

# LEVANTAMIENTO DE DATA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

ENERO-MARZO 2025

OBSERVATORIO  
TURÍSTICO DE  
★ GUAYAQUIL ★



## **CONTRATO “LEVANTAMIENTO DE DATA PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2024-2025”**

**PRODUCTO 1** - Reportes, informes, análisis y subida de información a la plataforma interna y visualizador público del Observatorio Turístico. Periodo enero-diciembre 2024 y enero-marzo 2025.

**Alcalde de la ciudad de Guayaquil** - Aquiles Alvarez

**Jefa departamental de la Dirección General de Turismo y Eventos Especiales** – Tahiz Panus

**Administradora de Contrato** – María del Cisne Montes

**Escuela Superior Politécnica del Litoral,  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH),  
Centro de Investigaciones Económicas (CIEC)**

### ***Equipo técnico:***

Cinthy Veintimilla - Directora

Gonzalo Sánchez - Especialista en Economía

Sergio Báuz - Especialista en Estadística

Carla Ricaurte – Analista de Turismo

Diana Guayaquil - Técnica en Turismo

Keyling Jordan – Supervisora de Campo

Sebastián Vega – Asistente de Investigación

### ***Encuestadores principales:***

Alexandra Irigoyen

Arlington Arreaga

### ***Encuestadores de apoyo:***

Gabriel Montalván

Maria José Mayorga

Maria Cristina Vargas

Joseph Chavez

Celina Mora



**1**

**Glosario**

Pag.4

**2**

**Metodología**

Pag.5-8

**3**

**Resumen de indicadores**

Pag.10

**4**

**Perfil general del visitante**

Pag.11

**5**

**Perfil general del turista**

Pag.12-18

**6**

**Perfil general del excursionista**

Pag.19-25

**7**

**Resumen del análisis de las perspectivas de los visitantes**

Pag.26

**8**

**Análisis de las perspectivas de los visitantes**

Pag.27-38



**Excursionista (visitante del día):** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

**Turismo:** Turismo se refiere a la actividad de los visitantes (RIET 2008, párr. 2.9).

**Turista:** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

**Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad 54 residente en el país o lugar visitado (RIET 2008, párr. 2.9). Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

**Visitante interno:** Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de

residencia hacia otros lugares del propio país.

**Visitante receptor:** Cuando un visitante que reside en el extranjero viaja a otro país fuera de su residencia habitual.



A continuación, se detalla la metodología implementada en los años 2021, 2022 y 2023, y que se mantendrá en el 2025:

## Estimación de número de turistas que visitan Guayaquil

Dado que no existe un registro exacto del número de visitantes que llegan a la ciudad de Guayaquil, se propone la siguiente metodología para su determinación, estructurada en cuatro fases:

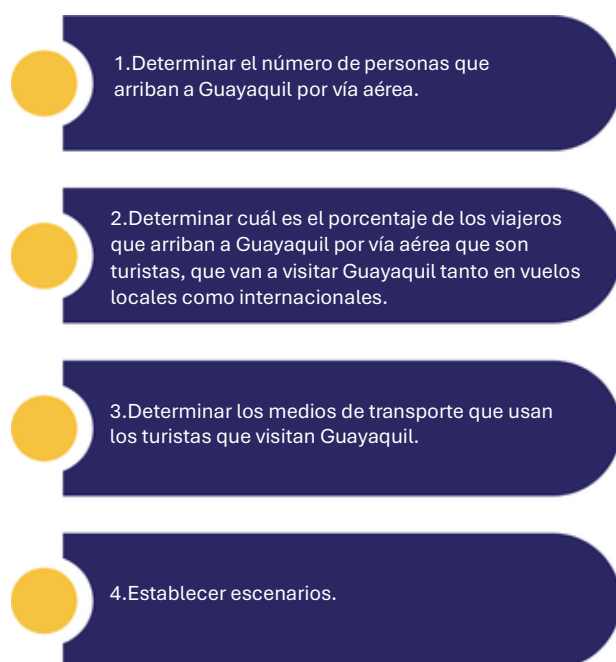


Ilustración 1 Fases para estimar número de turistas Fuente: Observatorio Turístico de Guayaquil, 2021.

