manipularon las variables. Como métodos se utiliza el analítico sintético, el inductivo deductivo y el biográfico referencial, la muestra se conforma por un total de 300 turistas que visitaron Santa Elena en feriados de carnaval, fin de año, semana santa y día del trabajo, quienes participan de las encuestas, datos obtenidos concretamente del Observatorio de Turismo Sostenible de la Universidad de la Península Santa Elena. Entre los resultados más importantes se destaca que la estructura de consumo se caracteriza porque la mayoría de los encuestados indican que utilizan vehículos familiares o de amigos para movilizarse, con un presupuesto diario con gastos de entre \$21 a \$50 en alojamiento, alimentación o transporte. En conclusión, a través de los datos obtenidos es posible comprender las conductas de consumo de los visitantes y establecer estrategias adecuadas para favorecer a dicha área dentro de la localidad.

Palabras claves: datos, turismo, gastos, feriado



**“DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN
FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2025-2026”.**

AUTHOR:

Carla Tamara Ramos Villon

ADVISOR:

Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD.

ABSTRACT

This research was conducted to analyze tourism data and visitor spending during national holidays in the province of Santa Elena, specifically covering four holiday periods. The study employed a quantitative methodology focused on the analysis and interpretation of numerical and statistical data. It utilized an exploratory research scope, aiming to provide information on a specific contextual issue that had not been previously analyzed, and adopted a non-experimental design, as the variables were not manipulated. Methodological approaches included the analytic-synthetic, inductive-deductive, and biographical-referential methods. The sample consisted of 300 tourists who visited Santa Elena during the Carnival, New Year's, Holy Week, and Labor Day holidays; data were obtained from the Sustainable Tourism Observatory at the Universidad de la Península de Santa Elena. Key findings indicate that the consumption pattern is characterized by the majority of respondents using family or friends' vehicles for transportation, with daily expenditures ranging from \$21 to \$50 on accommodation, food, or transport. In conclusion, the data obtained allow for an understanding of visitor consumption behaviors and the establishment of appropriate strategies to benefit this sector within the locality.

Keywords: data, tourism, spending, holiday.

INTRODUCCIÓN

La investigación analiza un tema relevante como es el turismo, el cual es una actividad gran énfasis en el desarrollo financiero y social de varios países, dado que tiene la capacidad para dinamizar diferentes áreas productivas y permitir la generación de ingresos para las comunidades, beneficiando a los locales. Desde este contexto, los datos turísticos se establecen como recursos importantes que ayudan a llevar a cabo un análisis exhaustivo, permitiendo obtener perspectivas que pueden ser esenciales para entender la incidencia financiera.

El turismo a nivel global se ha transformado en una actividad financiera relevante debido al constante desplazamiento de personas a diferentes destinos para descansar, entretenerse o divertirse, específicamente en los feriados nacionales y temporadas de vacaciones, la presencia de visitantes aumento de manera significativa, presentando una incidencia directa en áreas específicas como el hospedaje, el transporte, el comercio y la alimentación (Sánchez, 2026). A pesar de esto, en varios puntos específicos del turismo se mantienen limitaciones para la obtención y el análisis de la información vinculada con las tendencias y patrones de los turistas, por lo que se dificulta la planificación correcta de las acciones necesarias en el turismo.

En la modernidad, el análisis del consumo del visitante se presenta como un recurso elemental para entender las preferencias y necesidades de los visitantes en un destino turísticos, desde una perspectiva global, varias instituciones y entidades turísticas destacan la relevancia de usar los datos turísticos para plantear una base que sirva para el diseño de estrategias que ayuden a fortalecer las acciones que brindan las experiencias efectivas para los turistas (Campuzano et al., 2025). A pesar de esto, la poca presencia de los sistemas adecuados de información y control se mantienen como un problema que repercute con mayor fuerza en los feriados nacionales, en donde la demanda puede generar desorganización.

En concordancia, el aumento de la acción turística y la utilización de recursos tecnológicos ha generado la necesidad de utilizar sistemas con mayor efectividad al momento de analizar la información relacionada con el turismo, desde este enfoque, la poca presencia de estudios vinculados con el consumo de los visitantes durante feriados afecta a la posibilidad de identificar tendencias en las conductas y plantear lineamientos estratégicos que beneficien a la actividad turística. En base a esto, es determinante estudiar la manera en que los datos turísticos pueden aportar a la interpretación del consumo del visitante y por ende al fortalecimiento de la estructuración del accionar turístico.

A nivel latinoamericano, el turismo se presenta como uno de los elementos esenciales para el desarrollo y crecimiento financiero en diferentes países de esta región (Munévar, 2023), concretamente cuando están presentes feriados nacionales y temporadas vacacionales, que son el reflejo del desplazamiento constante y significativo de personas en varios puntos específicos. Aquel aumento en la demanda turística incide directamente en áreas específicas como el alojamiento, el transporte y el comercio de la localidad, en contraste a ello, algunos sectores mantienen limitantes para obtener y analizar datos turísticos que se vinculan con las conductas de consumo de los visitantes, afectando a la posibilidad de llevar a cabo planificaciones coherentes y efectivas.

El estudio del consumo del visitante se ha plasmado como un elemento importante para entender las dinámicas y los comportamientos financieros que pueden servir de gran manera dentro del entendimiento del accionar turístico (Esposito y Miñan, 2022), a pesar de eso, en diferentes lugares turísticos se mantienen problemáticas que se vinculan con la escasez de sistemas estructurados de datos, la falta de un control adecuado de las acciones turísticas y la limitada utilización de recursos tecnológicos. Dicho contexto complica la identificación de secuencias en relación al comportamiento de consumo de los usuarios en el feriado nacional, incidiendo negativamente en la toma de decisiones.

En el territorio ecuatoriano, el turismo se presenta como una de las actividades principales para el crecimiento financiero y social del país, dado que es un territorio que cuenta con recursos naturales e históricos atractivos, concretamente en los feriados nacionales los diferentes destinos turísticos reciben una gran cantidad de visitantes (Montenegro et al., 2022). Por ello, los movimientos económicos son significativos para las localidades, sin embargo, se mantienen limitantes en el análisis de los datos turísticos que se vinculan con el consumo de los visitantes, debido a que no existe un sistema adecuado para obtener dicha información y procesarla de manera efectiva.

A nivel micro, en la provincia de Santa Elena el turismo es uno de los pilares esenciales debido a que cuenta con varios lugares atractivos como las playas y su gastronomía, razón por la que en feriados nacionales y temporadas de vacaciones aumenta la afluencia de visitantes, debido a este tipo de elementos, el movimiento financiero resulta determinante para la calidad de vida de los locales, dado que se beneficia el hospedaje, el transporte, la alimentación y el comercio en general. Aquel desplazamiento se plantea como una oportunidad para fortalecer el desarrollo financiero en la provincia, pero de manera contradictoria, se identifica la necesidad de mantener una estructuración adecuada y ordenada.

En la localidad, una de las problemáticas principales se vincula con la falta de sistemas apropiados para la recopilación y el análisis de datos turísticos que se relacionen con el consumo de los visitantes en los feriados nacionales, en diferentes ocasiones no se tiene los datos adecuados acerca de los gastos o preferencias de los usuarios, limitando el entendimiento del comportamiento turístico y dificultando la adecuada toma de decisiones en dicho sector. Aquel problema puede significar un efecto negativo en la estructuración de las acciones, la gestión de los recursos y la efectividad de la experiencia que se oferta.

En concordancia con aquella realidad, es indispensable analizar los datos turísticos y el consumo del visitante en la provincia de Santa Elena, específicamente

de los feriado nacionales, dado que aquella información puede aportar a mejorar el accionar turístico por parte de las autoridades en la localidad, beneficiando al desarrollo financiero y a la comunidad. La investigación ayuda a entender la dinámica del turista con los servicios que se brindan, permitiendo el diseño de estrategias adecuadas para una planificación acorde a la realidad del selector en Santa Elena.

Como **sistematización** de la problemática, se detallan un total de tres preguntas relacionadas a los objetivos y que serán respuestas durante el desarrollo investigativo, por lo que las preguntas establecidas son las siguientes:

¿Qué tipo de datos turísticos ayudan a identificar la dinámica del consumo de los visitantes en los feriado nacionales en la provincia de Santa Elena?

¿Cuáles son las dificultades principales en la recolección y análisis de la información sobre consumo turístico en la provincia de Santa Elena?

¿De qué forma el análisis del consumo de visitante puede aportar a fortalecer la estructuración y la gestión del turismo en la provincia de Santa Elena?

De manera directa, respecto a la problemática principal del estudio, es necesario establecer una dirección específica, buscando responder a una pregunta en concreto, por lo que se plantea la **formulación del problema**: ¿Cuál es la relación entre los datos turísticos y el análisis del consumo de visitantes en feriado nacionales de la Provincia de Santa Elena?

Los objetivos del estudio se vinculan directamente con las preguntas de investigación y la formulación del problema, de este modo el **objetivo general** se enfoca en analizar los datos turísticos y el consumo de visitante en feriado nacionales en la Provincia de Santa Elena.

Especificando de manera más detallada las variables del estudio, es preciso el planteamiento de los **objetivos específicos** vinculándolos con las preguntas de investigación.

Determinar los datos turísticos que ayudan a la identificación del comportamiento de consumo de los visitantes en los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena.

Identificar las dificultades principales en la recopilación y análisis de información acerca del consumo turístico en la provincia de Santa Elena.

Establecer la manera en que el análisis del consumo del visitante aporta al fortalecimiento de la estructuración y gestión del turismo en la provincia de Santa Elena.

En la **justificación** del estudio, se debe plantear que la investigación se lleva a cabo puesto que el turismo dentro de la provincia de Santa Elena es determinante, concretamente en momentos de gran desplazamiento como son los criados nacionales, registrando afluencias de visitantes elevadas y fortaleciendo significativamente la economía de la localidad. De igual manera, el estudio de la información turística acerca del consumo del visitante es determinante para tener un entendimiento más específico sobre las conductas de los visitantes y su incidencia en el factor financiero de Santa Elena.

Tomando en cuenta una perspectiva teórica, el estudio ayuda a mejorar la fundamentación acerca de las variables, mejorando la comprensión sobre los datos turísticos y el consumo turístico en los feriados nacionales, de la misma manera, aporta al desarrollo de una conceptualización que beneficia a la gestión turística, la estructuración y la sistematización de los recursos dentro de dicho proceso, para una toma de decisiones adecuada. Desde esta perspectiva, la información derivada de la investigación será de gran ayuda para otras investigaciones que se vinculen con temas relacionados al turismo.

Igualmente, el estudio cuenta con justificación teórica debido a que se enfoca en un tema moderno que tiene una importancia determinante al representar un factor esencial para el desarrollo financiero y social, en base a ello, la interpretación del consumo turístico ayuda a entender las preferencias y los hábitos que suelen mantener los visitantes, elementos que son relevantes para relacionar el comportamiento con sus decisiones. Aquello es ideal para obtener conocimientos relevantes que sirve como base sólida para tomar decisiones.

En el apartado práctico, el estudio obtiene y presenta información de utilidad para los responsables del sector turístico en la localidad de Santa Elena, puesto que brinda una comprensión directa sobre el comportamiento y la dinámica de los turistas en los feriados nacionales, enfocándose específicamente a sus decisiones de consumo en dicho sector. Los datos que se obtienen en el proceso investigativo se pueden usar para fortalecer la gestión de las acciones y decisiones turísticas, beneficiando a la calidad de la experiencia del visitante.

De igual manera, la investigación mantiene la utilidad práctica debido a que ayuda a identificar aquellas limitantes que se pueden vincular con la obtención y el análisis de la información turística dentro del sector de Santa Elena, considerando esta información, es posible establecer opciones para mejorar el trato de la información y el diseño de estrategias que ayuden a fortalecer las decisiones turísticas en beneficio del desarrollo económico y social de la comunidad. Lo planteado, ayuda a las entidades encargadas del servicio turístico y también a la comunidad en general.

Por último, él es tuyo cuenta con relevancia social y económica, dado que aborda un tema que tiene implicaciones en estos aspectos como es el turismo, al permitir fuentes de ingresos y empleos para el sector que es objeto de estudio. El estudio del consumo del visitante en los feriados nacionales genera interpretaciones

que pueden servir para mejorar el turismo dentro de la provincia, fomentando la sostenibilidad y la competitividad.

Como idea a defender, se indica que el análisis correcto de los datos turísticos y del consumo de los visitantes en los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena ayuda a entender de forma específica la interacción del turismo y la economía dentro del sector, de esta misma forma, la utilización de la información turística ayuda a tomar decisiones de manera fundamentada y orientada en beneficio de las entidades prestadoras de servicios y la comunidad en general. Aquello es esencial para que el proceso turístico sea más estructurado y sostenible.

Asimismo, la presente investigación busca destacar la importancia de recopilar, organizar e interpretar adecuadamente la información relacionada con la actividad turística en la provincia de Santa Elena, especialmente durante los feriados nacionales, períodos en los que se incrementa el desplazamiento de visitantes y el consumo de bienes y servicios. El análisis de estos aspectos permite comprender las preferencias y el comportamiento de los turistas, así como reconocer las oportunidades de mejora para los establecimientos turísticos y las comunidades receptoras. De esta manera, el estudio pretende aportar información relevante que contribuya a la planificación turística, al aprovechamiento de los recursos disponibles y al fortalecimiento del desarrollo económico y social de la provincia.

