

# **INFORME FINAL DEFINITIVO DE LA CONSULTORÍA**

“LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA PARA  
LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS PARA  
EL OBSERVATORIO PROVINCIAL”.

Ing. Fausto Calderón Pineda  
Consultor



**OBSERVATORIO  
TURÍSTICO DEL  
GUAYAS**

## INDICE DE CONTENIDO

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	4
2. DESARROLLO DE LA CONSULTORÍA.....	4
2.1. METODOLOGÍA APLICADA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA PARA LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS DEL DESTINO GUAYAS.....	5
3. ENTREGABLES DE LA CONSULTORÍA.....	8
3.1. PRODUCTO 1.- MODELO DE GESTIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA PARA LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS DEL DESTINO GUAYAS, QUE SEA SOSTENIBLE A LARGO PLAZO.....	9
3.2. PRODUCTO 2.- DISEÑO DE LA LÍNEA GRÁFICA PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL DE LA INFORMACIÓN.....	10
3.3. PRODUCTO 3.- GENERAR INFORMES ESTADÍSTICOS MENSUALES Y CUATRIMESTRALES CON LOS RESULTADOS DE INDICADORES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.....	11
3.3.1. ENTREGA DE INFORMES ESTADÍSTICOS MENSUALES.....	16
3.3.2. ENTREGA DE INFORMES ESTADÍSTICOS CUATRIMESTRALES. ...	19
3.3.3. ENTREGA DE INFORMES DE PRONÓSTICOS.....	19
4. CONCLUSIONES.....	20
4.1. CONCLUSIONES ANUALES.....	44
5. RECOMENDACIONES DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO.....	52
6. ANEXOS.....	54
7. FIRMA DE RESPONSABILIDAD.....	54

## INDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Logotipo seleccionado y aprobado. ....	10
<b>Ilustración 2.</b> Indumentaria y accesorios brandeados. ....	10
<b>Ilustración 3.</b> Soporte fotográfico de la selección de los encuestadores. ....	11
<b>Ilustración 4.</b> Entrega de material de apoyo y acceso a la plataforma digital mediante capacitaciones teóricas y Prácticas. ....	12
<b>Ilustración 5.</b> Entrega de indumentaria brandeada de acuerdo a la línea gráfica aprobada (Gorras, Camisetas, credenciales y Chalecos) para los levantamientos de información. ....	13
<b>Ilustración 6.</b> Soporte Fotográfico de los Levantamientos de Información en campo. ....	14

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificación de la Variable Sociodemográfica. ....	5
Tabla 2. Identificación de variable Organización del viaje. ....	6
Tabla 3. Identificación de la variable Comportamiento en el destino. ....	6
Tabla 4. Identificación de la Variable Valoración del destino. ....	6
Tabla 5. Identificación de la variable Nivel de satisfacción del destino. ....	7
Tabla 6. Cálculo de la Muestra del primer grupo. ....	8
Tabla 7. Cálculo de la Muestra del segundo grupo. ....	8
Tabla 8 Ponderación Anual del Nivel de satisfacción del destino sobre la percepción. ....	48
Tabla 9 Ponderación Anual del Nivel de satisfacción del destino, de los servicios ofertados en la provincia. ....	49

El presente Informe Final, contiene el *Detalle de la ejecución del proyecto de levantamiento de información estadística para la aplicación de los indicadores turísticos del destino Guayas*; según especifica el Término de Referencia.

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

<b>OBJETO DE CONTRATACIÓN:</b>	Levantamiento de Información Estadística para la Aplicación de los Indicadores Turísticos para el Observatorio Provincial.
<b>CONTRATO NÚMERO:</b>	S-CON-47-2021-X-0
<b>PLAZO ESTABLECIDO:</b>	365 Días
<b>MONTO:</b>	\$195.000,00
<b>FORMA DE PAGO:</b>	Anticipo: 35% del monto total Saldo: Mediante 6 Planillas Bimensuales.

## 2. DESARROLLO DE LA CONSULTORÍA.

El presente proyecto tuvo una duración de 365 días contados a partir de la notificación del anticipo correspondiente, mediante *oficio No. 0248-GPG-DIPTUR-PSB-2021* enviado a través de correo electrónico el día miércoles 10 de noviembre del 2021, donde se especificó que el proyecto tuvo su inicio de actividades el día jueves 11 de noviembre del 2021. De esta manera se dio inicio a la ejecución de las actividades realizadas por el equipo consultor, mismas que se ponen a consideración para demostrar la veracidad y cumplimiento del trabajo a continuación:

- *Primera reunión de trabajo.* – Fue convocada por el administrador del contrato el mismo día miércoles 10 de noviembre del 2021 mediante *oficio No. 0248-GPG-DIPTUR-PSB-2021* enviado mediante correo electrónico al contratista, a objeto de dar cumplimiento a los lineamientos que forman parte del contrato y con el propósito de establecer el cronograma y plan de trabajo.
- *Desarrollo de la planificación para la ejecución del trabajo mediante un cronograma de actividades.* - En dicho documento, se programaron las actividades que se realizaron durante los 365 días de contrato y la entrega de productos según se establece en el *Termino de Referencia en el numeral 10. Correspondiente a Cronograma.* Este documento fue socializado durante la

primera reunión de trabajo con el administrador del contrato y entregado mediante *oficio No. COM-003-FVCP-OBSGUAYAS-2021*, el día jueves 11 de noviembre del 2021.

## **2.1.METODOLOGÍA APLICADA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA PARA LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS DEL DESTINO GUAYAS.**

De acuerdo al Modelo de Gestión en el numeral 4.1. “*Determinación de las variables e indicadores, según un análisis de información secundaria en base a mercados claves estratégicos (Local, Nacional e Internacional) para el levantamiento de información.*”, se desarrolló un análisis comparativo de Observatorios, con la finalidad de identificar variables e indicadores estándar para estructurar la línea base del levantamiento de datos.

Como resultado del análisis se determinó que era menester para el levantamiento, ejecutar varias actividades de campo, mismas que debían ejecutarse de manera paulatina hasta obtener un conglomerado de datos que nos permitan desarrollar proyecciones. Sin embargo era necesario poder detallar los resultados en variables cuyos indicadores puedan ser medibles una vez se establezca una línea base de información estadística.

Permitiéndonos cumplir de manera sistemática el objetivo estratégico de “*Contar con información sistematizada y actualizada de los diferentes indicadores turísticos de la provincia del Guayas, ...*”, para lo cual se establece en el Numeral 4.1.1 del Modelo de Gestión, las Variables con sus correspondiente Indicadores:

*Tabla 1. Identificación de la Variable Sociodemográfica.*

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS</b>
<b>PERFIL DEMOGRÁFICO</b>	Género
	Lugar de residencia
	Estado Civil
	Educación
	Profesión Ocupación
	Ingresos Mensuales
	Tiempo de permanencia en el destino
	Tipo de Visitante
	Sitios Visitados anteriormente
	Sitios que planea visitar después

**Elaborado por:** Coordinador Estadístico.

Tabla 2. Identificación de variable Organización del viaje.

VARIABLE	INDICADORES DE ORGANIZACIÓN DE VIAJE
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE</b>	Medios de Búsqueda de información
	Información previa obtenida
	Tiempo de planificación de su viaje
	Medio de transporte del ingreso al destino
	Modalidad de Viaje
	Acompañante de viaje

Elaborado por: Coordinador Estadístico.

Tabla 3. Identificación de la variable Comportamiento en el destino.

VARIABLE	INDICADORES DE COMPORTAMIENTO
<b>COMPORTAMIENTO EN EL DESTINO</b>	Medios para desplazarse dentro del destino
	Principal motivo de viaje
	Tipos de actividades que realizó
	Sitios turísticos visitado
	Número de noches y tipo de alojamiento
	Gasto aproximado en su viaje
	Métodos de pago Utilizados

Elaborado por: Coordinador Estadístico.

Tabla 4. Identificación de la Variable Valoración del destino.

VARIABLE	INDICADORES DE VALORACIÓN
<b>VALORACIÓN DEL DESTINO</b>	Seguridad (en los servicios y el atractivo)
	Limpieza
	Orden
	Señalización
	Accesibilidad
	Movilidad interna
	Transporte
	Conectividad a Internet
	Clima
	Sitios patrimoniales
	Costos
	Ruido
	Tránsito
	Bioseguridad (uso de mascarilla, aforo, dispensadores de alcohol)

Elaborado por: Coordinador Estadístico.

Tabla 5. Identificación de la variable Nivel de satisfacción del destino.