### 1. Determinar el número de personas que arriban a Guayaquil por vía aérea.

Esta información corresponde a datos administrativos disponibles en series largas.

- Número de personas que ingresan a Guayaquil en vuelos locales:  $W1$

- Número de personas que ingresan a Guayaquil en vuelos internacionales:  $W2$
- Número de personas que ingresan a Guayaquil en vuelos locales e internacionales:  $W=W1+W2$

### 2. Determinar cuál es el porcentaje de los viajeros que arriban a Guayaquil por vía aérea que son turistas que van a visitar Guayaquil tanto en vuelos locales como internacionales.

- Información levantada con encuestas en el aeropuerto
- Preguntas mínimas
  - Motivo de viaje
  - Ciudades que va a visitar
- Esto es naturalmente una estimación
  - % viajeros en vuelos locales que son turistas y van a visitar Guayaquil:  $s1$
  - % viajeros en vuelos internacionales que son turistas y van a visitar Guayaquil:  $s2$
- A partir del paso anterior podemos estimar el número de turistas que visitan Guayaquil por vía aérea
  - Turistas que llegan a Guayaquil por vía aérea en vuelos locales:  $X1 = W1*s1$
  - Turistas que llegan a Guayaquil por vía aérea en vuelos locales:  $X2 = W2*s2$
  - Turistas que llegan a Guayaquil por vía aérea:  $X = X1 + X2$

### 3. Determinar los medios de transporte que usan los turistas que visitan Guayaquil



- Información levantada con encuestas en atractivos turísticos de la ciudad
- Formulario ya está elaborado
- A partir de la pregunta: ¿Por qué medio arribó a Guayaquil?, determinar el porcentaje de turistas que llegan por avión: r
  - Estimación del número de turistas que llegan a Guayaquil:  $Y = X/r$
  - Ejemplo si  $r=0.25$ , entonces por cada turista que llega por vía aérea, tres llegan por otras vías.
- Entonces, para estimar el número total de turistas que llegan a Guayaquil multiplicamos el número de turistas que llegan por vía aérea por 4, o equivalentemente lo dividimos entre 0.25.

#### 4. Establecer escenarios

- Podemos hacer un análisis de sensibilidad de nuestros resultados usando la distribución de nuestros estimadores para determinar escenarios. Por ejemplo.
  - Optimista:
    - Reemplazar  $s_1$  por  $s_1 +$  un error estándar. Lo mismo para  $s_2$
    - Reemplazar  $r$  por  $r -$  un error estándar
  - Pesimista:
    - Reemplazar  $s_1$  por  $s_1 -$  un error estándar. Lo mismo para  $s_2$

Reemplazar  $r$  por  $r +$  un error estándar

#### 5. Cálculo de muestra para perfil de visitante y usuarios de eventos

Para determinar el número de encuestas a levantar para **el perfil de visitante y usuario de eventos**, siendo esta una variable cualitativa y refiriéndose a un universo infinito, pues no se conoce el número de registro de total de visitantes y usuarios de eventos, se utiliza la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:<sup>1</sup>

##### 1. Fundamentación Estadística

El cálculo del tamaño muestral se basa en la fórmula para poblaciones infinitas, asumiendo una distribución binomial. La fórmula empleada es:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{E^2}$$

Donde:

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z_{\alpha/2} = 1.96$  (valor crítico para un nivel de confianza del 95%)

$E = 0.05$  (error máximo admisible del 5%)

$p = 0.5$  (proporción conservadora que maximiza la varianza, asumiendo heterogeneidad en la población)

$q = 1 - p = 0.5$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

##### 2. Ajuste para Poblaciones Finitas

Si se dispone de un estimado poblacional, por ejemplo, el número histórico de visitantes anuales, se aplica la corrección de población finita:

$$n_{\text{ajustado}} = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$n_{\text{ajustado}} = \frac{385}{1 + \frac{385-1}{500000}} \approx 384$$

Se considera tomar una muestra mínima de 384 encuestados con un resultado confiable del 95% y un error del 5% trimestralmente teniendo en cuenta que los informes se realizarán en este tiempo.