Mapeo

Para la realización del estudio de manera ordenada y adecuada, es necesario contar con un mapeo correcto, lo que se adecua a los lineamientos planteados por la institución, por ello, en primer lugar se detalla el capítulo 1 en donde se analizan las referencias teóricas y conceptuales sobre las variables del estudio, luego de esto, el capítulo 2 aborda la metodología, detallando y explicando el proceso que se lleva a cabo para la obtención de los datos necesarios, por último, el capítulo 3 permite la tabulación de los resultados, su análisis y su discusión en comparación con la información teórica.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de literatura

En este apartado se lleva a cabo la revisión de literatura, considerando los antecedentes que se relacionan con las variables del estudio, específicamente los datos turísticos y el consumo del visitante en feriados nacionales, seleccionando a las investigaciones en los últimos 5 años a nivel nacional e internacional.

A nivel internacional, Flores (2025) en su artículo titulado “Experiential marketing strategy and tourism demand in the contribution of the positioning of the floating islands Los Uros, Puno” el problema de investigación se caracteriza debido a que se identifican destinos turísticos con dificultades para aumentar la demanda y el consumo de los visitantes en temporadas significativas, lo cual puede estar relacionado directamente con estrategias promocionales limitadas. Como objetivo principal del estudio se busca evaluar la manera en que las estrategias de marketing experiencial inciden en la demanda turística y el consumo de los visitantes en las Islas Flotantes de Los Uros.

Como metodología se destaca un enfoque cuantitativo, acompañado de un diseño no experimental y un tipo de análisis correlacional, direccionado a la muestra que se conformó por 158 turistas, los cuales fueron partícipes de los cuestionarios. Entre los hallazgos principales se demuestra una correlación positiva significativa entre el marketing experiencial y la demanda turística con un coeficiente de 0.809. evidenciando que los turistas valoran de forma significativa la experiencia, lo que puede influenciar directamente en las decisiones de consumo. En base a eso se concluye en que las estrategias experienciales benefician el consumo turístico y aumentan la demanda, lo cual puede ser reforzado al implementar el análisis de los datos turísticos.

Por otro lado, Nyns y Schmitz (2022) en su investigación titulada “Using mobile data to evaluate unobserved tourist overnight stays” el problema de investigación aborda las estadísticas oficiales de turismo, las cuales no consiguen registrar de forma completa las pernoctaciones y el consumo de los visitantes durante temporadas vacacionales y feriados, concretamente en alojamientos no tradicionales, lo cual afecta directamente a la economía local. En base a esto, como objetivo principal se busca analizar la incidencia de los datos de telefonía móvil en la medición de las pernoctaciones turísticas y en el entendimiento sobre el comportamiento y el consumo de los visitantes dentro del destino turístico.

Como metodología de investigación se hace uso de un enfoque cuantitativo basándose en Big data, dado que de esta forma se obtiene una base de datos que se analiza acerca del posicionamiento móvil y el registro de movilidad turística dentro del sector, brindando un análisis comparativo de los datos. Como resultados principales se deja en evidencia que las estadísticas oficiales subestiman de manera significativa la cantidad de visitantes y pernoctaciones turísticas, también es preciso destacar que los datos son esenciales para entender tendencias y comportamientos entre los turistas. Se concluye en que el uso de Big data y la telefonía móvil sirven como recursos de calidad para evaluar las tendencias y la dinámica del turismo dentro de una localidad, lo cual conlleva al fortalecimiento de la planificación y a entender aspectos reales en este contexto.

De la misma manera, Perles (2021) en su artículo titulado “Satisfaction, seasonality and tourist expenditure in consolidated tourist destinations” se aborda el problema que señala la existencia de poca claridad en el vínculo entre la satisfacción de los turistas, el gasto realizado por los visitantes y la estacionalidad en temporadas de feriados muy concurrentes, por lo que se dificulta el diseño de estrategias para aumentar el consumo turístico y el desarrollo económico de la localidad. Como objetivo principal se busca analizar la relación entre la satisfacción del visitante, el gasto efectuado por los turistas y la estacionalidad en los diferentes destinos turísticos de España.

Como metodología de investigación se hace uso de un enfoque cuantitativo, implementando un análisis econométrico de datos adquiridos a través de la encuesta que se aplica a una muestra conformada por turistas, considerando la medición de variables tales como la satisfacción, la dinámica turística y el nivel de gasto en el turismo. Como resultado se demuestra que los turistas que tienen un mayor índice de satisfacción aumentan su gasto en diferentes actividades o servicios turísticos, además aquella información se complementa con el hecho de que durante las temporadas de feriado existe un aumento importante en el consumo turístico. A forma de conclusión, se menciona que la satisfacción del visitante incide en el gasto turístico, por ello, fortalecer la experiencia del turista en temporadas de feriado puede ayudar a la economía.

A nivel nacional, Sarmiento (2025) en su artículo titulado “Análisis Comparativo - Data Turística: Estrategias para el Desarrollo Sostenible del Turismo Nacional” ubica como problemática la identificación de limitaciones en la utilización de estrategias y datos turísticos para entender el comportamiento y consumo de los visitantes en feriados nacionales en el territorio ecuatoriano, comprendiendo que aquello pudo limitar significativamente el desarrollo financiero del destino. Como objetivo principal se busca analizar desde una perspectiva comparativa los datos turísticos del Ecuador entre 2016 y 2024 para entender los patrones y tendencias que se vinculan con los feriados nacionales.

La metodología de la investigación consideró un enfoque cualitativo con un tipo descriptivo y comparativo, haciendo uso de técnicas de medición sobre datos estadísticos derivado de fuentes oficiales para generar una interpretación inferencial de dicha información. Como resultados principales se evidencia que en los feriados nacionales aumenta significativamente la movilidad de los turistas y por ende su gasto en actividades recreativas y de alojamiento, lo cual beneficia directamente al desarrollo económico a nivel local y nacional.

Arévalo y Bazán (2024) en su investigación titulada “Análisis del perfil del visitante en relación a los factores psicográficos en un atractivo turístico natural. Caso de estudio: Laguna Llaviucu, Parque Nacional El Cajas, Ecuador” el problema se caracteriza por la existencia de escasa información acerca del perfil, comportamiento y preferencias de los visitantes en destinos turísticos naturales del territorio ecuatoriano, lo cual tiene una incidencia directa en el desarrollo financiero de la localidad y el país. En base a lo plante, se establece como objetivo principal determinar el perfil del visitante a través de la caracterización de la demanda turística, considerando elementos de carácter demográfico y social.

La metodología de la investigación que se utilizó tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal, considerando como técnicas para la obtención de datos a las encuestas dirigidas a una muestra de 384 visitantes nacionales y extranjeros. Como resultados principales se demuestra que los visitantes valoran principalmente sus experiencias con la naturaleza y aquellas actividades que se caracterizan por el descanso y la relajación, de la misma manera, se identificó que el consumo turístico mantiene un patrón relacionado con hospedaje, alimentos y recreación. Se concluye en que conocer el perfil de los turistas ayuda a fortalecer la toma de decisiones dentro de la planificación y gestión de estrategias direccionadas a mejorar la experiencia turística.

Por último, Alcivar y Zhigui (2026) en su investigación titulada “Análisis de efectos de la reducción del IVA en el sector hotelero durante feriados 2024, Santa Cruz – Galápagos” se plantea como problema la necesidad de evaluar cómo la disminución del impuesto al valor agregado en el feriado incide en el turismo local, destacando que actualmente el turismo se ha visto muy limitado de vida diferentes variables como la seguridad o la economía. Como objetivo se establece analizar las consecuencias de la disminución del IVA del 15% al 8% en el sector hotelero en los feriados nacionales del año 2024.

Como metodología de la investigación se utiliza un enfoque cuantitativo, con una tipología descriptiva y un diseño no experimental, evitando completamente la manipulación de las variables en el contexto real, además se utiliza la encuesta y la entrevista como técnica para la recolección de datos. Como hallazgos principales se evidencia un aumento en la demanda turística, mejor en el rendimiento hotelero y aumento e incremento en el consumo de los visitantes durante dichas fechas de feriados. Se concluye en que la disminución temporal del impuesto al valor agregado beneficio directamente al ámbito turístico, promoviendo y motivando el gasto de los visitantes en diferentes aspectos como hospedaje y actividades recreativas, de esta forma se comprende que el establecimiento de estrategias coherentes utilizando datos estadísticos puede servir en gran medida para beneficiar a las empresas y a la comunidad.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Datos turísticos

Definiciones de datos turísticos

Los datos turísticos se representan como el grupo de información descriptiva y porcentual que se vincula con las acciones que realizan los turistas en diferentes lugares específicos. Aquella información ayuda a entender diferentes elementos que son esenciales para establecer estrategias que potencien significativamente el turismo y el desarrollo económico (León, 2025). La obtención de este tipo de datos resulta determinante para tener un entendimiento completo acerca de la dinámica del turista con el destino turístico, midiendo si tiene un Impacto significativo en los aspectos financieros y sociales del lugar.

De la misma forma, según Morai (2024) los datos turísticos sirven como una herramienta relevante para la planificación y gestión del turismo, al facilitar la adecuada toma de decisiones por parte de los organismos responsables y las organizaciones interesadas en este rubro. Mediante esta información es posible

entender temporadas que tienen mayor movilidad de turistas, aspectos que necesitan atención inmediata, patrones en los viajes y la satisfacción de los visitantes.

Varias instituciones a nivel internacional destacan que los datos turísticos son determinantes para poder medir el desarrollo de esta actividad dentro de un lugar en específico. Padilla et al. (2020) destaca que la información numérica relacionada con el turismo ayuda a gestionar y medir el comportamiento de la demanda turística y analizar la contribución financiera del turismo en el país. Como indicadores esenciales del turismo está el flujo de turistas, el gasto que realizan dichos individuos y la actividad hotelera, que permiten evaluar la forma en que se desempeña el turismo en un determinado destino.

En la modernidad, según León (2025) el avance de la tecnología ha ayudado a que la obtención de datos turísticos se puede realizar de manera más fácil y rápida utilizando recursos tecnológicos y plataformas especializadas en dicha actividad. La utilización de aplicaciones móviles, redes sociales o sistemas de registro ayuda a analizar una gran cantidad de datos en tiempo real, lo cual es determinante para definir la realidad de la situación y en base a eso establecer las medidas necesarias para aplicar estrategias de solución.

1.2.2 Tipos de datos turísticos

Los tipos de datos turísticos ayudan a clasificar la información adquirida acerca de este tipo de actividades y el comportamiento de los turistas, de esta forma aquella tipología agiliza el estudio de diferentes elementos que se vinculan con el turismo, cómo puede ser la cantidad de, sus comportamientos, su satisfacción o sus tendencias al decidir sobre el consumo. En base a ello, según Rives y Chávez (2021) este tipo de datos resultan determinantes para gestionar y evaluar el destino, por lo que, los tipos de datos a considerar son los siguientes:

Los datos cuantitativos son aquellos que se pueden expresar a través de valores numéricos, dentro del área turística este tipo de datos puede abordar aspectos relacionados con la cantidad de visitantes, el porcentaje de actividades, el gasto en dicha área, la duración de la estancia y la constancia del desplazamiento (Morai, 2024). Esta información ayuda a la realización de un análisis estadístico, lo cual puede llevar a generar comparaciones importantes para establecer aquellos factores que inciden en aquel comportamiento.

Los datos cualitativos se vinculan directamente con opiniones, experiencias detalladas o características en relación al turismo. Aquella información ayuda a entender de una manera más específica las tendencias y comportamientos de los turistas, como sus preferencias, motivaciones o perspectivas sobre la calidad de los servicios (Morai, 2024). Este tipo de datos se suelen adquirir a través de la aplicación de técnicas como la entrevista o la observación, lo cual es determinante para poder fortalecer los servicios en el turismo.

En primer lugar, los datos primarios son aquellos que se obtienen de la fuente original a través de técnicas como la encuesta o entrevista que son diseñadas por los investigadores, mientras que los datos secundarios derivan de información que ya existe previamente, pero de destinos confiables, como repositorios o plataformas gubernamentales (Rives y Chávez, 2021). Cada uno de estos tipos de datos son relevantes para cualquier proceso investigativo en el área turística, debido a que ayudan a complementar la información y adquirir una perspectiva mucho más profunda sobre las tendencias y patrones turísticos.

Respecto a los indicadores de turismo, de manera generalizada se ubican como herramientas estadísticas que se usan para valorar y evaluar el desempeño del sector turístico, en los indicadores más destacados se encuentra el flujo de visitantes, el gasto turístico, las pernoctaciones y la movilidad turística.

1.2.3 Indicadores turísticos

Los indicadores turísticos son instrumentos que ayudan a medir y controlar el comportamiento en la actividad turística dentro de un destino en específico. Aquellos indicadores ayudan en el análisis de elementos que se relacionan con los turistas, sus comportamientos y el uso de servicios (Fernández et al., 2024). Cabe recalcar, que sirve en gran medida para la planificación y la gestión del turismo, dado que brindan datos precisos que ayudan a tomar decisiones efectivas y diseñar estrategias que beneficien directamente a dicho sector.

El flujo de visitantes, se refiere a la cantidad de visitantes que ingresan a un lugar como destino turístico durante un periodo concreto, este indicador ayúdame a medir el nivel de constancia en las visitas turísticas e identifica aquellos momentos en donde existe más demanda, cómo son los feriados a nivel nacional (Sánchez, 2020). El estudio del flujo de visitantes permite que los organismos responsables y las organizaciones privadas puedan gestionar adecuadamente sus planificaciones en busca de brindar un servicio que se adecue a las demandas de los usuarios.