VARIABLE	INDICADORES DE CALIFICACIÓN
<b>NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO</b>	Nivel de satisfacción general del destino
	Atractivo Turístico
	Organización infraestructuras turísticas
	Establecimientos de Hospedaje
	Establecimientos de alimentos y bebidas
	Aeropuerto
	Terminales terrestres
	Transporte público local
	Estado de vías (Experiencia en Carreteras)
	Disponibilidad de información turística
	Señalética
	Accesibilidad en el destino (Discapacitados)
	Percepción de seguridad
	Amabilidad de la gente
	Servicios de Guías Turísticos
	Estacionamientos
Experiencia del viaje (Destino)	
Retorno al destino	
Recomendación del destino	

**Elaborado por:** Coordinador Estadístico.

Para establecer esta línea base se elaboró un cuestionario mismo que consta en el numeral “4.2. Estructuración y diseño de los modelos de cuestionarios para la aplicación de las encuestas en campo.”, del Modelo de gestión que nos permitió y les permitirá recopilar los datos basados en preguntas de opinión y percepción buscando medirlos cualitativamente, así como datos específicos de carácter cuantitativo basados en el requerimiento específico de identificar: el Perfil del Turista, su Nivel de Satisfacción del destino Guayas, el Impacto económico, los segmentos y micro segmentos de mercados tanto para turistas locales y nacionales como para extranjeros.

Habiendo determinado las variables con los indicadores requeridos y estructurado el cuestionario para el levantamiento en territorio de los datos estadísticos, requerido para alimentar de manera continua la línea base de información estadística; se procedió a segmentar el territorio para aplicar el levantamiento de información, basados en el Documento elaborado por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo del Ecuador, Eje estratégico 1 Destino y calidad (PLANDETUR 2030), Política pública de destinos: Numeral 3.2.1. NODOS NACIONALES, Numeral 3.2.4. JERARQUÍA DE NODOS LOCALES, misma información que fue contrastada con el Plan de Turismo Provincial del Guayas.

Lo cual nos permitió identificar las locaciones claves para el levantamiento de información en territorio, y que el modelo de gestión se sugirió usar parámetros tipo estándar para la investigación puesto que será de forma mensual por 12 meses, es decir que se basó en la densidad poblacional o situación demográfica oficial, para determinar el número de muestra a levantarse:

Tabla 6. Cálculo de la Muestra del primer grupo.

Cantón (Grupo 1)	Población	Porcentaje	# Encuestas
Samborondón	67590	22%	133
Naranjal	69012	23%	136
Milagro	166634	55%	327
<b>Total</b>	<b>303236</b>	<b>100%</b>	<b>596</b>

**Elaborado por:** Coordinador Estadista.

Tabla 7. Cálculo de la Muestra del segundo grupo.

Cantón (Grupo 2)	Población	Porcentaje	# Encuestas
Bucay	10642	15%	57
Noból	19600	27%	105
Playas	41935	58%	223
<b>Total</b>	<b>72177</b>	<b>100%</b>	<b>385</b>

**Elaborado por:** Coordinador Estadista.

En consecuencia, se determinó que debían levantarse un total 981 encuestas mensuales, para cumplir el objetivo estratégico de “*Medir la afluencia turística según los mercados nacional e internacional en los feriados nacionales.*” con la finalidad de posteriormente “*Generar boletines estadísticos*”.

### 3. ENTREGABLES DE LA CONSULTORÍA.

El presente estudio desarrolló cada producto con la información provista por el levantamiento de datos en territorio y con los datos de las instituciones tales como Terminal Terrestre de Guayaquil, Aeropuerto de Guayaquil, con conocimiento de los GAD`s relacionados al proceso, además de las ONG, como asociaciones de hoteleros, de los cuales autogestionamos información.



Como resultado del proceso de levantamiento se entregan los siguientes productos según lo estableció el termino de referencia:

### **3.1.PRODUCTO 1.- MODELO DE GESTIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA PARA LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS DEL DESTINO GUAYAS, QUE SEA SOSTENIBLE A LARGO PLAZO.**

El primer producto de la presente consultoría, se entregó mediante *oficio No. COM-014-FVCP-OBSGUAYAS-2021*, el día viernes 10 de diciembre del 2021, al cual se adjuntó el documento que contenía el “Modelo de Gestión para el levantamiento de información Estadística para la aplicación de los indicadores turísticos del destino Guayas, sostenible a largo plazo”, el cual, fue estructurado en base a la **metodología planteada** en el *Numeral 9, Termino de Referencia, literal d, Metodología de Trabajo, sección 1. Establecer un modelo de gestión para el levantamiento de información estadística para la aplicación de los indicadores turísticos del destino Guayas, que sea sostenible a largo plazo.*

*El modelo de gestión se desarrollará en base a la planificación estratégica que requiere el proyecto antes, durante y después para la ejecución del levantamiento de la información en el territorio. Por ende, se debe trabajar en los siguientes aspectos:*

*1.1. Planificación estratégica con sus respectivas metas, indicadores y presupuestos para su implementación a largo plazo.*

*1.2. Determinar variables e indicadores según el análisis de información secundaria en base a mercados claves estratégicos (local, nacional e internacional).*

*1.3. Segmentar el territorio para el levantamiento de información.*

*1.4. Estructurar un calendario de actividades de la provincia en el cual se deben incluir para la medición de resultados: 8 feriados nacionales.*

*1.5. Determinar las muestras para el levantamiento de información en territorio.*

*1.6. Estructurar los modelos de cuestionarios que se van a aplicar.*

*1.7. Definir la logística para el levantamiento de información en el territorio.*

*1.8. Sistematización de la información a través de herramientas y equipos tecnológicos especializados.*

### 3.2.PRODUCTO 2.- DISEÑO DE LA LÍNEA GRÁFICA PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL DE LA INFORMACIÓN.

Al igual que el documento anterior, el segundo producto de la presente consultoría, se entregó mediante *oficio No. COM-014-FVCP-OBSGUAYAS-2021*, el mismo día viernes 10 de diciembre del 2021, al cual se adjuntó en formato digital Pdf, el “Diseño de la Línea Gráfica” incluyendo dos propuestas diferentes del “Logotipo del Observatorio Turístico Gayas”, con su respectiva aplicación.

Luego de la selección de una de las propuestas de Línea Gráfica presentada y su respectiva aprobación, se procedió a la producción de la indumentaria y accesorios para los encuestadores (Camisas, chalecos, gorras, bolígrafos, credenciales), entregándose también un ejemplar de cada uno, tal cual se estipula en el *Numeral 9, del Termino de Referencia, literal f, Productos o servicios esperados.*

*Ilustración 1. Logotipo seleccionado y aprobado.*



*Ilustración 2. Indumentaria y accesorios brandeados.*

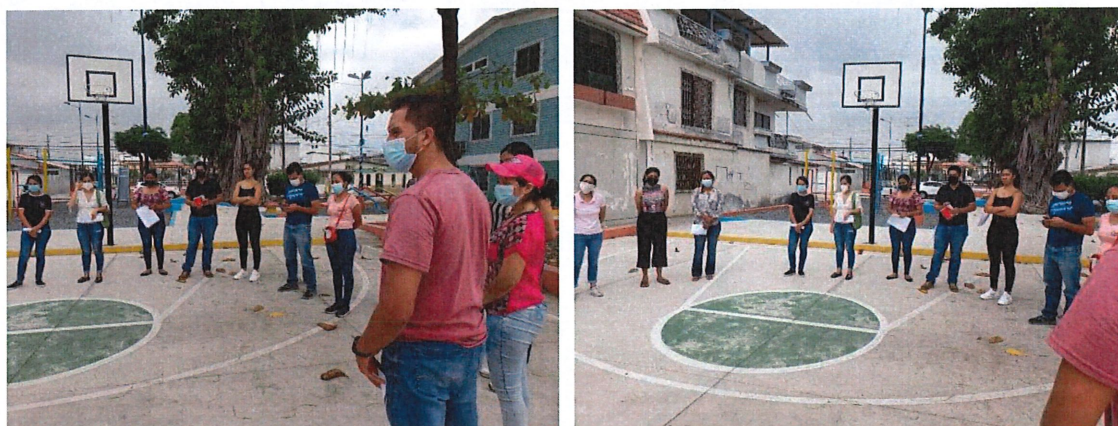


### 3.3.PRODUCTO 3.- GENERAR INFORMES ESTADÍSTICOS MENSUALES Y CUATRIMESTRALES CON LOS RESULTADOS DE INDICADORES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.