### 3. Validaciones de supuestos

#### Heterogeneidad (p=0.5):

Se justifica al no contar con datos previos sobre la proporción de interés (ej: % de turistas que prefieren ecoturismo). Si existieran estudios anteriores, se usaría p real para reducir n.

#### Nivel de Confianza y Error:

Se recomienda un análisis de sensibilidad variando  $Z_{\alpha/2}$  (ej: 90%  $\rightarrow Z_{\alpha/2}=1.645$ ) o E (ej: 7%) para evaluar cómo cambia n:

#### Cálculo de muestra filtro aeropuerto

Para determinar el número de encuestas a levantar para el formulario **filtro aeropuerto** siendo esta una variable cualitativa y refiriéndose a un universo finito, ya que se tiene un histórico del número de arribos tanto nacionales como internacionales del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, se utiliza la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:<sup>1</sup>

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{(N - 1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población o Universo

$Z_{\alpha/2}$  = 1.96 (valor crítico para un nivel de confianza del 95%)

E=0.05 (error máximo admisible del 5%)

p= 0.5 (proporción conservadora que maximiza la varianza, asumiendo heterogeneidad en la población)

$$q=1-p=0.5$$

#### ARRIBOS EN AEROPUERTO 2 AÑO REFERENCIA: 2024

ARRIBOS INTERNACIONALES = 1,103.708

ARRIBOS NACIONALES = 989.880

TOTAL DE ARRIBOS = 2,093.588

$$n = \frac{2,093.588 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{(2,093.588) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = 384.09$$

Se considera tomar una muestra mínima de 385 encuestados con un resultado confiable del 95% y un error del 5% cada trimestre

#### Proceso de Recolección de Información: Muestreo Bietápico de Perfil de Visitante

El proceso de recolección de información se llevará a cabo utilizando un diseño de muestreo bietápico. Este enfoque garantiza una distribución uniforme en el tiempo y una selección aleatoria tanto de los sitios turísticos como de los visitantes a encuestar, maximizando la representatividad de los datos.

#### Primera Etapa: Selección Aleatoria de Sitios Turísticos

##### 1. Definición de los sitios turísticos:

Se parte de una lista predefinida de sitios turísticos proporcionada por el Municipio de Guayaquil. Los sitios son:

- Malecón Simón Bolívar
- Parque Seminario
- Cerro Santa Ana
- Calle Panamá
- Escalinatas Diego Noboa

<sup>1</sup> (Martínez Bencardino, 2019)

<sup>2</sup> (Terminal Aeroportuaria de Guayaquil S.A. TAGSA, 2024)



- Puerto Santa Ana
- Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo
- Terminal Terrestre

## 2. Distribución en el tiempo:

Para garantizar una cobertura uniforme, los sitios turísticos serán asignados de manera aleatoria a los días de recolección dentro del período de estudio. Esta asignación aleatoria será controlada para mantener una distribución balanceada en el tiempo, asegurando que todos los sitios sean visitados con similar frecuencia.

## 3. Herramientas utilizadas:

Se generarán números aleatorios mediante herramientas especializadas como **List Randomizer** para determinar el orden y los días asignados a cada sitio.

## Segunda Etapa: Selección Aleatoria de Visitantes

### 1. Identificación de la población objetivo:

En cada sitio seleccionado, la población objetivo estará compuesta por los visitantes presentes en el lugar durante el horario de recolección.

### 2. Generación de números aleatorios:

Se utilizarán números aleatorios para seleccionar de forma objetiva a los visitantes que se encuentren en los sitios durante el momento de la visita. Este método evita sesgos en la selección, garantizando que todos los visitantes tengan una probabilidad igual de ser encuestados.