La cantidad de pernoctaciones hace referencia a las noches que los turistas permanecen en un alojamiento con la finalidad de hacer turismo. Aquel indicador es relevante debido a que ayuda a conocer el tiempo que las personas suelen frecuentar ciertos destinos, destacando además la evaluación acerca del uso de los servicios de alojamiento (García, 2025). De esta forma se comprende que mientras mayor sea la cantidad de pernoctaciones el consumo turístico también aumenta, debido a que los visitantes en general sus mayores gastos son en servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreativas.

El gasto turístico, hace referencia a la cantidad monetaria que los turistas utilizan para poder cubrir sus necesidades durante sus visitas. En dicho rubro se incluyen los hospedajes, las alimentaciones, el transporte, las compras, entre otros servicios importantes para disfrutar del viaje (Astudillo et al., 2020). Por esta razón, es considerado como uno de los más relevantes para poder evaluar la incidencia

financiera que tiene el turismo, al permitir identificar la cantidad de dinero que aporta cada turista durante su visita.

La movilidad turística se refiere al desplazamiento de los individuos hacia lugares en específicos con la intención de realizar actividades turísticas. Aquel indicador ayuda a analizar las rutas de viaje, los medios de transporte que se usan y la constancia en los desplazamientos de los visitantes (León, 2025). La movilidad resulta de gran importancia en los feriados, dado que permite evidenciar el aumento de los desplazamientos y la incidencia en el factor financiero del país.

1.2.4 Fuentes de información turística

Las fuentes de información turísticas son aquellos medios que sirven para la obtención, registro y presentación de información vinculada con la actividad turística, este tipo de fuentes brindan datos relevantes acerca del comportamiento de los turistas, sus comportamientos, sus gastos, su ocupación y su frecuencia en el destino turístico, los cuales ayudan en el análisis del desarrollo local y nacional (Fernández et al., 2020). La información adquirida a través de estos medios es determinante para los procesos investigativos y las organizaciones que necesitan tomar decisiones para brindar una experiencia turística efectiva a los visitantes.

Las principales fuentes de información turísticas se suelen encontrar en las plataformas oficiales de los organismos responsables, cómo puede ser el Ministerio de turismo, instituciones de datos estadísticos e información derivada de gobiernos de la localidad (Murcia y Cárdenas, 2021). Aquellos organismos deben realizar diferentes procesos de recolección de información como encuestas o informes con la intención de mantener un registro de todo accionar relacionado con el turismo, por lo que es posible encontrar la cantidad de afluencia de turistas o los ingresos que se generan a partir de esta actividad a nivel nacional. De esta forma se obtienen datos confiables para tomar decisiones específicas y de beneficio para la comunidad.

Actualmente, según Fernández et al. (2020) las tecnologías digitales se han transformado en elementos determinantes para la obtención de la información en el área turística, páginas de registros, redes sociales o aplicaciones para celulares ayudan a obtener una gran cantidad de datos acerca de variables relacionadas con la actividad turística. La utilización de recursos como Big data ayuda en el análisis de la información en tiempo real y a identificar de manera precisa los patrones de las conductas y el dinamismo de los visitantes. Aquello agiliza la integración de metodologías para mejorar la experiencia turística.

1.2.5 Importancia de los datos turísticos en la planificación

La relevancia de los datos turísticos en la planificación se basa en el hecho de que brindan datos objetivos y actuales acerca del dinamismo del turista y los servicios en dicha área (Benavides, 2021). Aquella información ayuda a identificar factores como la afluencia de visitantes, la frecuencia de los turistas, la incidencia financiera y las preferencias de los usuarios en un determinado destino. De esta forma, las decisiones que se vinculan con el desarrollo turístico pueden estar basados en fundamentos confiables, generando mejores resultados.

Igualmente, los datos turísticos se establecen como un recurso importante para la integración de políticas y metodologías que permitan controlar adecuadamente el turismo. Mediante el estudio de criterios, los responsables tienen la capacidad para planear proyectos para mejorar la infraestructura y fortalecer los servicios que se brindan a los visitantes, lo cual puede significar un aumento importante en el desarrollo financiero (Campuzano et al., 2025). Aquella información sirve en gran medida para anticiparse a posibles escenarios y evitar respuestas negativas.

Por otra parte, para Murcia y Cárdenas (2021) los datos turísticos son esenciales para gestionar correctamente el turismo mediante una planificación coherente. Los datos que se recopilan permiten controlar la incidencia financiera y

socioambiental de las acciones que se realizan en beneficio del turismo, agilizando la integración de acciones que fomenten el equilibrio entre el desarrollo de la localidad y el cuidado de los recursos naturales.

1.2.6 Datos turísticos en feriados nacionales

Respecto a los datos turísticos en feriados nacionales, se deben constituir como un elemento determinante que genera información para analizar el comportamiento de los visitantes y medir el impacto financiero que tiene durante un período con gran afluencia. En dichas fechas, se registra que la movilidad aumenta de forma importante en diferentes partes del país, permitiendo la adquisición de información estadística que demuestra el flujo, el gasto y las preferencias turísticas (León, 2025). Esta información se recopila de fuentes oficiales y de confianza que ayudan a que las organizaciones puedan aplicar proyectos que busquen mejorar tanto el servicio que se le brinda a los viajeros y las propuestas planteadas por las organizaciones públicas y privadas.

A nivel nacional, en Ecuador los feriados nacionales se presentan como una de las oportunidades más determinantes en relación al turismo, según Sánchez (2026) durante los feriados se registra un momento importante de viajes realizados por ecuatorianos a destinos caracterizados por sus playas, naturaleza y recursos patrimoniales, un ejemplo de ello puede ser Santa Elena, Manabí o Pichincha que suelen tener una gran afluencia de visitantes debido a sus recursos atractivos, logrando una mayor demanda de servicios y por ende un mejor desarrollo financiero.

Otro aspecto importante es el gasto turístico que se obtiene en los feriados nacionales, en los últimos periodos, el país ha registrado aumentos significativos de ingresos relacionados con el consumo de los turistas en acciones como alimentación, transporte, alojamiento y recreación (Carchi y Llivichuzca, 2025).

De la misma manera, la ocupación hotelera y la movilidad de los visitantes son elementos que se suelen usar con gran constancia para estudiar la dinámica del turismo

en los feriados nacionales. En lugares que suelen ser frecuentados constantemente, como Salinas, Montañita, Baños o las Islas Galápagos, la incidencia de la ocupación hotelera suele aumentar de forma significativa. El estudio de esta información ayuda a que los organismos responsables y las empresas que prestan servicios turísticos planifiquen adecuadamente su oferta y mejoren la atención para fortalecer la experiencia de los visitantes.

1.2.7 Consumo del visitante en feriados nacionales

Consumo turístico

El consumo turístico es el grupo de bienes y servicios que se adquieren por parte de los turistas durante un viaje o una visita a un destino en particular, aquel término se entiende como los gastos que realizan las personas para satisfacer sus necesidades en relación a su visita, cómo puede ser la alimentación, la estadía, el transporte y la recreación mediante varias actividades que puede ofertar la localidad (Vásconez et al., 2021). Aquello tiene la posibilidad de generar ingresos y favorecer al desarrollo financiero, por lo que se considera como uno de los criterios esenciales para evaluar la incidencia financiera del turismo en el lugar.

Desde la perspectiva de Gutauskas y Zanfardini (2022), el consumo turístico se presenta como la contribución directa de los visitantes a la economía del lugar en donde se desarrolla este tipo de actividades. Cada gasto que se realiza por el viajero significa beneficios para las organizaciones del sector, como restaurantes, agencias u hoteles. En base a esto, se comprende que el nivel de consumo de los turistas es uno de los elementos más importantes para el desarrollo de la misma actividad y el aumento de los ingresos financieros.

El consumo turístico se ve influenciado por varios elementos, como es el nivel de ingresos por los turistas, la duración del alojamiento, las motivaciones del desplazamiento, la calidad de los servicios y la disponibilidad de los atractivos turísticos (Esposito y Miñan, 2022). Igualmente, las temporadas de vacaciones los

feriados nacionales suelen aumentar significativamente este gasto, reflejando una participación mayor de los visitantes, razón por la cual, el consumo turístico resulta determinante para planificar adecuadamente las acciones que puedan favorecer al desarrollo efectivo de este sector.

Aparte de la generación de beneficios financieros, el consumo turístico aporta al desarrollo local a través de la generación de empleo y la fomentación de actividades productivas que se vinculan con el sector turístico. Los recursos financieros adquiridos en base a los servicios prestados a los visitantes pueden beneficiar a la inversión de infraestructura, mejoras en el servicio y el cuidado de los recursos naturales. De esta manera, entender la dinámica y la conducta de los turistas ayuda a crear estrategias metodológicas que fortalezcan la experiencia y mejoren la competitividad del destino turístico.

1.2.8 Perfil del visitante turístico

El perfil del visitante turístico se refiere a las características que ayudan a Identificar y describir a los individuos que realizan actividades turísticas en un lugar específico (Díaz y Espada, 2021). El estudio de estos aspectos ayuda a conocer a los viajeros que frecuentan los destinos turísticos, considerando aspectos como sus preferencias, motivaciones, conductas de compra y necesidades en la visita. Aquellos datos resultan determinantes para que las organizaciones o los organismos responsables de este sector puedan tomar decisiones efectivas.

El perfil del visitante en el turismo se realiza considerando características que ayuden a segmentar las demandas, por ello desde la perspectiva de López y Sastre (2021) se consideran los siguientes elementos:

Tabla 1*Perfil de visitante turístico*

Características	Descripción
Características sociodemográficas	Considera aspectos como género, edad, estado civil o ingresos. Lo cual se puede percibir como información personal.
Medios de transporte	Son los medios que utiliza para poder movilizarse, cómo puede ser el terrestre, aéreo o marítimo.
Duración del hospedaje	Hace referencia a la cantidad de días que el turista permanece en un lugar.
Constancia de viajes	Hace referencia a la cantidad de veces que suelen visitar algún lugar en específico, ocasionalmente, frecuentemente o habitualmente.
Lugar de origen	Lugar de donde viaja el turista.
Motivación de viaje	aspecto que incide en la decisión de viajar, como puede ser la recreación, los negocios, la cultura o el deporte.

Nota. Obtenido de López y Sastre (2021)

El mantenerse informado acerca del perfil del visitante turístico ayuda a entender de una mejor forma las actitudes y dinámicas de los visitantes para poder anticiparse a sus requerimientos (Loor, 2020). Por otro lado, agiliza la planificación de estrategias de promoción, el desarrollo de nuevos productos y el fortalecimiento de la calidad de los servicios. Respecto a los feriados nacionales, el analizar el perfil de los visitantes resulta de gran relevancia, debido a que ayuda a entender los patrones y tendencias de los visitantes, dando paso al diseño adecuado de propuestas de intervención efectivas en busca de mejorar los servicios y las experiencias de este sector.

1.2.9 Gasto turístico

El gasto turístico según Chura y Flores (2023) se define como la cantidad monetaria que los visitantes utilizan para poder adquirir servicios o bienes durante su estadía en un destino turístico. Aquel gasto aborda cada una de las acciones que realiza antes, durante y después de la movilización en el viaje, siempre y cuando se vinculen con el turismo. Analizar los gastos turísticos es determinante debido a que ayuda a entender cómo esta acción que incide en el factor financiero a nivel local y nacional.

Los gastos turísticos abordan categorías diferentes en el consumo, en donde se establece el hospedaje, la alimentación, el transporte, las actividades recreativas, las compras de productos locales y los servicios que complementan todas estas acciones (Astudillo et al., 2020). La cantidad de estos gastos llega a ser muy variable, dado que se vincula a elementos como el nivel de ingresos de los visitantes, la cantidad de días que se mantiene en el destino, el tipo de lugar que visita, las razones de su viaje y la calidad de los servicios turísticos. Desde una perspectiva general, los turistas que tienen un mayor tiempo en un mismo lugar generan un mayor gasto y por ende benefician al factor financiero de la localidad.

En los feriados nacionales, desde la perspectiva de Murcia y Cárdenas (2021) de se puede destacar que el gasto turístico suele experimentar un aumento importante debido al crecimiento de la afluencia de visitantes y la demanda de los servicios en esta área. Aquel patrón beneficia de manera directa a la economía local y nacional, direccionados específicamente a los hoteles, los restaurantes, las agencias y los comercios locales. Por esa razón, el presente estudio que abarca el análisis de los gastos turísticos sirve para la planificación, al permitir identificar conductas y dinámicas que pueden servir como información sólida para tomar decisiones efectivas en el turismo.

1.2.10 Comportamiento del visitante durante feriado

El comportamiento del visitante en los feriados se caracteriza por un conjunto de acciones, decisiones y hábitos que muestran los turistas al momento de planear, ejecutar y disfrutar de sus viajes durante las fechas de descanso nacional. En dicho tiempo, los individuos suelen aprovechar para movilizarse a otros lugares con atractivos turísticos, con la intención de buscar recreación o convivencia familiar mientras participan de actividades culturales o simplemente recreativas (Gonzaga, 2025). Aquella conducta ayuda a entender las preferencias y necesidades que suelen tener los viajeros durante estas épocas, lo cual ayuda a gestionar adecuadamente el destino turístico en beneficio del cumplimiento de las necesidades de los usuarios.

Durante los feriados nacionales, es normal visualizar un aumento en el desplazamiento de turistas y en la demanda de los servicios que se vinculan con la alimentación, el transporte, el hospedaje o el entretenimiento (Pillajo, 2026). A pesar de esto, las personas suelen optar por dirigirse a lugares que sean cercanos y con fácil acceso respecto al factor financiero. Entendiendo que el presupuesto es uno de los limitantes principales para decidir un viaje, al igual que la seguridad que incide en la toma de decisiones.