Se generaron los informes estadísticos respetando y cumpliendo en todo momento, las actividades planteadas en el *numeral 5, correspondiente a la LOGÍSTICA DE APLICACIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ANUAL*, del *MODELO DE GESTIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA*, donde se estableció un calendario con las fechas para cada levantamiento de información en campo, según el *numeral 5.1. Fase 1: Estructuración del Calendario de Feriados Nacionales para el levantamiento de información y aplicación de las encuestas*, y el *numeral 5.2.1. Proceso Pre-Operativo para la ejecución del levantamiento de información*, en el que se realizaron actividades de selección de encuestadores y supervisores, se realizaron capacitaciones de preparación teóricas y prácticas al personal seleccionado, dotación de indumentaria, material de apoyo y accesos a la plataforma digital y distribución de los encuestadores en los sitios estratégicos identificados donde se aplicaron las encuestas.

En base a lo mencionado anteriormente, el mismo Modelo de Gestión indica en el *numeral 5.3. Fase 3: Calendarización de las actividades a realizar antes, durante y después del levantamiento de información en campo*. Las acciones resumidas que se realizaron antes, durante y después de cada recolección de datos en campo.

*Ilustración 3. Soporte fotográfico de la selección de los encuestadores.*



*Ilustración 4. Entrega de material de apoyo y acceso a la plataforma digital mediante capacitaciones teóricas y Prácticas.*



*Ilustración 5. Entrega de indumentaria brandeada de acuerdo a la línea gráfica aprobada (Gorras, Camisetas, credenciales y Chalecos) para los levantamientos de información.*



*Ilustración 6. Soporte Fotográfico de los Levantamientos de Información en campo.*



*Levantamiento Nobol*

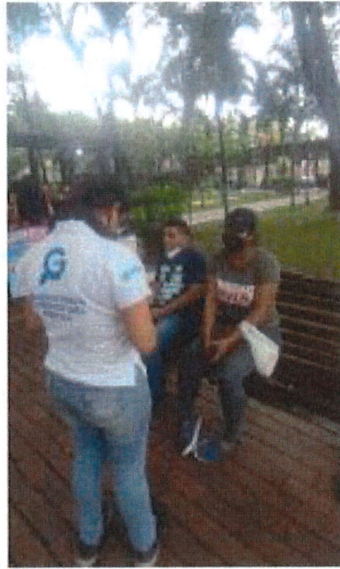


*Levantamiento Villamil*



*Levantamiento Naranjal*





*Levantamiento Samborondón*



*Levantamiento Milagro*



*Levantamiento Bucay*

De esta manera se generaron y entregaron dichos informes de acuerdo a las fechas establecidas en el Cronograma de trabajo, según se establece en el *Termino de Referencia en el numeral 10. Correspondiente al Cronograma*, y según lo que establece el *Numeral 9, del Termino de Referencia, literal f, Productos o servicios esperados. Se entregarán los informes estadísticos mensuales (11 informes) y cuatrimestrales (3 informes) con los resultados de indicadores cuantitativos y cualitativos.*

Por lo consiguiente, a continuación, se detallan las fechas de entregas de los documentos correspondientes al producto 3 (Informes Estadísticos Mensuales y Cuatrimestrales).

### 3.3.1. ENTREGA DE INFORMES ESTADÍSTICOS MENSUALES.

- ✓ **Primer Informe Estadístico Mensual:** La fecha inicial de entrega del informe corresponde al domingo 9 de enero del 2022, sin embargo, mediante *MEMORANDO NO. 001-DIPTUR-GASC-2021*, emitido por la entidad contratante, se adjunta una NOTA en la propuesta para la actualización del cronograma de actividades, misma que especifica lo siguiente: *En los casos en que la entrega de la información correspondiente a informes mensuales, cuatrimestrales y planillas de pago bimensuales, coincidiera con días de fines de semana (sábados y domingos) y/o feriados durante el periodo de ejecución del contrato, esta deberá ser remitida el siguiente día hábil.* Por ende, este primer informe estadístico se entregó el día lunes 10 de enero del 2022, mediante oficio No. *COM-018-FVCP-OBSGUAYAS-2021*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente al levantamiento de información realizado durante el Feriado de Navidad. Adicionalmente, se entregó la Primera Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.
- ✓ **Segundo Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el miércoles 9 de febrero del 2022, mediante *oficio No. COM-005-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente al levantamiento de información realizado durante el Feriado de Año Nuevo.
- ✓ **Tercer Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día jueves 10 de marzo del 2022, mediante *oficio No. COM-011-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado sobre la Movilidad en la Provincia del Guayas. Adicionalmente, se



- entregó la segunda Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.
- ✓ **Cuarto Informe Estadístico Mensual:** La fecha inicial de entrega del informe corresponde al día sábado 09 de abril de 2022, sin embargo, mediante *MEMORANDO NO. 001-DIPTUR-GASC-2021*, emitido por la entidad contratante, se adjunta una NOTA en la propuesta para la actualización del cronograma de actividades, misma que especifica lo siguiente: *En los casos en que la entrega de la información correspondiente a informes mensuales, cuatrimestrales y planillas de pago bimensuales, coincidiera con días de fines de semana (sábados y domingos) y/o feriados durante el periodo de ejecución del contrato, esta deberá ser remitida el siguiente día hábil.* Por ende, el cuarto informe estadístico se entregó el día lunes 11 de abril del 2022, mediante *oficio No. COM-025-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado de Carnaval.
  - ✓ **Quinto Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día lunes 9 de mayo del 2022, mediante *oficio No. COM-035-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado de Semana Santa. Adicionalmente, se entregó la tercera Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.
  - ✓ **Sexto Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día miércoles 8 de junio del 2022, mediante *oficio No. COM-043-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado del Día del Trabajador.
  - ✓ **Séptimo Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día viernes 8 de julio del 2022 mediante *oficio No. COM-050-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado del 24 de mayo, Batalla del Pichincha. Adicionalmente, se entregó la cuarta Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.
  - ✓ **Octavo Informe Estadístico Mensual:** La fecha inicial de entrega del informe corresponde al día domingo 7 de agosto de 2022, sin embargo, mediante

*MEMORANDO NO. 001-DIPTUR-GASC-2021*, emitido por la entidad contratante, se adjunta una NOTA en la propuesta para la actualización del cronograma de actividades, misma que especifica lo siguiente: *En los casos en que la entrega de la información correspondiente a informes mensuales, cuatrimestrales y planillas de pago bimensuales, coincidiera con días de fines de semana (sábados y domingos) y/o feriados durante el periodo de ejecución del contrato, esta deberá ser remitida el siguiente día hábil.* Por ende, el octavo informe estadístico se entregó el día lunes 8 de agosto del 2022 mediante *oficio No. COM-055 FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado sobre la Movilidad en la Provincia del Guayas.

- ✓ **Noveno Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día martes 6 de septiembre del 2022, mediante *oficio No. COM-070-FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado del Primer Grito de Independencia del 10 de agosto. Adicionalmente, se entregó la quinta Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.
- ✓ **Décimo Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día jueves 6 de octubre del 2022, mediante *oficio No. COM-086 FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado sobre la Movilidad en la Provincia del Guayas.
- ✓ **Décimo Primer Informe Estadístico Mensual:** Se entregó el día jueves 10 de noviembre del 2022, mediante *oficio No. COM-096 FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado del 9 de octubre Independencia de Guayaquil.
- ✓ **Décimo Segundo Informe Estadístico:** Se entrega mediante *oficio No. COM-115 FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante el Feriado del Día de los Difuntos e Independencia de Cuenca. Adicionalmente, se entrega la sexta Planilla Bimensual adjunta a su respectivo informe de ejecución de actividades.

- ✓ **Reporte de Actividad Recurrente Procesión Fluvial del Cristo Negro:** Se entrega mediante *oficio No. COM-115 FVCP-OBSGUAYAS-2022*. El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante 10 de septiembre del 2022 en el cantón Daule.
- ✓ **Reporte Estadístico de los Feriados de Carnaval y Día de los Difuntos e Independencia de Cuenca en el cantón Naranjito:** El documento contiene el reporte estadístico correspondiente levantamiento de información realizado durante ambos feriados en el cantón Naranjito. En referencia a lo establecido en el Modelo de Gestión en el numeral, “4.3. *Segmentación del territorio para aplicar el levantamiento de información.*”. Se identifico en Naranjito un sitio turístico denominado Hacienda La Danesa, el cual es propiedad privada que recibe a turistas nacionales y extranjeros, por lo cual se consideró aplicar el levantamiento de información en este sitio estratégico, sin embargo, tras la visita se constató que la demanda de visitantes, fue casi nula y por lo consiguiente, no se contó con visitantes a quienes aplicarles la encuesta de levantamiento de información según lo planificado, debido a que no es un establecimiento al cual el turista acude sin previo aviso para el consumo de servicios, tal y como se realiza en los demás sitios estratégicos donde se ejecutó el trabajo. En este caso, el personal encuestador destinado a esta localidad se trasladó a sitios concurridos por visitantes dentro del cantón Naranjito para cubrir la muestra planteada.