### 3. Proceso de selección:

- Los encuestadores establecerán un punto inicial en el sitio (por ejemplo, la entrada o un área central).
- A partir del número aleatorio generado, se contará a los visitantes observados y se

seleccionará al visitante correspondiente para la encuesta.

- Si un visitante seleccionado no puede participar (por ejemplo, porque declina la encuesta), se pasará al siguiente número en la secuencia aleatoria.

## Control de Calidad y Monitoreo

- **Registro diario:** Cada encuestador llevará un registro detallado del sitio visitado, los horarios, y el número de visitantes encuestados.
- **Revisión de la distribución:** Se verificará que la asignación aleatoria de los sitios y la selección de los visitantes cumpla con los parámetros definidos, manteniendo la equidad en la recolección de información.

## Muestreo para levantamiento de información cualitativa – entrevistas a profundidad

Para la recolección de información cualitativa, se realizará una convocatoria a través de redes sociales dirigida a turistas que no residen en Ecuador, han visitado Guayaquil en el último año y desean participar en una entrevista a profundidad.

Los interesados podrán acceder a un formulario en el que deberán completar sus datos de contacto. Posteriormente, se les contactará para coordinar una reunión virtual.

La convocatoria incluirá una claqueta con el llamamiento, facilitando la difusión y el alcance del estudio.

**NOTA IMPORTANTE:** Es importante destacar que toda la información que se reporta a continuación tiene como origen encuestas. Esto implica que las estimaciones de ninguna manera brindan valores exactos, pero aproximaciones que están sujetas a errores muestrales.