1.2.11 Impacto económico del consumo turístico

El consumo turístico tiene un impacto significativo en el factor financiero y económico de la localidad y el país, en el momento en que un turista adquiere un bien o servicio, directamente desembolsa un valor que ingresa a las organizaciones que están relacionadas con el sector turístico (Cabrer y Rico, 2021). Aquel flujo beneficia directamente al crecimiento de las actividades que se vinculan con la alimentación, el transporte o el alojamiento, ubicándose como una fuente relevante para el desarrollo del destino turístico.

El consumo turístico es uno de los medios con incidencia directa en la economía, debido a que los ingresos adquiridos por las organizaciones turísticas

ayudan a la presentación de nuevas oportunidades de empleo y motivan otras actividades productivas (Vásconez et al., 2021). Un ejemplo de ello es el aumento de la demanda en restaurantes y hoteles que conlleva a que se compre más producto agrícola y pesquero, por lo que se entiende que el beneficio también afecta a los proveedores y emprendedores locales.

1.3 Fundamentos legales

Constitución de la República del Ecuador

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Ley de turismo

Art. 3.- Políticas y principios de la gestión pública y privada del sector turístico. - El cumplimiento de las políticas y principios del sector turístico establecidos en los artículos 3 y 4 de la Ley de Turismo y en otros instrumentos normativos de naturaleza similar son de obligatorio cumplimiento para todas las instituciones del Estado, del régimen dependiente y del régimen seccional autónomo; y, son referenciales para las personas naturales y jurídicas del sector privado, a través del ejercicio de las potestades, deberes y derechos que a cada uno le corresponda y que tengan relación con el desarrollo del sector turístico.

Art. 15.- Representantes en el proceso. - El proceso de ejercicio de potestades técnicas y administrativas que le corresponde al Ministerio de Turismo, a través de la iniciativa privada será dirigido y coordinado por el Ministro de Turismo y para tal efecto se utilizará cualquier instrumento administrativo vigente en la legislación tales como autorizaciones administrativas de cualquier naturaleza, contratos, concesiones, entre otras.

Art. 42.- Actividades turísticas. - Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

1.4 Diseño de la investigación

Para el proceso investigativo se consideró un enfoque cuantitativo, debido a que se utilizan procesos y técnicas para la obtención de información numérica sobre un fenómeno en concreto (Hernández y Klimenko, 2025). En el presente estudio aquello hace referencia a los datos turísticos y el consumo de visitante en feriados nacionales en la provincia de Santa Elena. Aquel enfoque es ideal para tener una perspectiva más concreta sobre las posturas y experiencias de los usuarios.

De manera específica, el aspecto cuantitativo ayuda a obtener datos estadísticos y porcentajes que describen una situación, a través de esto es posible generar interpretaciones concretas sobre un problema en específico, en este caso permitiendo comprender la incidencia que tienen los feriados nacionales respecto al consumo de visitantes y el desarrollo del turismo local.

La investigación tuvo un alcance descriptivo, ya que busca analizar las características del fenómeno estudiado (Alban et al., 2020), describiendo los datos turísticos y el consumo de los visitantes en Santa Elena, sin establecer relaciones de causa y efecto. Esto permite comprender la realidad turística e identificar oportunidades de mejora.

El diseño de la investigación es no experimental, puesto que no se manipuló ninguna de las variables dentro de su contexto, su enfoque se limita específicamente a visualizar el comportamiento y los patrones dentro del contexto de estudio (Agudelo y Aignerren, 2008), abordando los datos turísticos y el comportamiento de gasto en los visitantes dentro del cantón de Santa Elena. De esta manera se obtiene información, lo cual es ideal para establecer información base que sirva para el diseño de una propuesta efectiva en beneficio de la comunidad turística.

1.5 Métodos de la investigación

Considerando el enfoque de la investigación, los métodos que se utilizan brindan un proceso analítico y descriptivo que complementa al apartado cuantitativo, de esta manera es posible interpretar la información numérica que deriva de la técnica principal del estudio, entendiendo aspectos relacionados con los datos turísticos y el consumo de visitantes. De esta manera, a continuación, se detallan los métodos implementados.

Analítico sintético: este método ayuda a generar un análisis e interpretación de información concreta para luego establecer conclusiones generalizadas sobre un tema (Hernández y Mendoza, 2020). Por lo que se deben considerar tanto las dimensiones como indicadores del estudio, debido a que son aspectos específicos que conforman a las variables principales, de esta forma posible establecer efectos y situaciones que brinden una comprensión específica del problema que luego se complementa para integrar una comprensión amplia sobre el problema. Es por ello, que a través de este método se adquiere información respaldada para justificar la toma de decisiones.

Inductivo deductivo: el método planteado combina el análisis de aspectos teóricos generales con la visualización de la situación particular en relación al tema principal (Hernández y Mendoza, 2020), por lo que se abordan los datos turísticos y el consumo de visitantes en Santa Elena. Tomando en cuenta el apartado deductivo, se analizan conceptos y fundamentos teóricos acerca de estas variables para direccionar la investigación, luego de esto, con el apartado inductivo se recopila e interpreta los datos adquiridos en el trabajo de campo, lo que genera la identificación de tendencias y comportamientos concretos de los involucrados. Aquello permite integrar tanto los datos en picos como los teóricos para generar conclusiones generalizadas.

Bibliográfico referencial: en el proceso investigativo este método resulta de gran importancia, debido a que permite la obtención y la interpretación de datos que derivan de fuentes secundarias como artículos, libros, tesis o investigaciones científicas (Hernández y Klimenko, 2025). Su implicación agiliza el desarrollo del marco teórico que sirve como la base específica para fundamentar la información empírica. De esta manera también es posible entender enfoques o direcciones en relación al área de estudio, lo cual proporciona una base sólida para sustentar la investigación con conclusiones coherentes y confiables.

1.6 Población y muestra

1.6.1 Población

La población del estudio estuvo conformada por turistas que visitaron el cantón Santa Elena durante los feriados de Año Nuevo, Carnaval, Semana Santa y Día del Trabajo, en el período 2025-2026. Según los registros estadísticos del Observatorio de Turismo Sostenible (OTS), se consideró una población total de 12.000 turistas.

1.6.2 Muestra

La muestra de la investigación se establece a través de la utilización de un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que no se dispone de un marco muestral que permita seleccionar aleatoriamente a los turistas, por ello, se incluyó a aquellos que se encontraban en el destino turístico durante el período de recolección de datos y aceptaron participar en la investigación. En base a ello, la muestra se conforma por un total de 300 turistas que han visitado el cantón de Santa Elena, los cuales responderán a las preguntas de las encuestas.

1.7 Recolección y procesamiento de datos

1.7.1 Encuesta

La encuesta es una técnica que permite recopilar información mediante preguntas cerradas (Hernández y Mendoza, 2020). Se utilizó el cuestionario del

Observatorio de Turismo Sostenible de la UPSE, correspondiente al proyecto INCYT-PNF-2025-D12-212, conformado por 27 preguntas distribuidas en tres secciones, con opciones de respuesta y escalas Likert de cinco niveles para facilitar el análisis estadístico.

La sección A: Perfil demográfico: comprende las preguntas 1 a la 7, orientadas a identificar las características generales del visitante, tales como edad, género, país de residencia, nivel de estudios, situación laboral, tamaño del grupo de viaje y motivo principal de la visita.

La sección B: Planeación del viaje: está integrada por las preguntas 8 a la 17, mediante las cuales se recopila información relacionada con la planeación del viaje, frecuencia de visita, acompañantes, actividades previstas, lugares visitados, tiempo de permanencia, fuentes de información consultadas, facilidad para obtener información turística, forma de organización del viaje, anticipación con la que fue planificado y el medio de transporte utilizado para llegar al destino.

La sección C: Estructura de consumo: comprende las preguntas 18 a la 27, enfocadas en identificar los patrones de gasto del visitante durante su estancia, los medios de transporte utilizados dentro del destino, el gasto turístico en alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento y compras, así como el perfil de consumo, la satisfacción, la percepción del destino y la intención de regresar o recomendar Santa Elena.

En total, el instrumento evaluó tres variables principales

- **Perfil sociodemográfico del visitante.**
- **Planeación del viaje**
- **Estructura de consumo del visitante**

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.8 Análisis de datos

Comportamiento de consumo de los visitantes en los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena.

En conjunto, los resultados permiten comprender que el comportamiento de consumo de los visitantes durante los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena está determinado por un perfil de turistas que viajan principalmente para descansar, disfrutar de su tiempo libre y compartir con familiares o amigos. Este tipo de visitante concentra su consumo en los servicios turísticos básicos y recreativos que ofrece el destino, contribuyendo al movimiento económico de la provincia durante las temporadas de mayor afluencia. Asimismo, se evidencia que las decisiones de viaje y consumo responden a las posibilidades económicas y a las características del visitante, lo que demuestra que la dinámica turística en los feriados depende, en gran medida, de la capacidad del destino para ofrecer experiencias atractivas que satisfagan las expectativas de quienes lo eligen como lugar de recreación y descanso.

Datos demográficos

Tabla 2 *Edad de los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
18 a 24 años	28,00%	16,42%	18,49%	15,92%
25 a 34 años	27,00%	22,56%	41,17%	39,03%
35 a 44 años	20,00%	25,23%	23,20%	28,36%
45 a 54 años	8,00%	17,71%	9,37%	9,65%
55 a 64 años	8,00%	9,96%	3,50%	3,57%
65 años o más	8,00%	6,73%	2,37%	1,74%
Menor de 18 años	1,00%	1,38%	1,90%	1,74%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: Contemplando los datos presentados en la primera tabla acerca de los datos demográficos obtenidos del OTS, se puede evidenciar que las edades de los encuestados que prevalecen están en el rango de entre 25 a 34 años con porcentajes que van desde 22,54% a 39,03% entre los cuatro feriados, seguido por el rango de edad entre 35 y 44 años y 18 a 24 años que mantienen valores similares en cada uno de los feriados abordados. Por lo que se entiende que principalmente el público objetivo se encuentra en un rango de edad de entre 18 a 44 años, quiénes se suelen caracterizar por contar con ingresos financieros derivados de empleos o negocios propios.

Tabla 3 *Género de los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Hombre	46,00%	46,00%	49,81%	52,48%
Mujer	52,00%	52,00%	49,46%	47,13%
Persona no binaria	0,00%	1,00%	0,22%	0,34%
Profiero no responder	2,00%	1,00%	0,52%	0,05%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido del OTS (2026)

Análisis: en el caso del género de los encuestados de la OTS, quienes predominan en la mayoría de los feriados son las mujeres con rangos desde 47,13% a 52% acompañado de los hombres con rangos desde 46% a 52,48%, por lo que mantienen un porcentaje similar destacando que las personas que visitan son de ambos sexos, por lo que no es un factor que incida directamente en el destino turístico o que pueda visualizarse como un elemento necesario para gestionar estrategias en busca de captar público.

Tabla 4 *País de residencia habitual de los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Argentina	0,03%	0,74%	0,09%	0,87%
Colombia	3,00%	2,81%	2,55%	2,99%
Ecuador	91,00%	90,68%	94,51%	93,05%
España	1,00%	1,11%	0,30%	0,53%
Estados Unidos	2,00%	2,54%	1,12%	1,50%
Italia	0,30%	0,14%	0,45%	0,05%
Perú	0,05%	1,57%	0,95%	0,63%
Prefiero no decirlo	2,00%	0,42%	0,21%	0,39%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en relación al país de residencia habitual de los encuestados que visitan Santa Elena, los datos de la OTS destaca en su mayoría que son turistas nacionales y locales que provienen del territorio ecuatoriano manteniendo un porcentaje mayor al 90% en cada uno de los feriados analizados. Aquel valor permite entender e interpretar que los turistas en la actualidad provienen del mismo país debido a diferentes factores que pueden estar ligados con una perspectiva negativa desde el ámbito internacional.

Tabla 5 *Nivel más alto de estudios que ha completado los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Educación Primaria	0,50%	6,09%	4,97%	4,53%
Educación Secundaria	20,00%	27,34%	40,08%	31,84%
Educación universitaria	40,00%	34,16%	37,88%	38,40%
Formación técnica o tecnológica	11,00%	8,85%	10,76%	18,40%
Posgrado	21,00%	19,36%	4,36%	4, 25%
Prefiero no responder	7,00%	4,20%	1,56%	2,65%
Ninguno	1,00%	0,00%	0,00%	0,65%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en base al nivel más alto de estudios que ha completado el turista que respondió a la encuesta durante los feriados, se debe entender que aquellos con educación universitaria son los que tienen mayor presencia con rangos que van desde el 34,16% el 40% en feriados como el de año nuevo, además también se debe mencionar que la educación secundaria cuenta con una presencia de entre 20% al 31,84%, lo cual puede ligarse al hecho de que los visitantes mantienen una preparación adecuada por motivos laborales, lo que conlleva generar ingresos para realizar este tipo de viajes.