### 3.3.2. ENTREGA DE INFORMES ESTADÍSTICOS CUATRIMESTRALES.

- ✓ **Primer Informe Estadístico Cuatrimestral:** Se entregó el día jueves 10 de marzo del 2022, mediante *oficio No. COM-011-FVCP-OBSGUAYAS-2022*.
- ✓ **Segundo Informe Estadístico Cuatrimestral:** Se entregó el día viernes 8 de julio del 2022, mediante *oficio No. COM-050-FVCP-OBSGUAYAS-2022*.
- ✓ **Tercer Informe Estadístico Cuatrimestral:** Se entrega el día jueves 10 de noviembre del 2022, mediante *oficio No. COM-096 FVCP-OBSGUAYAS-2022*

### 3.3.3. ENTREGA DE INFORMES DE PRONÓSTICOS.

- ✓ **Primer y segundo Informes de Pronóstico:** Se alimentó de los registros históricos de información estadística provista por Terminal Terrestres de Guayaquil y la Terminal Aeroportuaria. Se entrega mediante *oficio No. COM-115 FVCP-OBSGUAYAS-2022*.

#### 4. CONCLUSIONES.

En conclusión, se ejecutó el trabajo de campo durante los 365 días de contrato, donde se levantaron en promedio 981 encuestas mensuales durante los nueve feriados en las locaciones establecidas en concordancia con el Modelo de Gestión, obteniendo los siguientes resultados mismos que constan en cada informe estadístico presentado, cuyos datos conforman la línea base para la alimentación de los indicadores turísticos:

##### **Primer Informe Estadístico:**

##### **Perfil sociodemográfico**

- Aunque más del 90% de los visitantes son ecuatorianos, un cercano 7% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad
- Solteros y casados visitan por igual los atractivos turísticos
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 67.3% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 80% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000
- El 94% de los entrevistados son excursionistas.

##### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 70%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y actualizada.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje.
- Un cercano 75% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar o pareja.
- Aunque la información es clara, no aparece a primera vista en el internet y/o en las redes sociales.

### Comportamiento en el destino.

- La mayoría se transportó en auto propio, pero también hubo personas que circulaban a pie o en transporte público local
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son las viviendas de familiares o amigos.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$15 a \$25 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$5 a \$40 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$5 a \$20 dólares.
- El costo de recreación nocturna está entre \$5 a \$20 dólares.
- El 95% de los entrevistados gastaron menos de \$20 dólares en compras.
- El 85% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### Valoración del destino

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración óptima
- Orden con valoración óptima
- Señalización con valoración media.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración óptima.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración óptima.
- Costos en destino con valoración media con tendencia a óptima

- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración media.

#### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción media.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción insuficiente.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción insuficiente.
- Transporte público local con satisfacción óptima.
- Estado de vías con satisfacción óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción media.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción óptima.
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.
- Los turistas en un 96% regresarían y recomendarían el destino.

#### **Segundo Informe Estadístico:**

##### **Perfil sociodemográfico**

- Casi el 60% de los entrevistados son de género masculino.
- Aunque más del 96% de los visitantes son ecuatorianos, un cercano 4% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad con casi el 78% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los solteros.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 56% de los visitantes trabajan en el sector privado.

- Cerca del 90% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000
- El 86% de los entrevistados son excursionistas.

### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 66%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y accesible.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 50% del total de la muestra.
- Un cercano 70% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar o pareja.
- Aunque la información es clara, no aparece a primera vista en el internet y/o en las redes sociales.

### **Comportamiento en el destino.**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un considerable 32% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son las viviendas de familiares o amigos.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$5 a \$40 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$5 a \$20 dólares.
- El costo de recreación nocturna está entre \$5 a \$20 dólares.
- El 94% de los entrevistados gastaron menos de \$20 dólares en compras.
- El 91% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.

- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### **Valoración del destino**

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración óptima
- Orden con valoración óptima
- Señalización con valoración media.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración media.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración media.
- Costos en destino con valoración media.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración insuficiente.

### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción media.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción media.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción media.
- Transporte público local con satisfacción media.
- Estado de vías con satisfacción con tendencia a óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción media.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción de tendencia a óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima



- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

Los turistas en un 94% regresarían y recomendarían el destino.

### **Tercer informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico**

- Un poco más del 60% de los entrevistados son de género masculino.
- Aunque más del 97% de los visitantes son ecuatorianos, más del 2% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad con casi el 82% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los solteros.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 45.1% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 90% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000.
- El 90% de los entrevistados son excursionistas.

#### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 69%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y accesible, quedando en evidencia que la información que se obtiene de los destinos en estudio no está actualizada y regularmente no es confiable.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron a un poco más del 50% del total de la muestra.
- Un cercano 70% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar o pareja.

- Aunque la información es clara, no aparece a primera vista en el internet y/o en las redes sociales.

### **Comportamiento en el destino.**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un considerable 29.6% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son las viviendas de familiares o amigos.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1a \$20 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$1 a \$40 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$1 a \$20 dólares.
- El costo de recreación nocturna está entre \$1 a \$20 dólares.
- El 98% de los entrevistados gastaron menos de \$20 dólares en compras.
- El 96% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### **Valoración del destino**

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración óptima.
- Orden con valoración óptima.
- Señalización con valoración óptima.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración media.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración media.

- Costos en destino con valoración media.
- Ruido con valoración inaceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración óptima.

#### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción media.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción media.
- Transporte público local con satisfacción media.
- Estado de vías con satisfacción con tendencia a óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción de tendencia a óptima.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción de tendencia a óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima.
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

Los turistas en un 96% regresarían y recomendarían el destino.

#### **Cuarto Informe Estadístico:**

En conclusión, poniendo en introspectiva los datos levantados durante los tres feriados y aquellos levantados de la Terminal Terrestre de Guayaquil, en Guayas se desarrolla el turismo local, con mayor porcentaje de participación, siendo la capital de la provincia el principal demandante de la oferta, es decir que Guayas está comprando Guayas.

En consecuencia, se puede determinar que Guayas, es el mercado oficial de los guayaquileños, indicando que a diferencia de los demás cantones de la provincia son ellos quienes poseen el mayor poder adquisitivo entre los cantones y esto les facilita consumir la oferta de la provincia.

Al ser Guayaquil el principal comprador de la oferta de la provincia, se recomienda destinar presupuesto en implementar una programación de mayor impacto en promocionar las locaciones cuyos productos turísticos se encuentren plenamente desarrollados y posicionados en la mente del consumidor.

### **Quinto Informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico**

- Casi el 58% de los entrevistados son de género masculino.
- Aunque más del 96.70% de los visitantes son ecuatorianos, un cercano 3.30% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad con casi el 83% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los casados.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 70.6% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 86% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000
- El 91.20% de los entrevistados son excursionistas.

#### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un 50.1%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y accesible.
- Los que planificaron en días llegaron al 87% del total de personas que planificaron el viaje.
- Un cercano 72% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar o pareja.
- Aunque la información es clara, aparece a búsqueda en el internet y/o en las redes sociales.

### Comportamiento en el destino.

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un considerable 19.3% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto fueron los hoteles.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$10 a \$55 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$5 a \$40 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$3 a \$15 dólares.
- El costo de recreación nocturna está entre \$5 a \$20 dólares.
- El 90% de los entrevistados gastaron menos de \$20 dólares en compras.
- El 90% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### Valoración del destino

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración óptima
- Orden con valoración óptima
- Señalización con valoración media.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración media.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración media.
- Costos en destino con valoración media.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración insuficiente.

### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción media.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción con satisfacción óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción media.
- Transporte público local con satisfacción media.
- Estado de vías con satisfacción con tendencia a óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción media.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción de tendencia a óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción media.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

Los turistas en un 98% regresarían y recomendarían el destino.

### **Sexto Informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico**

- Casi el 56% de los entrevistados son de género masculino.
- Aunque más del 98% de los visitantes son ecuatorianos, un cercano 2% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad con casi el 81% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los casados.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 54% de los visitantes trabajan en el sector privado.

- Cerca del 92% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000
- El 96% de los entrevistados son excursionistas.

### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 68%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y actualizable.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 53% del total de la muestra.
- Un cercano 76% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar.
- Aunque la información es clara, no aparece a primera vista en el internet y/o en las redes sociales.

### **Comportamiento en el destino.**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un considerable 23.5% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son las viviendas de familiares o amigos.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre valores menores a \$10 y \$30 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre valores menores a \$10 y \$30 dólares.
- El costo de recreación nocturna está valores menores a \$10 dólares.
- El 92% de los entrevistados gastaron menos de \$10 dólares en compras.

- El 95% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

#### **Valoración del destino**

- Seguridad con valoración media.
- Limpieza con valoración media
- Orden con valoración media.
- Señalización con valoración media.
- Accesibilidad con valoración media.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración media.
- Conectividad en internet con valoración media insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración media.
- Costos en destino con valoración media.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración media.
- Bioseguridad con valoración media.

#### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción media.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción media.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.



- Terminales terrestres con satisfacción media.
- Transporte público local con satisfacción media.
- Estado de vías con satisfacción con tendencia a óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción media.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción de tendencia a óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

Los turistas en un 92% regresarían y recomendarían el destino.

### **Séptimo Informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico**

- Casi el 59% de los entrevistados son de género masculino.
- Aunque más del 96% de los visitantes son ecuatorianos, un cercano 4% de extranjeros le llama la atención el turismo en Ecuador.
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 50 años de edad con casi el 81% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los solteros.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 46.7% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 90% de los entrevistados tienen sueldo menor a \$1000
- El 93.9% de los entrevistados son excursionistas.

### Organización del viaje

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 72.8%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y accesible.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 50% del total de la muestra.
- Un cercano 77% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar o pareja.
- Aunque la información es clara, no aparece a primera vista en el internet y/o en las redes sociales.

### Comportamiento en el destino.

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un considerable 26.8% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son los hoteles.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$5 a \$50 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$5 a \$30 dólares.
- El costo de recreación nocturna está entre \$5 a \$10 dólares.
- El 85.9% de los entrevistados gastaron menos de \$20 dólares en compras.
- El 91% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### Valoración del destino

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración óptima.

- Orden con valoración óptima.
- Señalización con valoración media.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración insuficiente.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración media.
- Costos en destino con valoración óptima.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración óptima.
- Bioseguridad con valoración insuficiente.

#### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción insuficiente.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción media.
- Transporte público local con satisfacción media.
- Estado de vías con satisfacción óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción media.
- Señalética con satisfacción media.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción media.
- Percepción de la seguridad con satisfacción de tendencia a óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

Los turistas en un 97% regresarían y recomendarían el destino.

### **Octavo Informe Estadístico:**

En conclusión, poniendo en introspectiva los datos levantados durante los tres últimos feriados y aquellos levantados de la Terminal Terrestre de Guayaquil, en Guayas se desarrolla el turismo local, con mayor porcentaje de participación, siendo la capital de la provincia el principal demandante de la oferta, es decir que Guayaquil sigue siendo el principal público objetivo de la provincia Guayas.

Al ser Guayaquil el principal comprador de la oferta de la provincia, se recomienda destinar presupuesto en implementar una programación de mayor impacto en promocionar las locaciones cuyos productos turísticos se encuentren plenamente desarrollados y posicionados en la mente del consumidor.

### **Noveno Informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico**

- Casi el 51% de los entrevistados son de género femenino.
- Las visitas las realiza los ecuatorianos con un 97.9% del total de la muestra
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 35 años de edad con casi el 44% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los solteros.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 48% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 85% de los entrevistados tienen sueldos menores a \$1000
- El 95,7% de los entrevistados son excursionistas.

#### **Organización del viaje**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 73%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y entendible.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 58% del total de la muestra.

- Un cercano 73% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar, pero con niños.
- Aunque la información es clara, todo se reduce en una búsqueda final de internet.

#### **Comportamiento en el destino.**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un 26% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son los hoteles.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$11 a \$30 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$11 a \$30 dólares.
- El costo de recreación nocturna está a un costo menor a \$10 dólares.
- El 92% de los entrevistados gastaron menos de \$10 dólares en compras.
- El 86% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

#### **Valoración del destino**

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración medianamente óptima.
- Orden con valoración óptima.
- Señalización con valoración medianamente óptima.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración medianamente óptima.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.

- Clima con valoración medianamente óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración óptima.
- Costos en destino con valoración medianamente óptima.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración aceptable.

#### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción medianamente óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción medianamente óptima.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción medianamente óptima.
- Transporte público local con satisfacción medianamente óptima.
- Estado de vías con satisfacción medianamente óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción deficiente.
- Señalética con satisfacción medianamente óptima.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción medianamente óptima.
- Percepción de la seguridad con satisfacción medianamente óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción medianamente óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.
- Los turistas en un 97.1% regresarían y recomendarían el destino.

#### **Décimo Informe Estadístico:**

Los datos obtenidos en los levantamientos de información realizados durante los feriados nacionales desde noviembre de 2021 hasta agosto de 2022 y los obtenidos por el Terminal Terrestre de Guayaquil, se evidencia una alta movilidad de turistas y visitantes a lo largo del territorio de la provincia del Guayas, determinando una considerable afluencia turística que aporta al impulso de la provincia y dinamización de su economía local.

En consecuencia, se puede determinar que Guayas, es un mercado objetivo con una oferta turística de alta demanda local, cuenta con los componentes necesarios para la recepción de turistas y excursionistas nacionales e internacionales gracias sus distintas modalidades de turismo que se pueden realizar en la provincia,

Al ser la provincia del Guayas un destino turístico de interés, se recomienda potencializar la promoción y potencialización de los productos turísticos que se encuentran desarrollados, para generar un mayor impacto en las masas obteniendo un crecimiento considerable de la demanda y a su vez, mantener constante posicionamiento como destino de interés turístico.

### **Décimo Primer Informe Estadístico:**

#### **Perfil sociodemográfico:**

- Casi el 53% de los entrevistados son de género masculino.
- Las visitas las realiza los ecuatorianos con un 97% del total de la muestra
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 35 años de edad con casi el 46.58% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los casados.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en pregrado.
- El 67.68% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 92.5% de los entrevistados tienen sueldo menor a \$1000
- El 95.20% de los entrevistados son excursionistas.

#### **Organización del viaje:**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 73.49%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente actual, confiable y entendible.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 49.64% del total de la muestra.
- Un cercano 77% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para

su viaje.

- Los viajes son más de tipo familiar, pero con niños.
- Aunque la información es clara, todo se reduce en una búsqueda final de internet.

#### **Comportamiento en el destino:**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un 20.48% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son los hoteles.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$10 a \$50 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$10 a \$30 dólares.
- El costo de recreación nocturna está a un costo menor a \$10 dólares.
- El 88.74% de los entrevistados gastaron menos de \$10 dólares en compras.
- El 93.14% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

#### **Valoración del destino:**

- Seguridad con valoración insuficiente.
- Limpieza con valoración medianamente óptima.
- Orden con valoración óptima.
- Señalización con valoración insuficiente.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración óptima.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración medianamente óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración óptima.



- Costos en destino con valoración medianamente óptima.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración insuficiente.

#### **Nivel de satisfacción en destino:**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción medianamente óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción insuficiente.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción insuficiente.
- Transporte público local con satisfacción medianamente óptima.
- Estado de vías con satisfacción medianamente óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción deficiente.
- Señalética con satisfacción medianamente óptima.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción medianamente óptima.
- Percepción de la seguridad con satisfacción medianamente óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.
- Los turistas en un 97.20% regresarían y recomendarían el destino.

#### **Décimo Segundo Informe Estadístico:**

##### **Perfil sociodemográfico:**

- Casi el 51.2% de los entrevistados son de género masculino.
- Las visitas las realiza los ecuatorianos con un 98.8% del total de la muestra
- El grupo potencial de visitantes son los adultos de entre 21 a 35 años de edad con casi el 45.8% del total de la muestra.
- El estado civil predominante en la investigación fueron los solteros.
- El nivel de educación prevalece la educación secundaria y la de tercer nivel en

pregrado.