Tabla 6 *Situación laboral actual de los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Ama/o de casa o tareas del hogar	13,00%	11,76%	8,25%	5,84%
Desempleado/a en búsqueda de empleo	20,00%	3,37%	2,51%	1,78%
Desempleado/a no busca empleo	14,00%	0,92%	1,55%	0,53%
Empleado/a en el sector privado	13,00%	20,16%	20,43%	20,74%
Empleado/a en el sector público	19,00%	15,73%	22,29%	23,11%
Emprendedor/a o dueño/a de negocio	4,00%	12,64%	12,61%	14,86%
Estudiante	1,00%	14,16%	12,53%	10,90%
Jubilado/a o pensionista	7,00%	6,32%	2,12%	2,36%
Prefiero no responder	4,00%	2,68%	1,04%	1,83%
Trabajador/a independiente o por cuenta propia	5,00%	12,27%	16,67%	18,04%%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: respecto a la situación laboral actual de los encuestados se sobrepone el 23,11% como empleados del sector público en el feriado del día del trabajo, con valores no tan dispersos en los demás feriados, de esta misma manera se debe mencionar a los empleados del sector privado que también cuentan con valores alrededor del 13% hasta el 20,74%, por lo que en su mayoría aquellas personas que visitan el destino sí cuentan con los ingresos necesarios para realizar los gastos que demanda un viaje.

Tabla 7 *Número de personas, incluyéndose usted, viajaron en este grupo a la provincia Santa Elena.*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Solo yo (viajé solo/a)	10,00%	3,69%	4,58%	1,93%
2 personas	20,00%	17,57%	21,21%	14,47%
3 personas	12,00%	16,01%	21,73%	19,30%
4 personas	21,00%	20,66%	25,35%	31,07%
5 personas	13,00%	16,51%	16,24%	18,04%
6 personas	6,00%	10,70%	5,87%	6,46%
7 personas	7,00%	6,55%	2,72%	3,23%
8 personas	4,00%	3,09%	1,77%	1,78%
9 personas	3,00%	1,52%	0,26%	0,63%
10 personas o más	4,00%	3,69%	0,26%	3,09%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en este apartado es posible evidenciar la cantidad de personas que viajan en un mismo grupo a Santa Elena, demostrando que el grupo de cuatro personas es el que más persiste entre los feriados con valores que van desde el 20,66% al 31,07%, seguido del grupo de dos personas con valores similares, entendiendo que los turistas no buscan viajar en grupos grandes a este tipo de destinos, más bien se enfocan en disfrutar en conjunto con sus familiares o grupos de amigos.

Tabla 8 *Principal motivo de su visita a la provincia Santa Elena*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajo
Visita a familiares o amigos	21,00%	2,90%	21,34%	19,83%
Asistencia a eventos	1,00%	2,67%	4,71%	0,43%
Estudios o formación	0,90%	3,18%	0,95%	1,21%
Negocios, trabajo o eventos corporativos	1,00%	78,93%	2,94%	2,56%
Ocio/Vacaciones	75,00%	1,52%	68,90%	74,77%
Salud o tratamiento médico	1,00%	0,74%	0,78%	1,16%
Trámite personal o gestiones	0,10%	10,05%	0,39%	0,05%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en relación a los datos visualizados en esta tabla se puede entender que el principal motivo de visita en la provincia de Santa Elena durante los cuatro feriados abordados es el ocio o las vacaciones, dado que jugador más alto está en el feriado de fin de año con el 75% seguido por el feriado del día del trabajo con el 74,77%, de forma similar pero tan solo en un solo feriado se encuentra el motivo por negocio con un 78,93% en el feriado de carnaval. Comprendiendo que principalmente las vacaciones son los propulsores para que los visitantes se desplacen a destinos específicos.

Dificultades relacionadas con el consumo turístico en la provincia de Santa Elena.

Estructura de consumo

En conjunto, los resultados permiten comprender que las dificultades relacionadas con el consumo turístico en la provincia de Santa Elena están vinculadas principalmente con la forma en que los visitantes distribuyen su presupuesto durante el viaje. En general, priorizan los gastos indispensables, como el transporte, el alojamiento, la alimentación y las actividades de recreación, mientras que reducen el consumo de otros productos que consideran menos necesarios. Esto refleja que, al

momento de viajar, los turistas buscan obtener una buena experiencia sin exceder sus posibilidades económicas, por lo que aspectos como los precios, la calidad de los servicios y la facilidad para acceder a ellos influyen en sus decisiones de consumo. En consecuencia, las dificultades no se centran únicamente en el dinero disponible, sino también en la capacidad del destino para ofrecer servicios que respondan a las necesidades y preferencias de los visitantes durante los feriados nacionales.

¿Cuáles han sido sus principales medios de traslados durante su visita?

Tabla 9 Principales medios de traslado durante su visita

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Bicicleta	2,00%	2,00%	2,00%	1,74%
Taxi amarillo	23,00%	23,00%	18,70%	17,10%
Transporte público	26,00%	26,00%	4,50%	11,34%
Uber	8,00%	8,00%	21,00%	15,10%
Vehículo motorizado alquilado	21,00%	21,00%	10,00%	4,58%
Vehículo motorizado familiar o amigo	20,00%	20,00%	33,30%	50,15%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en la primera pregunta relacionada con la estructura de consumo derivada de la OTS, se puede evidenciar los principales medios de traslado durante la visita a Santa Elena por parte de los turistas, destacando con un promedio similar el transporte público con rango superiores del 26% en el feriado de carnaval y de año nuevo, mientras que el que se mantiene en cada uno de los feriados son el uso de vehículos motorizados con un rango del 20% al 50,15%, el taxi amarillo también representó un medio de transporte importante. En base a esto, se entiende la

importancia de mantener los servicios de transporte activos y con una buena calidad, dado que suelen ser muy utilizados por los visitantes. Desde la perspectiva de Astudillo et al. (2020) los servicios básicos y esenciales dentro de la localidad son un reflejo de una adecuada atención turística en periodos específicos.

En promedio, ¿Cuál es su presupuesto total por persona para el gasto asociado con su viaje por día?

Tabla 10 Alojamiento (hotel, hostel, alquiler vacacional)

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	19,00%	0,05%	23,80%	0,77%
Menos de \$20	8,00%	35,52%	16,90%	23,84%
De \$21 a \$50	38,00%	29,75%	37,90%	54,91%
De \$51 a \$100	27,00%	23,99%	15,90%	12,47%
Más de \$100	6,00%	8,81%	3,00%	3,80%
Más de \$200	2,00%	1,89%	1,30%	3,45%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	1,20%	0,76%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: respecto al tema del presupuesto, se debe especificar aspectos de la OTS respecto al total gastado en acciones relacionadas al viaje, en este caso respecto al alojamiento, la mayoría de los cinco estados en cada uno de los cuatro feriados considera que sus gastos van desde \$21 a \$50, un rango porcentual del 29,75% al 54,91%, seguido de esto también se hace mención de gastos menos de \$20 por día y un aproximado de \$51 a \$100, por lo que la variación no es tan significativa.

De esta manera se comprende que el alojamiento es uno de los pilares esenciales para que el usuario tenga una buena experiencia turística. Desde la postura de Campuzano et al. (2025) se establece que debe haber una concordancia con el gasto en el alojamiento y la calidad de los servicios que se perciben, dado que es la manera adecuada para que un visitante se vuelva un cliente constante.

Tabla 11 *Alimentación por día por persona (desayuno, almuerzo y cena).*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	3,00%	0,05%	1,30%	0,82%
Menos de \$20	14,00%	26,29%	33,90%	25,90%
De \$21 a \$50	46,00%	41,84%	55,40%	51,57%
De \$51 a \$100	34,00%	23,43%	6,50%	12,30%
Más de \$100	2,00%	7,24%	2,00%	4,25%
Más de \$200	1,00%	1,15%	0,70%	4,73%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,20%	0,43%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en la décima tabla es posible visualizar datos relacionados con la alimentación por día por persona en base a los gastos que realizan los turistas, los valores que predominan se encuentran en el rango de entre \$21 a \$50, entendiendo que diariamente es el gasto promedio, dado que en el feriado del día del trabajador se representa con el 51,57%, de la misma manera los gastos menos de \$20 también tienen porcentaje significativos en un rango de 14% el 33,90%. Entendiendo que se mantiene una tendencia relacionada con el ahorro respecto a este tipo de servicios. Desde la perspectiva de Cachi y Llivichuzca (2025) es entendible que la alimentación es uno de los elementos que debe segmentarse y adecuarse a las necesidades y posibilidades de los visitantes.

Tabla 12 *Transporte interno por día (taxis, bus, estacionamiento, gasolina, alquiler de auto, etc.)*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	4,00%	3,00%	10,30%	1,30%
Menos de \$20	25,00%	24,00%	32,20%	33,70%
De \$21 a \$50	53,00%	56,00%	41,10%	51,04%

De \$51 a \$100	15,00%	11,00%	13,60%	7,09%
Más de \$100	3,00%	2,00%	1,80%	3,86%
Más de \$200	0,40%	0,40%	0,80%	2,60%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,20%	0,34%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en relación al gasto del transporte interno por día, los encuestados indican que su valor promedio se encuentra de entre \$21 a \$50, representado en un rango que va desde el 41,10% en el feriado de semana santa hasta el 56% en el feriado de carnaval. Mediante este resultado es comprensible que la movilización es un factor que demanda un gasto importante durante los viajes, pero se debe establecer que se cuenta con varias opciones para este servicio. En relación a esto, Fernández et al. (2020) destaca que el servicio de transporte es uno de esos elementos esenciales para brindar una experiencia turística efectiva, sin que represente una inversión alta, debido a que el visitante analiza su experiencia en base a la calidad precio.

Tabla 13 *Entretenimiento, ocio y cultura por día (festividades, cine, atracciones, etc.)*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	13,00%	10,00%	10,90%	17,27%
Menos de \$20	26,00%	27,00%	26,50%	23,73%
De \$21 a \$50	41,00%	43,00%	42,40%	37,96%
De \$51 a \$100	6,00%	14,00%	14,00%	12,83%
Más de \$100	3,00%	4,00%	4,00%	3,91%
Más de \$200	1,00%	2,00%	2,00%	3,71%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,20%	0,58%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: respecto al entretenimiento, ocio y cultura, los gastos promedios por día que predominan se encuentran en el rango de entre \$21 a \$50, representando su incidencia con valores del 37,96% en el feriado del día de trabajo y 43% en carnaval,

seguido por aquellos que eligen gastos menos de \$20. A través de esta información es posible entender que elementos relacionados con el entendimiento también demandan un gasto que no es tan significativo para el turista, dado que se debe comprender que, al tener varios recursos al aire libre, no es necesario una inversión tan alta, pero la experiencia es igual de positiva. En base a lo que indica Cachi y Llivichuzca (2025) se puede comprender que el entretenimiento es uno de los motivos principales por el cual se realiza un viaje, por ello, todo gasto relacionado con esto se vincula directamente con la necesidad y posibilidad del usuario.

Tabla 14 *Compras de ropa, calzado, artículos personales por día.*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	26,00%	30,00%	32,60%	22,00%
Menos de \$20	25,00%	23,00%	34,10%	38,59%
De \$21 a \$50	32,00%	30,00%	26,40%	23,01%
De \$51 a \$100	12,00%	10,00%	4,60%	9,02%
Más de \$100	3,00%	4,00%	1,60%	3,47%
Más de \$200	2,00%	3,00%	0,40%	3,47%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,30%	0,43%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en base a los datos que se pueden visualizar en la tabla 13 de la encuesta, destacando los gastos promedios que se realizan en relación a la compra de ropa, calzado y artículos personales por día, se plantea que los valores que suelen utilizarse por los visitantes se encuentran en menos de \$20, valor seleccionado por un rango de entre el 23% al 38,59% de los turistas encuestados. Mediante este dato es posible comprender que los turistas cuando visitan Santa Elena no se enfocan en comprar artículos relacionados con la vestimenta, los gastos van direccionado principalmente al entretenimiento y experiencia en la localidad. Gutauskas y Zanfardini (2022) los costos son un elemento determinante que el visitante gestiona

adecuadamente para utilizarlos en sus necesidades principales evitando inversiones altas en elementos que no aporta relevancia a su objetivo.

Tabla 15 *Recuerdo, souvenirs y artesanías por día*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
0 (Sin gasto en este concepto)	25,00%	25,00%	25,00%	27,26%
Menos de \$20	33,00%	32,00%	39,00%	30,20%
De \$21 a \$50	25,00%	28,00%	29,40%	26,87%
De \$51 a \$100	10,00%	9,00%	4,10%	7,04%
Más de \$100	5,00%	4,00%	2,00%	3,86%
Más de \$200	2,00%	2,00%	0,40%	4,00%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,10%	0,77%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: otro de los elementos relacionados con los costos y gastos durante la visita en Santa Elena son los recuerdos, souvenirs y artesanías, en dónde los encuestados (32% y 30,20%) indican que sus gastos se encuentran en valores de menos de \$20, seguido tan solo por aquellos que realizan gastos de entre \$21 a \$50 o también que no realizan gastos en este tipo de elementos con un porcentaje del 29,40% en el feriado de semana santa. A través de esto se visualiza que hay una variabilidad importante, entendiendo que no es un factor tan determinante para la mayoría de los turistas. Desde la perspectiva de Cabrera y Rico (2021) es entendible que los costos son estructurados adecuadamente a través de una planificación básica por parte de la persona interesada, por lo cual, es importante analizar los datos con la intención de entender el comportamiento para aplicar estrategias que permitan una experiencia sin que se perciba una inversión alta.

Aporte del consumo del visitante en la estructura y gestión del turismo en la provincia de Santa Elena.

Los resultados permiten comprender que el consumo de los visitantes constituye un elemento fundamental para la estructura y gestión del turismo en la provincia de Santa Elena, ya que no solo genera ingresos para los diferentes prestadores de servicios, sino que también proporciona información valiosa sobre las preferencias y expectativas de quienes visitan el destino. Los turistas muestran mayor disposición a invertir en experiencias, actividades recreativas y gastronomía, lo que evidencia la importancia de fortalecer estos servicios para incrementar la competitividad del destino. Asimismo, la percepción favorable sobre la experiencia vivida, la satisfacción con los servicios y la intención de volver a visitar y recomendar la provincia reflejan que una adecuada gestión turística influye directamente en la fidelización de los visitantes. No obstante, los resultados también muestran oportunidades de mejora relacionadas con la diversificación de los atractivos.