- El 62.6% de los visitantes trabajan en el sector privado.
- Cerca del 88.8% de los entrevistados tienen sueldo menor a \$1000
- El 97.1% de los entrevistados son excursionistas.

#### **Organización del viaje:**

- La consulta de información de familiares y/o amigos lidera la investigación con un cercano 69.8%.
- La información que se obtiene de los destinos es principalmente confiable y entendible.
- Por lo general los entrevistados no planifican el viaje, pero en esta ocasión los que planificaron llegaron al 51.9% del total de la muestra.
- Un cercano 83.1% se desplaza en auto propio a los destinos.
- Los entrevistados prácticamente en su totalidad no usan paquete turístico para su viaje.
- Los viajes son más de tipo familiar, pero con niños.
- Aunque la información es clara, todo se reduce en una búsqueda final de internet.

#### **Comportamiento en el destino:**

- La mayoría se transportó en auto propio seguido por un 22.1% que se movilizaba a pie.
- Casi la totalidad de los entrevistados se trasladaron por placer.
- El alojamiento predilecto son casas de familia o amigos.
- El costo de hospedaje oscila en una media de \$1 a \$10 dólares la noche.
- La mayoría de los entrevistados gastan entre \$11 a \$30 dólares en alimentación y bebidas.
- El costo de transportación oscila entre \$1 a \$10 dólares.
- El costo de recreación nocturna está a un costo menor a \$10 dólares.
- El 92.8% de los entrevistados gastaron menos de \$10 dólares en compras.
- El 86.2% de los entrevistados gastaron menos de \$10 en la visita de algún atractivo turístico.
- El método de pago más utilizado es el efectivo.
- Los visitantes en su mayoría venían visitando otro atractivo turístico y así mismo

luego de visitar el actual seguirían visitando otros.

### **Valoración del destino**

- Seguridad con valoración óptima.
- Limpieza con valoración medianamente óptima.
- Orden con valoración óptima.
- Señalización con valoración medianamente insuficiente.
- Accesibilidad con valoración óptima.
- Movilidad interna con valoración óptima.
- Calidad del transporte con valoración medianamente óptima.
- Conectividad en internet con valoración insuficiente.
- Clima con valoración medianamente óptima.
- Sitios patrimoniales con valoración insuficiente.
- Costos en destino con valoración medianamente óptima.
- Ruido con valoración aceptable.
- Tránsito con valoración aceptable.
- Bioseguridad con valoración insuficiente.

### **Nivel de satisfacción en destino.**

- Organización infraestructuras turísticas con satisfacción medianamente óptima.
- Establecimientos de hospedaje con satisfacción insuficiente.
- Establecimientos de alimentos y bebidas con satisfacción de tendencia óptima.
- Terminales terrestres con satisfacción medianamente óptima.
- Transporte público local con satisfacción medianamente óptima.
- Estado de vías con satisfacción medianamente óptima.
- Disponibilidad de información turística con satisfacción deficiente.
- Señalética con satisfacción medianamente óptima.
- Accesibilidad para discapacitados con satisfacción medianamente insuficiente.
- Percepción de la seguridad con satisfacción medianamente óptima.
- Amabilidad de la gente con satisfacción óptima
- Servicio de guías turísticos con satisfacción insuficiente.
- Estacionamientos con satisfacción medianamente óptima.
- Experiencia del viaje (Destino) con satisfacción óptima.

- Los turistas en un 97.14% regresarían y recomendarían el destino.

#### 4.1. CONCLUSIONES ANUALES

Basados en las conclusiones derivadas de los resultados de las 8.829 entrevistas realizadas en territorio, específicamente en los cantones de Bucay (*Plaza Café del Tren, Cascadas de la zona alta, Fincas turísticas de la zona alta*), Milagro (*Haciendas Turísticas Temáticas, balnearios locales*), Samborondón (*Zona de centros comerciales, Parque Histórico Guayaquil, Zona gastronómica en el Buijo Histórico Malecón*), Naranjal (*Siete Cascadas, Haciendas Cacaoteras y Comunidad Shuar*), Nobol (*Santuario de la Virgen Narcisca de Jesús, Paseos en Bote, Complejo Turístico la Garza Roja, Zona gastronómica*), Playas (*Zona gastronómica, zonas de playas, comuna Engabao*), Daule y Naranjito. Los datos levantados, fueron extraídos en formato Xslx o Excel, y modelados en computadores de escritorios, para la tabulación de información es importante considerar que en cada levantamiento se cumplió el número correspondiente al total de la suma de las encuestas en las seis localidades es decir 981 encuestas. Sin embargo, es importante considerar que se han generado levantamientos que superan el número global de encuestas pero que por el procesamiento de datos o DataCleaning, existe el margen de error del 20% con la probabilidad de tener como mínimo un 80% de muestra levantada útil para iniciar en relación a lo determinado en el Modelo de Gestión, porcentaje requerido para ejecutar la tabulación. Según reporte de Tamaño muestral adecuado para validar las encuestas.<sup>1</sup>

Una vez tabulados los datos debe ser sometidos al análisis multivariado de datos donde se utilizó el software Gretl, RStudio y SPSSV25; para el modelamiento de datos logrando obtener como resultado doce informes estadísticos mensuales, tres informes estadísticos cuatrimestrales, dos informes de pronóstico según lo establece el “*Modelo de Gestión para el Levantamiento de Información Estadística para la aplicación de los indicadores turísticos del destino Guayas, con sostenibilidad a largo plazo.*”, para determinar la línea base y estructurar la variable del **PERFIL DEMOGRÁFICO** que cuyos **INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS**, se pueden denominar como el **PERFIL DEL TURISTA** que visita los cantones del estudio en la provincia del Guayas, indicando que: Según lo observado se identifica que hubo más frecuencia de visita por parte del *género masculino* llegando casi a un 58% del total de entrevistados, en promedio cerca del 97% del total de la muestra son de *nacionalidad ecuatoriana* por lo que se infiere la poca concurrencia de visitantes extranjeros; y este 3% corresponde con mayor notoriedad a los turistas de

<sup>1</sup> Link: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-16112021000400877#:~:text=Algunos%20autores%20proponen%20que%20se,200%20\(5%2C6\).](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112021000400877#:~:text=Algunos%20autores%20proponen%20que%20se,200%20(5%2C6).)

Colombia, Perú, Estados Unidos, España, Italia y México. Se observó que existe mucha participación de visitantes de nacionalidad venezolana, sin embargo, se considera que esto se debe al proceso migratorio actual, lo cual afecta los resultados, ya que son parte importante de la población levantada como extranjeros y sus referencias indican que forman parte de la población actual de las locaciones de estudio.

La *edad* más frecuente que se observó está entre 21 – 50 años de edad, por lo que en promedio se encuentra entre el 80.55% de la muestra investigada.

En promedio general, el 37% de los visitantes son de *estado civil casado*, un 35.66% estado soltero y un 18.14% en unión libre por lo que si se lleva a suma los estados que poseen pareja se estaría observando que un 56% de los entrevistados poseen pareja.

Casi el 48% de los entrevistados *poseen educación secundaria* y un poco más del 31.50% poseen estudios universitarios de tercer nivel. El 20% de entrevistados, no han culminados su preparación académica. El 0.5% no culminó la educación básica.

Por otro lado, *la ocupación más frecuente* se resume entre el sector público y privado por lo que la distribución de los datos quedaría en que un poco más del 20% trabaja en el sector público y el 52% en el sector privado, el resto se divide entre estudiantes, desempleados y jubilados.

Se observó que cerca del 93% *es excursionista de paso por lo que no usó alojamiento*, significa que no pernoctó, el 3% restante corresponde a los habitantes de las locaciones donde se levantó la información.

Los visitantes comentaron que los *lugares turísticos previamente visitados* antes del actual donde se lo entrevistó, entre los más mencionados se tiene: Atacames, Ayangue, Bajo Alto, Bucay, zonas costeras del país y Cuenca, Estancias de las comunas del Guabo, y, zonas turísticas de Guayaquil.

Cerca del 71% pretende visitar o regresar a completar visitas a ciertos atractivos turísticos de Guayaquil, destinos populares del Guayas y el país como lo son: Salinas, Playas Villamil, Cascadas de Bucay, Data Posorja, Aguas calientes de Jesús María, Aguas termales. El restante de la muestra regresa a su lugar de residencia.

Otra variable que conforma parte medular del **PERFIL DEL TURISTA** es la relacionada a la obtención de información y se presentan las conclusiones de los

indicadores de los aspectos relevantes que consideró un visitante para la planificación anticipada de su viaje al destino de su agrado en la **ORGANIZACIÓN DEL VIAJE**:

En la organización del viaje se encontró que en los feriados hasta el momento en promedio cerca del 72% de los entrevistados *consultaron a familiares y/o amigos* por los destinos para los feriados mencionados, el 25% restante fue directamente a *investigar en internet*.

En la *información obtenida* por el destino se obtuvo una probabilidad calculada del 61% de que la información es entendible, actualizada y confiable por lo que este punto es directamente relacional con la búsqueda de la información mediante la internet.

Cerca del 50% de *los visitantes nacionales no planifican el viaje*, toman su decisión al momento y la ejecutan, por otro lado, *los extranjeros* que son un grupo poco significativo *son llevados al destino por los locales (familiares y/o amigos)* por lo que se puede inferir que la información no está totalmente desplegada para el público extranjero.

Los *medios de transporte más frecuentes* según el 79% del total de entrevistados se movilizaron en auto propio por lo que, la gran mayoría *viajó o con familiares y/o amigos con hijos o en parejas*.

En cuanto a las variables **COMPORTAMIENTO EN EL DESTINO**, también son datos que estructuran el **PERFIL DEL TURISTA**, debido a que se puede medir el comportamiento del visitante en el destino según su consumo, actividades que realizó en el destino logrando concluir que:

Los medios más frecuentes en que se *movilizaron los visitantes dentro del destino* fueron en auto propio y transporte a pie acaparando un 63% y 21% respectivamente del total de entrevistados dependiendo de la zona visitada.

Casi la totalidad de *los visitantes llegaron por motivos de placer* por lo que los lugares turísticos no se los puede considerar puntos de reunión de trabajo o lugares donde se puedan convocar para sesiones de trabajo, siempre y cuando se diversifiquen las zonas y promocionándolas como sedes que permitan realizar tales tipos de eventos.

Entre las *actividades más frecuentes fueron la gastronomía, ecoturismo y cultura, city tour, compras en los lugares visitados*; los visitantes también hicieron comentarios *sobre lugares turísticos previamente visitados* antes del actual donde se lo entrevistó,

entre los más mencionados se tiene: Atacames, Ayangue, Bajo Alto, Bucay, zonas costeras del país y Cuenca, Estancias de las comunas del Guabo, y, zonas turísticas de Guayaquil.

Cerca del 71% pretende visitar o regresar a completar visitas a ciertos atractivos turísticos de Guayaquil, destinos populares del Guayas y el país como lo son: Salinas, Playas Villamil, Cascadas de Bucay, Data Posorja, Aguas calientes de Jesús María, Aguas termales. El restante de la muestra regresa a su lugar de residencia.

Se observó que cerca del 93% *es excursionista de paso por lo que no usó alojamiento*, pero entre los hospedajes más mencionados está un 3.10% que lo hizo en hotel seguido por un “*que se alojó en casa de familiares o amigos*” y con un 2.22 %, minorías repartidas entre departamento alquilado y hostel con un 1.15%.

Para identificar la variable relacionada a los **GASTOS** hechos por el turista y el **IMPACTO ECONÓMICO** que generó en cada locación, primero *se identificó el salario* aproximado que gana el visitante entrevistado en el destino, por lo que se observó que el ingreso mensual igual o menor al salario básico representa el 48.33%, de los entrevistados; seguido de un ingreso mensual predominante representado por aquellos que ganan más que el básico y menos de \$1000, que es el 40% de todas las muestras.

Entre las categorías de investigación para determinar el gasto promedio se encuentra los costos de: hospedaje, alimento y bebidas, transporte, recreación nocturna, compras, visitas a atractivos turísticos y otros costos.

Entre el 83% a 85% de los entrevistados consumen las categorías mencionadas con un costo promedio de entre \$1 a \$20 dólares, *su pago regular es en efectivo*.

En los datos levantados que guardan relación a la variable de **VALORACIÓN DEL DESTINO**, se tomaron de las entrevistas hechas por los encuestadores a los visitantes y turistas, en las seis locaciones quienes respondieron según la percepción sobre el entorno de la locación visitada, mediante escalas de ponderación del 1 a 7 donde 1 es el valor de percepción más bajo y 7 el valor de percepción más alto, se contó con las siguientes características evaluadas y sus respectivas ponderaciones:

Tabla 8 Ponderación Anual del Nivel de satisfacción del destino sobre la percepción.

<b>Categoría</b>	<b>Ponderación anual</b>
Seguridad en los servicios y atractivos	6.015
Limpieza	5.83
Orden	5.915
Señalización	5.335
Accesibilidad	5.835
Movilidad interna	5.825
Transporte	5.67
Conectividad a internet	<b>3.445</b>
Clima	6.2
Sitios patrimoniales	5.23
Costos del destino	5.87
Ruido	6.005
Tránsito	5.98
Bioseguridad	<b>4.715</b>

Se debe tomar en cuenta que el valor que más impacta a la calificación general es la conectividad de internet por lo que es casi nula en los lugares de destino, por otro lado, los visitantes indicaron que las señalizaciones son poco existentes por lo que hace falta considerablemente señalética y letreros informativos.

Por último, se debe resaltar que los visitantes no tuvieron tan buena percepción de la bioseguridad por parte de los locales pues se observaba mucha gente sin cubrebocas, sin respeto al distanciamiento e inexistente alcohol de manos en los puntos de visita, la puntuación general anual es de 4.7156/7.

En relación a la variable sobre los **NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO** según la percepción del turista o visitante sobre el destino en cuanto a categorías propuesta para observar en la provincia y que guardaron relación al destino visitado, se tomó una escala de ponderación de 1 al 10 donde 1 es el valor de satisfacción más bajo y 10 el valor de satisfacción más alto, se cuenta con la siguiente ponderación anual.



*Tabla 9 Ponderación Anual del Nivel de satisfacción del destino, de los servicios ofertados en la provincia.*

<i>Categoría</i>	<i>Ponderación anual</i>
<i>Organización infraestructuras turísticas</i>	7.815
<i>Establecimientos de hospedaje</i>	4.915
<i>Establecimientos de alimentos y bebidas</i>	8.335
<i>Terminales terrestres</i>	5.04
<i>Transporte público local</i>	6.75
<i>Estado de vías</i>	7.775
<i>Disponibilidad de información turística</i>	6.17
<i>Señalética</i>	6.975
<i>Accesibilidad para discapacitados</i>	6.02
<i>Percepción de la seguridad</i>	7.49
<i>Amabilidad de la gente</i>	8.89
<i>Servicio de guías turísticos</i>	4.72
<i>Estacionamientos</i>	8.26
<i>Experiencia del viaje</i>	8.79

Según la tabulación de la encuesta de cada uno de los estudios correspondientes al periodo durante el desarrollo de la consultoría, para levantar datos relacionados a los indicadores turísticos de la provincia, se obtuvo como resultado que un 92% de Satisfacción del Destino en la respuesta individual de cada visitante, por lo que haciendo el cálculo correspondiente se obtuvo que la satisfacción real alcanza un valor 6.99/10. Por lo tanto, se considera que existe una percepción de satisfacción media con tendencia a satisfacción de los servicios ofertados, pero que no alcanza una total satisfacción.

Teniendo en consideración los resultados provistos en la tabla 2, se debe tomar en cuenta las categorías con más baja valoración y oportunamente tomar acciones correctivas, además de reforzar las que cuentan con valores medios.

Los resultados del estudio para determinar los **SEGMENTOS Y MICROSEGMENTOS DE MERCADOS PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS** identifiqué que, entre los **SEGMENTOS** de visita a los lugares investigados, se observó que, en los levantamientos de los nueve feriados, el 97% de los visitantes fueron locales, ecuatorianos de diferentes provincias del país incluida a provincia del Guayas, por lo que se hizo una subdivisión de las provincias más frecuentes que visitaron la provincia del Guayas; A su vez se analizó los países de donde proceden

los extranjeros, sin embargo estos resultados no son concluyentes, ya que se debe mantener un proceso de investigación continua para determinar esta variable.