¿En qué rubro está dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes?

Tabla 16 *Rubro dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes, los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Alojamiento	10,00%	7,43%	11,50%	15,44%
Transporte y vuelos	5,00%	1,38%	2,00%	2,23%
Experiencias y actividades	21,00%	15,45%	15,10%	16,21%
Gastronomía	22,00%	38,93%	29,60%	31,21%
Actividades recreativas, culturales o de entretenimiento	33,00%	32,38%	30,20%	25,23%
Compras personales	3,00%	2,12%	9,20%	7,04%
Recuerdos, artesanías y souvenirs	6,00%	2,31%	2,20%	1,16%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,20%	0,48%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: datos derivados de los cuatro informes en base a esta pregunta, permiten evidenciar que el rubro por el cual están dispuestos a gastar más dinero durante los viajes son las actividades recreativas, culturales o de entretenimiento seleccionada en un rango de entre 25,23% al 33%, seguido por la gastronomía con porcentajes que oscilan del 22% al 31,21%. Mediante esa información se comprende que tanto las actividades como la comida son aspectos que inciden directamente en la experiencia turística. Por este motivo, para Vásconez et al. (2021) la inversión en elementos relacionados con la gastronomía, el alojamiento y los atractivos turísticos, significa un aumento importante en el posicionamiento del territorio.

Considerando su situación económica, ¿en cuál de las siguientes categorías se clasificaría como viajero?

Tabla 17 *Considerando su situación económica, en qué categoría se clasificaría como viajero*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Viajero de bajo presupuesto/mochilero	13,00%	5,27%	12,10%	2,51%
Viajero de gama alta	14,00%	7,84%	11,20%	10,42%
Viajero de gama media	61,00%	64,30%	63,35%	85,67%
Viajero de lujo	3,00%	1,94%	1,10%	0,53%
Prefiero no responder	9,00%	10,65%	12,25%	0,87%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en esta tabla se pueden observar datos que se vinculan directamente con la situación económica y la clasificación del viajero desde su propia perspectiva, en este sentido, un rango de entre el 61% al 85,67% indica que son viajeros de gama media, los cuales representan a la mayoría, con niveles inferiores en viajeros de gama alta, de presupuesto y de lujo. Mediante esto se entiende que existe un nivel medio en el nivel socioeconómico de los turistas, lo cual puede estar ligado al hecho de que son turistas nacionales que conocen la economía del lugar y entienden la inversión que

deben utilizar para disfrutar de una buena experiencia. De esta manera, es preciso abordar lo que menciona Munévar (2023) el factor económico es un elemento influyente en la afluencia de turistas, por ello, es indispensable segmentar y ajustar brindando variabilidad a las opciones a los cuales pueden acceder los viajeros.

¿Cuál es la relación de sus expectativas y la realidad del destino?

Tabla 18 *La relación de sus expectativas y la realidad del destino, los encuestado.*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Muy por debajo de lo esperado	1,00%	0,69%	0,30%	0,10%
Algo por debajo de lo esperado	3,00%	3,14%	5,50%	1,21%
Igual a lo esperado	35,00%	39,81%	57,20%	44,81%
Algo por encima de lo esperado	31,00%	42,07%	29,60%	25,52%
Muy por encima de lo esperado	30,00%	14,30%	7,00%	27,83%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,40%	0,53%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en los datos observados en la tabla 17 se puede evidenciar que un rango porcentual similar con valores superiores al 30% consideran que sus expectativas son igual a lo que esperaban, así mismo, también destaca que llegan a superar esas expectativas, comprendiendo que el desarrollo turístico del cantón de Santa Elena se mantiene en buen camino, sin embargo, está sujeto a mejorar. En base a esta información, Murcia y Cárdenas (2021) indica que el turismo es un área en el cual siempre se debe invertir entendiendo que el mercado es muy cambiante y además sirve como un indicador para el desarrollo financiero de la localidad.

Además de los ítems En una escala del 1 al 5, donde 1 es “muy insatisfecho” 5 es “muy satisfecho”, ¿Qué tan satisfecho/a esta con los siguientes servicios durante su visita a Salinas?

Tabla 19 *Nivel de satisfacción con los servicios durante su visita en la provincia Santa Elena*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Información turística disponible	2,00%	0,74%	0,70%	0,09%
Atención y amabilidad de la población local	6,24%	5,12%	4,60%	1,50%
Seguridad percibida durante su estancia	20,00%	20,06%	25,50%	17,56%
Limpieza y mantenimiento del entorno	32,00%	26,48%	43,80%	44,96%
Relación calidad – precio de los servicios recibidos	36,00%	44,33%	25,20%	35,65%
N/A	3,76%	3,27%	0,20%	0,24%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: Mediante los datos presentados en la tabla 18, se entiende que la relación calidad precio de los servicios recibidos es uno de los que tiene un mayor nivel de satisfacción durante la visita en la provincia de Santa Elena con rangos de 25,20% hasta el 44,33% en feriados distintos, seguido por la limpieza y el mantenimiento del entorno y la seguridad que se percibe con porcentajes similares.

En base a esto se comprende la necesidad de aplicar mejoras vinculadas a la información turística, la atención y amabilidad por parte de la población, entendiendo que a elaborar estos aspectos y fortalecer los que ya mantienen una buena calidad es posible favorecer directamente el desarrollo de los negocios y el crecimiento financiero a nivel local y nacional. Desde la perspectiva de León (2025) es

imprescindible estar en constante actualización y mejora, especialmente en el área del turismo, en dónde las personas mantienen necesidades y requerimientos distintos.

En una escala del 1 al 5, donde 1 es "muy insatisfecho" 5 es "muy satisfecho", ¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado?

Tabla 20 *Nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que ha visitado*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Muy satisfecho	68,00%	40,36%	9,20%	1,74%
Satisfecho	0,00%	51,38%	36,00%	16,55%
Neutral	29,00%	5,77%	25,30%	40,12%
Insatisfecho	2,00%	0,28%	11,80%	31,79%
Muy insatisfecho	0,00%	0,05%	16,80%	8,00%
Prefiero no responder	1,00%	2,17%	0,90%	1,80%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en base a los datos presentados en esta tabla, se evidencia que los encuestados consideran muy satisfactoria su experiencia en los atractivos turísticos de Santa Elena que han visitado específicamente en el feriado de año nuevo con el 68% de aprobación, aquellos se mantienen con porcentaje superiores al 40% pero en el feriado del día del trabajo aquello reduce drásticamente a un 1, 74% planteando una postura neutral. Mediante esto se comprende que en la mayoría de los casos los servicios que se brindan en el turístico son aceptables y adecuados, a pesar de esto existe un gran margen de mejora que a través de las estrategias adecuadas se puede aprovechar.

En relación a esto, Perles (2021) menciona que la satisfacción de los usuarios es el factor que se utiliza para medir la calidad de los servicios y las acciones que se llevan a cabo en beneficio del desarrollo turístico, por lo que es una necesidad llevar a cabo

la obtención de datos específicos relacionados con la experiencia de los usuarios para obtener las bases en el planteamiento de propuestas.

En una escala del 1 al 5, donde 1 significa "muy improbable" y 5 significa "muy probable", ¿qué tan probable es que vuelva a visitar Santa Elena?

Tabla 21 *Es probable que vuelva a visitar Santa Elena, los encuestados*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Muy improbable	2,00%	0,74%	4,60%	0,39%
Improbable	1,00%	0,83%	15,60%	0,96%
Ni probable ni improbable	8,00%	10,56%	21,40%	26,90%
Probable	40,00%	52,49%	41,00%	45,01%
Muy probable	49,00%	35,38%	17,40%	26,72%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: respecto a la probabilidad de volver a visitar Santa Elena, los encuestados en su mayoría indican que resulta probable y muy probable con valores mayores al 17,40% hasta el 52,49% en diferentes feriados, pero manteniendo una postura positiva, lo cual permite deducir que las estrategias que se aplican de forma interna en gran medida para satisfacer las necesidades y mantener las expectativas de los usuarios, para que se vuelvan visitantes recurrentes. En base a esto, Sánchez (2026) en su investigación concuerda con el hecho de que es necesario integrar propuestas basándose en los datos obtenidos para generar mayor probabilidad de que visiten nuevamente el destino turístico.

Por qué no recomendaría visitar Santa Elena. Por favor, escoja una de las siguientes opciones:

Tabla 22 *Por qué no recomendaría visitar Santa Elena*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Fue muy difícil encontrar servicios turísticos que necesitaba	3,00%	7,15%	7,60%	12,16%
Los servicios turísticos no cumplieron con mis necesidades	29,00%	26,57%	46,60%	23,98%
Encontré pocas facilidades y equipamientos para el turista	0,00%	0,00%	6,00%	2,89%
Actividades y atractivos turísticos poco diversificados	67,00%	26,57%	10,20%	52,05%
Se sintió inseguridad durante la estadía	1,00%	44,97%	9,20%	8,52%
Prefiero no responder	0,00%	0,00%	0,40%	0,40%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: respecto a los factores por los cuales no recomendarían visitar Santa Elena, los encuestados seleccionaron en su mayoría las actividades y atractivos turísticos poco diversificados con rangos que van desde el 10,20% al 67%, seguido de los servicios turísticos que no cumplieron con las necesidades con el 23,98% hasta el 46,60%. Mediante esto es visible que tanto la diversificación como la calidad de los servicios son oportunidades de mejora para el turismo de la localidad. Desde la perspectiva de Sarmiento (2025) es necesario abordar los datos obtenidos con la intención de permitir una experiencia turística efectiva para el usuario a través de servicios de calidad.

En una escala del 1 al 5, donde 1 significa "Nada probable" y es 5 significa "Muy probable", ¿Qué tan probable es que recomiende visitar Santa Elena a un amigo o colega?

Tabla 23 *Recomendaría a un amigo o colega visitar Santa Elena*

Opciones	Feriado año nuevo	Feriado carnaval	Feriado semana santa	Feriado día del trabajador
Muy improbable	1,00%	0,28%	0,10%	0,10%
Improbable	2,00%	0,46%	1,00%	0,39%
Ni probable ni improbable	9,00%	7,76%	12,40%	22,24%
Probable	33,00%	50,32%	57,70%	46,50%
Muy probable	55,00%	41,24%	28,50%	30,47%
Prefiero no responder	0,00%	0,05%	0,30%	0,30%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Elaborado por autora. Obtenido de la OTS (2026)

Análisis: en la última tabla de los datos de la encuesta, se aborda la probabilidad recomendación por parte de los turistas sobre la visita a Santa Elena, en donde se indica que es algo probable 33% hasta el 57,70% en feriados distintos pero que mantienen este rango, de la misma manera se destaca que es muy probable con un rango del 28,50% el 55%, comprendiendo que en su mayoría en cada uno de los feriados, los encuestados brindan respuestas positivas sobre la recomendación del lugar, por lo que los servicios sí mantienen una calidad aceptable pero que están sujetas a mejoras importantes para el desarrollo turístico. En concordancia, Rives y Chávez (2021) indica que el posicionamiento de un destino turístico depende de las estrategias que se apliquen por parte de los organismos responsables, por lo que es recomendable mantener un control constante de los datos turísticos.

1.9 Discusión

Los resultados adquiridos a través del cuestionario del OTS evidencian una conducta homogénea de los turistas en los feriados principales del territorio ecuatoriano, considerando la estructura de consumo, se mantiene el uso de vehículos familiares o de amigos, en base al presupuesto diario, la mayoría de los visitantes mantienen gastos de entre \$21 a \$50 en aspectos como el alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas. De la misma manera, los turistas mencionaron

una disposición alta para invertir en actividades recreativas, gastronómicas y de entretenimiento, identificándose además como viajeros de gama media, en relación a términos de satisfacción, las experiencias del destino fueron iguales o superiores en casi todos los casos, manteniéndose una percepción positiva acerca del vínculo entre la calidad y precio de los servicios, por lo que es más posible recomendar o regresar a Santa Elena. Manteniendo las oportunidades para fortalecer los procesos internos en esta área.

De manera específica, los resultados vinculados con el medio de transporte demuestran que los turistas optaron principalmente por vehículos familiares o de amigos, además del transporte público y los taxis, dejando en claro la relevancia de contar con un sistema de movilidad accesible y eficiente para asegurar una experiencia duradera. Aquella situación coincide con lo planteado por Astudillo et al. (2020) Los cuales plantearon que la disponibilidad y la calidad de los servicios básicos, haciendo hincapié en el transporte sirven como factores determinantes para un desarrollo efectivo del turismo competitivo y sostenible. De esta misma forma, la constancia y presencia de opciones diversificadas para la movilización en los feriados, destaca la calidad de gestión por parte de los organismos responsables de la localidad.

En base a los gastos destinados alojamiento, los datos demuestran que una gran parte de los turistas encuestados invierten de entre \$21 a \$50 diario, manteniendo una conducta direccionada hacia un consumo moderado y controlado que equilibra la calidad con el costo. Aquellos resultados se vinculan con lo planteado por Campuzano et al. (2025) Debido a que afirman que la satisfacción de los visitantes depende del vínculo que existe entre el precio que pagan y la calidad que perciben de un servicio en específico.