Se infiere que la mayoría de los visitantes extranjeros no han venido por su cuenta propia por la baja frecuencia de solicitud de servicio de agencia de viajes por lo que existe evidencia de que el visitante extranjero va acompañado por amigos o familia local; los cuales proceden de los siguientes países: Colombia, Perú, los de mayor participación entre 6 a 9 feriados, desde Estados Unidos, España, Italia y México con presencia entre 4 a 2 feriados de los 9 levantados y por último tuvimos presencia en al menos 1 feriado de turistas de Francia, Cuba, Panamá, Argentina y Chile. Tener en cuenta que no se ha contemplado la participación de extranjeros de nacionalidad venezolana, debido al proceso de migración en el país.

Según la distribución en general respecto a la procedencia del visitante, se observa que los turistas provienen de la misma provincia del Guayas representan el 71%, que el 7% corresponde a los visitantes provenientes de Santa Elena y otro 7% de aquellos de Manabí, un 6% de El Oro, 3% de Los Ríos y el porcentaje complementario se reparte por visitantes del resto del país.

Entre los macrosegmentos analizados se concluyó que ambos perfiles visitan los lugares de destino por su ecosistema, gastronomía y las actividades complementarias que se ofertan en el destino.

En relación a la **VARIABLE INGRESOS Y SALIDAS DE VISITANTES**, los **INDICADORES DE FRECUENCIAS** Observadas y Absolutas ya sean expresadas en cantidades o porcentajes son relativas al tiempo ya que, para expresarlas, se necesita obtener una base de datos histórica de similar característica por lo tanto al no existir más que una base de datos de los levantamientos de cada feriado no se puede expresar de forma correcta.

Los datos provistos por la Terminal Terrestre de Guayaquil y Pascuales así como los del Aeropuerto de Guayaquil, sobre ingresos y salida de visitantes durante los días de feriados son tabulados, tratados y unidos para luego ser modelados en el informe de pronóstico semestral, al punto de que los datos provenientes por futuros levantamientos sigan alimentando las frecuencias observadas como absoluta de cada año para el desarrollo de las proyecciones, que sirvan de base comparativa con las cifras estadísticas

según la afluencia de demanda turística en los cantones de la provincia del Guayas para el año 2023, en los feriados nacionales puede a ser la siguiente:

- **Pronóstico de visitas para el 2023 separado por número esperado de visitas y número máximo esperado según intervalo de confianza al 95%.**

Eventos	2022	2023	
		Esperados	Máximos
Carnaval	278	162	426
Semana Santa	212	167	253
1ero Mayo	216	161	315
24 de Mayo	173	166	200
10 Agosto	255	110	414
9 Octubre	186	105	290
2 y 3 Noviembre	163	139	305
Navidad	86	77	147
Fin De Año	236	235	332

La proyección está expresada en miles de visitas.

- **Pronóstico de visitas para el 2023 separado por número esperado de visitas por cantón según intervalo de confianza al 95%.**

Cantón	Porcentaje de participación
Samborondón	8.73%
Naranjal	23.10%
Milagro	24.44%
Bucay	11.29%
Nobol	10.99%
Playas	21.46%

Eventos	CANTONES						Total
	Samborondón	Naranjal	Milagro	Bucay	Nobol	Playas	
Carnaval	14	38	40	18	18	35	163
Semana Santa	15	39	41	19	18	36	168
1ero Mayo	14	37	39	18	18	35	161
24 de Mayo	15	39	41	19	18	36	167
10 Agosto	10	25	27	12	12	24	110
9 Octubre	9	24	26	12	12	23	105
2 y 3 Noviembre	12	32	34	16	15	30	139
Navidad	7	18	19	9	9	17	78
Fin De Año	21	55	58	27	26	51	236

La proyección está expresada en miles de visitas.

- **Pronóstico de visitas para el 2023 separado por número esperado de visitas por tipo de visitante según intervalo de confianza al 95%.**

**Extranjero:** Un promedio del 8% estimado según el cruce de información

**Nacional:** Un promedio del 92% estimado según el cruce de información

Eventos	Tipo de visitante		Total
	Nacionales	Extranjeros	
Carnaval	149.96	13.04	163
Semana Santa	154.56	13.44	168
1ero Mayo	148.12	12.88	161
24 de Mayo	153.64	13.36	167
10 Agosto	101.2	8.8	110
9 Octubre	96.6	8.4	105
2 y 3 Noviembre	127.88	11.12	139
Navidad	71.76	6.24	78
Fin De Año	217.12	18.88	236

La proyección está expresada en miles de visitas.

## 5. RECOMENDACIONES DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO.

Los informes estadísticos entregados mensualmente, son de vital importancia para la toma de decisiones en cuanto a la planificación turística del territorio Guayas, ya que los resultados obtenidos influyen directamente en la generación de proyectos, de acuerdo a las necesidades evidenciadas como:

- ✓ En relación a las conclusiones relacionadas con el Perfil sociodemográfico, la organización del viaje y el comportamiento en el destino, son variables que establecen un perfil del consumidor de la oferta existente en la provincia; puesto que las falencias encontradas no son competencia o atribución exclusiva del Gobierno Provincial del Guayas, se recomienda Gestionar Mesas Técnicas y Participativas con los actores turísticos de la provincia, tales como GAD's, ONG, Asociaciones, Organización, Gremios, Fundaciones, Empresas Públicas, Empresarios Privados y la academia que planifiquen, administren, gestionen, regulen y controlen la actividad turística en los diferentes niveles de gobierno inherente a la jurisdicción provincial, con la finalidad de exponer los resultados, conclusiones y recomendaciones del presente estudio y poder socializar el perfil del turista y en el ámbito de las competencias facultades y atribuciones conferidas

en la actividad turística tomar decisiones en beneficio de la provincia y sus habitantes.

- ✓ En relación a las Señalización Turística de los atractivos en la provincia indica que están en los Niveles en tendencias de medio a bajo; por lo cual se recomienda “Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.”.
- ✓ En relación al demanda de oferta gastronómica en la provincia se recomienda, “Otorgar asistencia técnica y capacitaciones para fortalecer las capacidades humanas de los servidores turísticos de la provincia en el marco de la normativa nacional” en diversos temas relacionados a los Servicios y la atención al turista englobando diversos temas, potenciando las relacionadas al servicio de alimentos y bebidas tales como: Buenas Prácticas de manufactura, Seguridad alimentaria, y tecnificación de emprendedores.
- ✓ En relación a los Niveles en tendencias medio - bajo en material turístico informativo de la oferta del turismo en la provincia, se recomienda “Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico enmarcado en las directrices nacionales de información turística.”.
- ✓ En relación a los Niveles en tendencia medio – bajo en cuanto a la seguridad turística en el destino, se recomienda “Coordinar actividades de la planificación del sector turístico entre los diferentes niveles de gobierno.

En concordancia con lo estipulado en la Resolución 001-CNC-2016, que regula las facultades y atribuciones de los GADS provinciales en su circunscripción territorial en la Sección III artículos 15 Planificación, 16 Regulación y 17 Gestión; siendo su respectiva circunscripción territorial y en el ámbito de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias.

Se recomienda ejecutar el numeral 7 “*Planificación Estratégica Con Sus Respectivas Metas, Indicadores Y Presupuestos Para Su Implementación A Largo Plazo.*”, del “*Modelo de Gestión para el Levantamiento de Información Estadística para la aplicación de los indicadores turísticos del destino Guayas, con sostenibilidad a largo plazo.*”, para determinar un perfil viable de promoción hacia un público objetivo además de fomentar la intervención de los diversos niveles de gobierno en la participación de

suministrar información de forma permanente ejecutando talleres de socialización sobre la importancia del observatorio con los prestadores de servicios turísticos, comunidades, ONG e instituciones gubernamentales estratégicas para el cumplimiento de los objetivos y la misión.


## 6. ANEXOS.

*Anexo. 1. Acta de entrega de indumentaria y acceso a la plataforma digital para el levantamiento de información estadística para el Observatorio Turístico Provincial 2021 - 2022. (Documento adjunto).*

*Anexo. 2. Registro de asistencia a capacitaciones teóricas y prácticas y acceso a la plataforma digital para el levantamiento de información estadística para el Observatorio Turístico Provincial 2021 - 2022. (Documento adjunto).*

## 7. FIRMA DE RESPONSABILIDAD.

Ejecutado el **Contrato S-Con-47-2021-X-0** cuyo objeto “Levantamiento de Información Estadística para la Aplicación de los Indicadores Turísticos para el Observatorio Provincial.”, durante los 365 días según el plazo, asumiendo mi responsabilidad total sobre el contenido en la presente consultoría, según dicta la normativa legal en todo lo ejecutado.



Ing. Fausto Calderón Pineda.  
**Consultor**  
**RUC: 1001690765001**