En base a los gastos en alimentación, transporte y entretenimiento, es visible una tendencia parecida, dado que la mayoría de los visitantes concentran su presupuesto diario entre \$21 y \$50, qué comportamiento destaca que los turistas mantienen una planificación acerca de sus gastos prioritarios para servicios esenciales. Lo cual se

vincula directamente con Canchi y Llivichuzca (2025) dado que plantean que la alimentación y las actividades recreativas deben estar ajustadas a las posibilidades financieras y las necesidades de los usuarios, de la misma forma Fernández et al. (2020) Contempla que los servicios en los destinos turísticos deben mantener un equilibrio entre la calidad y precio, en beneficio del desarrollo turístico de la localidad y de la satisfacción de los usuarios.

En relación al aspecto en donde los turistas están dispuestos a invertir una mayor cantidad de dinero, los datos observados demuestran una preferencia por actividades recreativas, culturales y de entretenimiento, además de la gastronomía, aquella constancia afirma que las experiencias son factores que motivan el gasto turístico, por lo que están encima de aspectos relacionados con el alojamiento o las compras personales. Aquellos resultados coinciden con lo que plantea Vásconez et al. (2021) Dado que manifiesten que la inversión en la experiencia y en la gastronomía ayuda al posicionamiento inmediato del destino.

En base a las expectativas del destino y la satisfacción de los turistas, los resultados demuestran que para la mayoría de los visitantes las experiencias superaron lo que esperaban, por lo que valoran el vínculo de la calidad precio y la seguridad que se percibe. En base a esto se debe abordar lo que indica Murcia y Cárdenas (2021) al destacar que la inversión constante y continua para mejorar la competitividad ayuda a responder a las necesidades de los usuarios que cambian constantemente.

El análisis de la experiencia de los atractivos turísticos y la intención de volver a visitar la localidad muestra una postura que en su mayoría es positiva por parte de los turistas, indicando que existe una gran probabilidad de regresar al mismo lugar, a pesar de que en uno de los feriados como es el día del trabajo se visualizó una disminución en los niveles de satisfacción, pero la tendencia es favorable. Aquello se vincula directamente con lo que menciona, Pérez (2021) al considerar que la satisfacción del visitante sirve como uno de los indicadores esenciales para medir la calidad del turismo.

CONCLUSIONES

En conclusión, los datos turísticos obtenidos a través del OTS que ayudan a identificar el comportamiento de consumo de los visitantes durante los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena, son las tendencias vinculadas con los medios de transporte que se utilizaron, el presupuesto instalado a diferentes rubros dentro de esta área, las preferencias de gasto y los niveles de satisfacción. Aquella información destaca que un análisis sistemático y bien estructurado de aquellos factores agiliza el entendimiento de las necesidades actuales y sirve como base para la toma de decisiones.

Por otro lado, fue posible identificar que una de las dificultades principales en la recopilación y análisis de información acerca del consumo turístico en la provincia de Santa Elena es la limitada disponibilidad de información continua y homogénea cerca del consumo turístico, dado que varios indicadores no se recopilaron en todos los periodos, lo cual se evidencia en algunas de las tablas, además se presentan diferencias en la cobertura de ciertos datos entre los feriados. Aquellas limitantes complican el seguimiento continuo de las conductas de los turistas y por ende deja en evidencia la necesidad de mejorar los procesos internos para la obtención y la interpretación de los datos turísticos.

El análisis del consumo del visitante deja en claro que sirve como un medio estratégico para beneficiar a la sistematización y el control del turismo en la provincia de Santa Elena, brindando datos que ayudan a direccionar la Planeación de los servicios turísticos en base a las expectativas de los turistas. También, los resultados adquiridos agilizan la identificación de oportunidades para fortalecer diferentes aspectos dentro del destino turístico, aportando a la gestión enfocada en la evidencia.

RECOMENDACIONES

Es recomendable fortalecer la recopilación y actualización periódica de los datos jurídicos que genera el Observatorio de Turismo Sostenible, integrando criterios e indicadores vinculados con los patrones de movilidad, consumo, preferencias y niveles de satisfacción de los turistas, con la finalidad de tener a disposición información viable y confiable que agilice el desarrollo de estrategias direccionadas a fortalecer la experiencia turística y por ende el desarrollo financiero y social de la localidad.

Por otro lado, se recomienda la integración de un sistema estandarizado para la obtención, el procesamiento y la interpretación de los datos turísticos que aseguren la constancia de los indicadores en cada uno de los periodos analizados, fomentando la coordinación entre los organismos públicos, privados y netamente del sector turístico para beneficiar a la calidad y disponibilidad de la información que se requiere para tomar decisiones adecuadas.

Por último, se recomienda la utilización continua y permanente de los resultados del análisis del consumo turístico como base para el desarrollo de normas, programas y estrategias de gestión para el destino turístico, brindando prioridad a las actividades direccionadas a diversificar la oferta del turismo, mejorando la calidad de los servicios y fortaleciendo la experiencia de los usuarios, aportando significativamente al desarrollo sostenible y al aumento del posicionamiento de Santa Elena.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, & Zhigui. (2026). Análisis de efectos de la reducción del IVA en el sector hotelero durante feriados 2024, Santa Cruz – Galápagos. *Universidad Salesiana*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/32654?utm>
- Arévalo, & Bazán. (2024). Análisis del perfil del visitante en relación a los factores psicográficos en un atractivo turístico natural. Caso de estudio: Laguna Llaviucu, Parque Nacional El Cajas, Ecuador. *UCUENCA*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/907ffc6c-da8b-4625-89cc-feb0573803a4?utm>
- Astudillo, Maldonado, & Maldonado. (2020). Análisis del gasto turístico en los segmentos de mercado Baby Boomers, Generación X y Millennials; que visitan la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Universidad-Verdad*, 1(76). <https://dayajournal.uazuay.edu.ec/index.php/udaver/article/view/265>
- Benavides. (2021). Importancia de un plan de desarrollo turístico en la planificación de actividades turísticas del recinto Chipe del cantón Valencia, año 2021. *UTB*. <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11113/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000350.pdf?sequence=1>
- Cabrer, & Rico. (2021). Impacto económico del sector turístico en España. *Studies of Applied Economics*, 39(2). <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/3599>
- Campuzano, León, Bayas, & Fajardo. (2025). El Consumo Turístico nacional y extranjero en las comunidades autónomas de España (2002-2019). *Anduli: revista andaluza de ciencias sociales*, 1(28). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10223151>
- Carchi, & Llivichuzca. (2025). Análisis de la disminución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) al 8% en feriados nacionales, locales, los efectos contables y tributarios en los ingresos de hoteles y restaurantes en el cantón Cuenca durante el período 2022-2023. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/5cd66f13-89c3-4628-89b4-af5a26cf3597>
- Chura, & Flores. (2023). Impactos económicos del turismo en proveedores de servicios turísticos a nivel mundial: Una revisión sistemática. *Puriq*, 5. <http://revistas.unah.edu.pe/index.php/puriq/article/view/540>
- Díaz, & Espada. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. Ayana. *Revista de Investigación en turismo*, 1(2). <https://revistas.unlp.edu.ar/ayana/article/view/11975>
- Esposito, & Miñan. (2022). Estrategias para desarrollar la experiencia y el consumo del turismo millennial en Lima. *ULIMA*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/17825>

- Fernández, Flores, & Hechavarría. (2024). Variables e indicadores para la evaluación del nivel de desarrollo de los destinos turísticos cubano. *Anuario Turismo y Sociedad*, 1(35). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10053215>
- Fernández, Vinyals, Fernández, Weber, & Pedraza. (2020). Fuentes de información para los turistas en las distintas etapas del viaje. *El profesional de la información*, 29(2). https://www.scimagoepi.com/contenidos/2020/mar/fernandez-vinyals-fernandez-weber-pedraza_es.pdf
- Flores. (2025). Experiential marketing strategy and tourism demand in the contribution of the positioning of the floating islands Los Uros, Puno. *Cornell University*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.18937>
- García. (2025). Algoritmos de optimización para la gestión de horarios en el sector turístico. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/77846>
- Gonzaga. (2025). Dinámica del turismo: análisis del perfil del visitante y su comportamiento en eventos culturales, religiosos y temporadas turísticas. *Torrossa*. <https://www.torrossa.com/it/resources/an/6134296>
- Gutauskas, & Zanfardini. (2022). El viaje del consumo turístico. Revisión bibliográfica y propuesta metodológica para su estudio. *Marketing de servicios: su esencia*, 1(1). https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/marketing_de_servicios/article/view/4312
- León. (2025). Análisis Comparativo-Data Turística: Estrategias para el Desarrollo Sostenible del Turismo Nacional. *Ciencia Latina Revista científica multidisciplinar*, 9(2). <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/17410>
- Loor. (2020). El perfil del visitante y los servicios turísticos en el cantón Babahoyo 2020. *UTB*. <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9060/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000175.pdf?sequence=1>
- López, & Sastre. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico. *Ayana*, 1. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/122574>
- Montenegro, Resino, & Ruiz. (2022). Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la pospandemia. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(7). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890692>
- Morai. (2024). Evolución de la Industria del Turismo Sostenible en España. *Ciencia Y Reflexión*, 3(2). <https://cienciayreflexion.org/index.php/Revista/article/view/11>
- Munévar. (2023). Turismo y crecimiento económico mediante cointegración de datos panel para países latinoamericanos. *Turismo y Sociedad*, 33(1). <https://www.redalyc.org/journal/5762/576275728004/576275728004.pdf>
- Murcia, & Cárdenas. (2021). La auditoría: fuente de información estratégica en la industria hotelera. *Turismo y Sociedad*, 28. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205010/576267205010.pdf>

- Nyns, & Schmitz. (2022). Using mobile data to evaluate unobserved tourist overnight stays. *Tourism Management*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104453>
- Padilla, Sánchez, Hernández, & Mendoza. (2020). Gestión de datos de investigación en los Observatorios de Turismo Regional en Chile. *Cuadernos de Turismo*, 1(45). <https://digitum.um.es/bitstreams/8e879643-0ae8-484e-863d-11c2fd31649d/download>
- Perles. (2021). Satisfaction, seasonality and tourist expenditure in consolidated tourist destinations. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(3). <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1901752>
- Pillajo. (2026). Análisis del comportamiento de los visitantes en espacios turísticos de naturaleza y deporte al aire libre en la parroquia de Lloa-Quito Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/32251>
- Rives, & Chávez. (2021). Retos y perspectivas de los Sistemas de Información en Destinos Turísticos. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 5(1). <https://journals.uco.es/riturem/article/view/13424>
- Sánchez. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. *Geopolítica*, 11(1). <https://revistas.ucm.es/index.php/GEOP/article/download/69249/4564456553386>
- Sánchez. (2026). Datos turísticos e indicadores estadísticos, basados en diferentes fuentes de datos cantón La Libertad, 2025. <https://repositorio.upse.edu.ec/items/7e91cdba-c759-4e01-a176-9c385d5ef893>
- Sánchez. (2026). Datos turísticos e indicadores estadísticos, basados en diferentes fuentes de datos cantón La Libertad, 2025. <https://repositorio.upse.edu.ec/items/7e91cdba-c759-4e01-a176-9c385d5ef893>
- Sarmiento. (2025). Análisis Comparativo - Data Turística: Estrategias para el Desarrollo Sostenible del Turismo Nacional. *Ciencias Sociales y Humanas*, 9(2). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17410
- Vásquez, Bravo, Pazmiño, & Urbano. (2021). Análisis del perfil demográfico y consumo turístico en eventos deportivos en la ciudad de Quito: Caso de estudio: Roger Federer. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 1(40). <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7698156.pdf>
- Vásquez, Bravo, Pazmiño, & Urbano. (2021). Análisis del perfil demográfico y consumo turístico en eventos deportivos en la ciudad de Quito: Caso de

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE TURISMO 2026-1	
--	---

SECCIÓN A. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1. ¿Qué edad tiene usted?

☐ Menor de 18 años

☐ 18 a 24 años

☐ 25 a 34 años

☐ 35 a 44 años

☐ 45 a 54 años

☐ 55 a 64 años

☐ 65 años o más

☐ Prefiero no responder

2. ¿Con qué género se identifica usted?

☐ Hombre

☐ Mujer

☐ Persona no binaria

☐ Prefiero no responder

3. ¿Cuál es su país de residencia habitual?

☐ Ecuador

☐ Estados Unidos

☐ Colombia

☐ España

☐ Perú

☐ Canadá

☐ Otra (especifique):

☐ Prefiere no responder

4. ¿Cuál es el nivel más alto de estudios que ha completado?

☐ Ninguno

☐ Educación Primaria

☐ Educación Secundaria

☐ Formación técnica o tecnológica

☐ Educación universitaria

☐ Posgrado (especialización, maestría, doctorado)

☐ Prefiero no responder

5. ¿Cuál es su situación laboral actual?

☐ Empleado/a en el sector público

☐ Empleado/a en el sector privado

☐ Trabajador/a independiente o por cuenta propia

☐ Emprendedor/a o dueño/a de negocio

☐ Estudiante

☐ Desempleado/a en búsqueda de empleo

☐ Desempleado/a no busca empleo

☐ Jubilado/a o pensionista

☐ Ama/o de casa o tareas del hogar

☐ Prefiero no responder

6. ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, viajaron en este grupo al cantón Salinas en esta ocasión?

☐ Solo yo (viajé solo/a)

☐ 2 personas

☐ 3 personas

☐ 4 personas

☐ 5 personas

☐ 6 personas

☐ 7 personas

☐ 8 personas

☐ 9 personas

☐ 10 personas o más

7. ¿Cuál es el principal motivo de su visita al cantón Salinas en esta ocasión?

☐ Ocio / Vacaciones

☐ Visita a familiares o amigos

☐ Negocios, trabajo o eventos corporativos

☐ Salud o tratamiento médico

☐ Estudios o formación

☐ Asistencia a eventos (culturales, deportivos, religiosos, etc.)

☐ Trámite personal o gestiones

SECCIÓN B. PLANEACIÓN DEL VIAJE

8. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón Salinas en los últimos 2 años (sin contar esta visita)?

☐ Nunca

☐ 1 vez

☐ 2-3 veces

☐ 4-5 veces

☐ Más de 5 veces

9. ¿Con quién viaja en esta ocasión al cantón Salinas? (Seleccione una opción principal)

☐ Solo/a

☐ En pareja

☐ Con familia (incluye niños/as)

☐ Con amigos/as

☐ En grupo organizado (por agencia, institución, etc.)

☐ Otro (especifique):

10. ¿Qué tipo de actividades espera realizar durante su visita? Puede seleccionar más de una opción

☐ Ciudad (parques, malecones, city tours, etc.)

☐ Cultura y Patrimonio (arquitectura, arte, museos, iglesias, etc.)

☐ Naturaleza y Aventura (aviturismo, senderismo, flora y fauna, etc.)

☐ Turismo rural (agroturismo, turismo comunitario, recorridos fluviales, etc.)

☐ Sol y playa

☐ Gastronomía

☐ Entretenimiento y vida nocturna

☐ Participación en ferias y convenciones

☐ Turismo deportivo

11. ¿Qué lugares piensa visitar o visitó durante su viaje en el cantón Salinas?

12. ¿Cuántas noches tiene pensado quedarse en el cantón Salinas?

☐ 0 noches (visita por el día)

☐ 1 noche

☐ 2 noches

☐ 3 noches

☐ 4 a 6 noches

☐ 7 noches o más

13. ¿A través de qué medios buscó información sobre el cantón Salinas y/o sobre servicios turísticos, previo a su viaje? Puede seleccionar más de una opción.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO
2026-1

UPSE
¡crece juntos!

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

14. ¿Qué tan fácil o difícil le resultó buscar información sobre el destino Salinas antes de su viaje?

- ☐ Muy difícil
☐ Difícil
☐ Ni fácil ni difícil
☐ Fácil
☐ Muy fácil
☐ No busqué información

15. ¿De qué forma organizó su viaje principalmente?

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

16. ¿Con cuánta anticipación organizó su viaje a Salinas? (Por favor, marque solo una opción)

- ☐ El mismo día del viaje
☐ 1 a 3 días antes
☐ 4 a 7 días antes
☐ 1 a 2 semanas antes
☐ 3 a 4 semanas antes
☐ 1 a 2 meses antes
☐ Más de 2 meses antes

17. ¿Por qué medio de transporte arribó principalmente al cantón Salinas en este viaje? (Por favor, marque solo una opción)

- ☐ Vehículo propio
☐ Vehículo de alquiler sin conductor
☐ Vehículo de un familiar o amigo
☐ Autobús interprovincial
☐ Transporte turístico contratado (tour, agencia)
☐ Taxi amarillo
☐ Servicio de transporte por app (Uber, InDrive, etc.)
☐ Avión (hasta ciudad cercana + traslado terrestre)
☐ Otro (especifique):

SECCIÓN C. ESTRUCTURA DE CONSUMO

18. ¿Cuáles han sido sus principales medios de traslado durante su visita? Puede seleccionar más de una opción.

- ☐ Transporte público (bus)
☐ Taxi amarillo
☐ Vehículo motorizado alquilado
☐ Vehículo motorizado familiar o amigo
☐ Uber u otras aplicaciones de transporte privado
☐ Bicicleta

19. En promedio, ¿cuál es su presupuesto total por persona para el gasto asociado con su viaje por día?

A. Alojamiento, por ejemplo: hotel, hostel, alquiler vacacional

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)
☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

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

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)
☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

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

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)
☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

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

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)
☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

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

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)

Página 2. Identificar los datos turísticos e indicadores estadísticos basados en las diferentes fuentes de datos en el cantón Santa Elena.



- ☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

F. Recuerdos, souvenirs y artesanías por día.

- ☐ 0 (Sin gasto en este concepto)
☐ Menos de \$20
☐ De \$21 a \$50
☐ De \$51 a \$100
☐ Más de \$100
☐ Más de \$200

20. ¿En qué rubro está dispuesto(a) a gastar más dinero durante sus viajes?

Opciones de Respuesta:

- ☐ Alojamiento (Hoteles de lujo, Airbnb premium, etc.)
☐ Transporte y vuelos (Clase ejecutiva, viajes directos, alquiler de autos de alta gama)
☐ Experiencias y actividades (Tours exclusivos, entradas VIP, deportes de aventura)
☐ Gastronomía (Restaurantes de alta cocina, experiencias culinarias)
☐ Actividades recreativas, culturales o de entretenimiento
☐ Compras personales (ropa, calzado, tecnología, etc.)
☐ Recuerdos, artesanías y souvenirs

21. Considerando su situación económica, ¿en cuál de las siguientes categorías se clasificaría como viajero?

Opciones de Respuesta:

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

22. ¿Cuál es la relación de sus expectativas y la realidad del destino?

- ☐ Muy por debajo de lo esperado
☐ Algo por debajo de lo esperado
☐ Igual a lo esperado
☐ Algo por encima de lo esperado
☐ Muy por encima de lo esperado

23. Además de los ítems En una escala del 1 al 5, donde 1 es "muy insatisfecho" y 5 es "muy

satisfecho", ¿qué tan satisfecho/a está con los siguientes servicios durante su visita a Salinas?

Información turística disponible (oficinas, mapas, señalización, apps)	1	2	3	4	5
	N/A				
Atención y amabilidad de la población local	1	2	3	4	5
	N/A				
Seguridad percibida durante su estancia	1	2	3	4	5
	N/A				
Limpieza y mantenimiento del entorno	1	2	3	4	5
	N/A				
Relación calidad-precio de los servicios recibidos	1	2	3	4	5
	N/A				

24. En una escala del 1 al 5, donde 1 es "muy insatisfecho" y 5 es "muy satisfecho", ¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a su experiencia en los atractivos turísticos de Salinas que ha visitado?

1	2	3	4	5	N/A
---	---	---	---	---	-----

25. En una escala del 1 al 5, donde 1 significa "Muy improbable" y 5 significa "Muy probable", ¿qué tan probable es que vuelva a visitar Salinas?

- ☐ 1 - Muy improbable
☐ 2 - Improbable
☐ 3 - Ni probable ni improbable
☐ 4 - Probable
☐ 5 - Muy probable

26. Por qué NO recomendaría visitar Salinas. Por favor, escoja una de las siguientes opciones:

- ☐ Los servicios turísticos utilizados no cumplieron con mis necesidades
☐ Fue muy difícil encontrar servicios turísticos que necesitaba
☐ Actividades y atractivos turísticos poco diversificados
☐ Se sintió inseguro durante su estadía
☐ Encontré pocas facilidades y equipamientos al servicio del visitante

27. En una escala del 1 al 5, donde 1 significa "Nada probable" y 5 significa "Muy probable", ¿Qué tan probable es que recomiende visitar Salinas a un amigo o colega?

- ☐ 1 - Nada probable
☐ 2 - Improbable
☐ 3 - Ni probable ni improbable
☐ 4 - Probable
☐ 5 - Muy probable



Anexo 2. Matriz de consistencia



Nombres y Apellidos Completos: Carla Tamara Ramos Villón

Fecha: La Libertad, 08 de septiembre de 2025

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la propuesta de Investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Idea a defender / Producto a obtener (si aplica)
DATOS TURISTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2026.	Problema General: ¿Cuál es la relación entre los datos turísticos y el análisis del consumo de visitantes en feriados nacionales de la provincia de Santa Elena?	Objetivo General: Analizar los datos turísticos y el consumo de visitante en feriados nacionales en la provincia de Santa Elena.	N/A
	Sistematización del problema: ¿Qué tipo de datos turísticos ayudan a identificar la dinámica del consumo de los visitantes en los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena? ¿Cuáles son las dificultades principales en la recolección y análisis de la información sobre consumo turístico en la provincia de Santa Elena? ¿De qué forma el análisis del consumo de visitante puede aportar a fortalecer la estructuración y la gestión del turismo en la provincia de Santa Elena?	Objetivos específicos: - Determinar los datos turísticos que ayudan a la identificación del comportamiento de consumo de los visitantes en los feriados nacionales en la provincia de Santa Elena. - Identificar las dificultades principales en la recopilación y análisis de información acerca del consumo turístico en la provincia de Santa Elena. - Establecer la manera en que el análisis del consumo del visitante aporta al fortalecimiento de la estructuración y gestión del turismo en la provincia de Santa Elena.	
	Línea de investigación: Planificación de áreas y destinos turísticos. Turismo, desarrollo y sociedad local. Sublínea de investigación: Sociedad local e impactos del turismo.		
Fuente de información	Libros físicos biblioteca UPSE:	2	
	Libros digitales biblioteca UPSE	2	
	Tesis grado:	6	
	Tesis posgrado:	4	
	Artículos alto impacto Scopus:	6	
	Artículos alto impacto WOS:	4	

Anexo 3. Operacionalización de variables



OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título	Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicador	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
DATOS TURÍSTICOS Y ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL VISITANTE EN FERIADOS NACIONALES PROVINCIA SANTA ELENA, 2026.	DATOS TURÍSTICOS	Butler (2023) Define que es un soporte para comprender los impactos en el turismo en un medio natural y social, recogen información múltiple de fuentes como encuestas estadísticas y registros. Estos datos se toman en tiempo real para obtener un mejor resultado, y se cuantifican en número de llegadas, alojamiento, gastos, comportamiento y movilidad	- Demanda turística - Oferta Turística	- Datos de llegada de turistas. - Número de atractivos identificados y registrados. - Volumen de llegadas por temporada. - Medio de transporte. - Nivel de demanda en temporada alta y baja - Preferencias en actividades y servicios		POBLACIÓN: - Página Web de Ministerio de Turismo - Página Web del Observatorio Turístico - Sostenible - Página Web del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena. - Trabajos de Titulación 2020 – 2025. - Trabajos de Titulación del Repositorio UPSE 2020 – 2025. - Artículos <i>Scopus</i> - Artículos Web <i>Of Science</i> Actores Claves. - Gobierno Autónomo Descentralizado. - Directora del Observatorio Turístico Santa Elena.	Técnicas: Entrevista. Instrumentos: Guía de entrevista
	Consumo del visitante	Castro (2024) Son medidas cuantitativas que permiten analizar el gasto y los patrones de consumo de los visitantes en un destino turístico, proporcionando información sobre los bienes y servicios adquiridos, la distribución del gasto y su contribución a la economía local.	- Gasto turístico - Comportamiento de consumo	- Nivel de gasto del visitante. - Distribución del gasto por categorías (alojamiento, alimentación, transporte, recreación, compras). - Frecuencia de consumo de bienes y servicios turísticos.	Diseño: No experimental, transversal.		

Anexo 4. Carta Aval



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

OBSERVATORIO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Oficio No. 52 – MYSM – OTS – 2025
La Libertad, 14 de abril de 2025

Srta.
Carla Tamara Ramos Villón
Estudiante de la carrera Licenciatura en Turismo cohorte 2022-1,
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

En su despacho. -

De conformidad al Reglamento de Funcionamiento del Observatorio Turístico Sostenible de la Universidad Estatal Península de Santa Elena vigente, Art. 7 funciones: Generación, monitoreo y evaluación de información relevante para la comunidad que tiene interés en las diferentes temáticas de turismo y fortaleza la construcción de un sistema de información. Y el objetivo específico de este reglamento cita en sus literales: d) Sistema de gestión de información como apoyo a las actividades de ciencia e innovación tecnológica para el sector del turismo e) Uso y desarrollo de la informatización como instrumento de trabajo.

Me permito comunicar que realizadas las respectivas competencias del Observatorio Turístico Sostenible-UPSE, remito a Usted la CARTA AVAL para que al término de la investigación:
Datos turísticos y análisis del consumo del visitante en feriados nacionales provincia Santa Elena, 2025-2026, 2026. Los resultados sean publicados en la página Web del observatorio.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Myriam Yolanda Sarabia Molina
Ph.D. Myriam Sarabia Molina
Directora Observatorio Turístico Sostenible - UPSE

Ph. D Myriam Sarabia Molina
Directora Observatorio Turístico Sostenible - UPSE

c. c.: Archivo

Anexo 5. Aprobación del tema

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

UPSE
La Libertad, 08 de Octubre del 2025

Licenciada
María Fernanda Alejandro Lindao MSc.
Directora (E) Carrera Turismo Matriz
En su despacho. -

De mi consideración.

Yo, **Carla Tamara Ramos Villón**, con cédula de identidad N.º 0927945345, por medio de la presente me dirijo a usted para informarle que he trabajado con la **Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD** docente de la carrera de Turismo, en la *modificación del título* de mi propuesta de investigación tomando en consideración las observaciones realizadas por los miembros que evaluaron mi propuesta. La docente me ha orientado y cumplido la función de evaluador de mi propuesta de investigación, la misma *“que es aprobado”* con el siguiente título:

“Datos turísticos y análisis del consumo del visitante en feriados nacionales provincia Santa Elena, 2025-2026”

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Myriam Sarabia
Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molin PhD.
Docente evaluador

Carla Tamara Ramos Villón
Carla Tamara Ramos Villón.
Estudiante

cc: Archivo del estudiante | Coordinador UIC

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Recibido.
29/Nov/2025
17:54
[Firma]