# AÑO 2025

enero – marzo

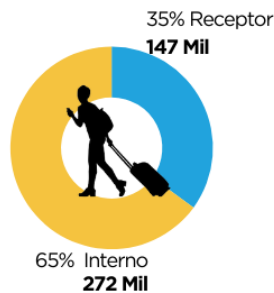




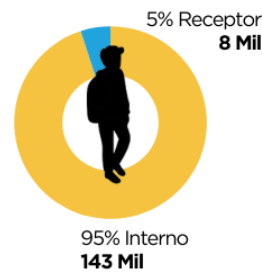
## Visitantes



**420 Mil**  
turistas



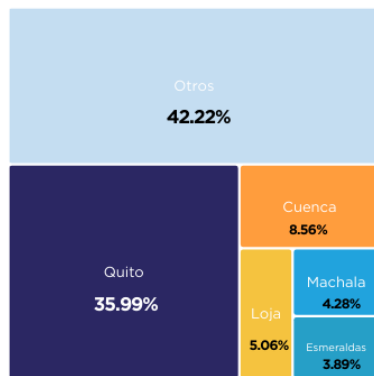
**151 Mil**  
excursionistas



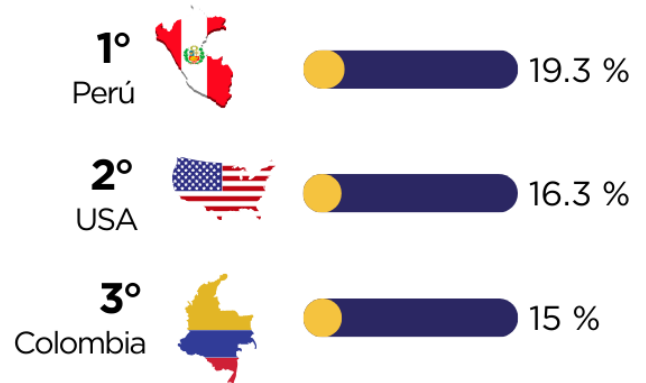
## Gasto del visitante



## Procedencia turista interno



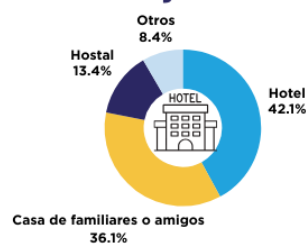
## Nacionalidad Turista Extranjero



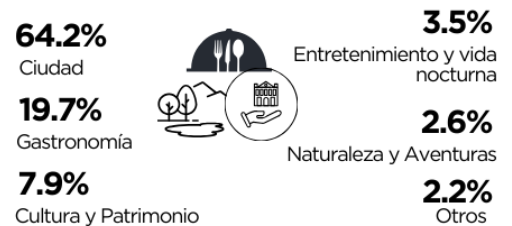
## Noches promedio



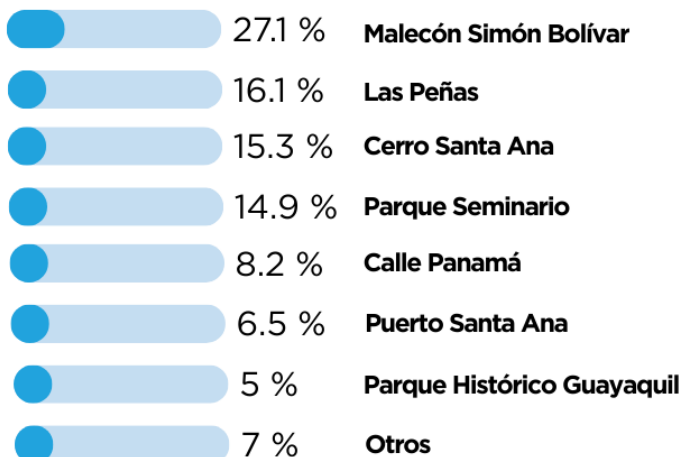
## Medio de alojamiento



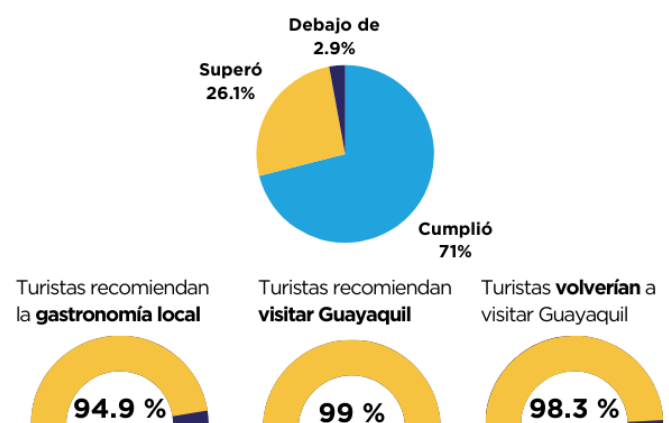
## Actividades realizadas por excursionistas



## Lugares visitados por el turista



## Expectativa y experiencia del turista



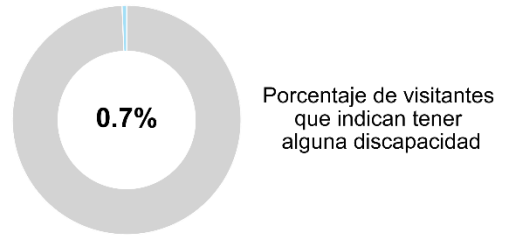
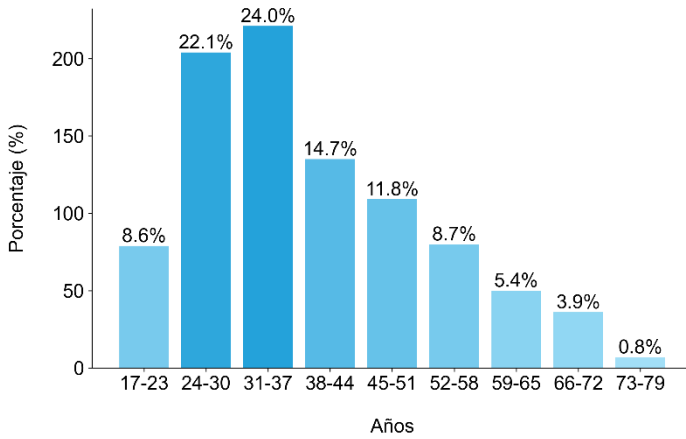


**Visitantes**  
572,051

**Turistas**  
420,394

**Excursionistas**  
151,657

Distribución de edad (Visitante)



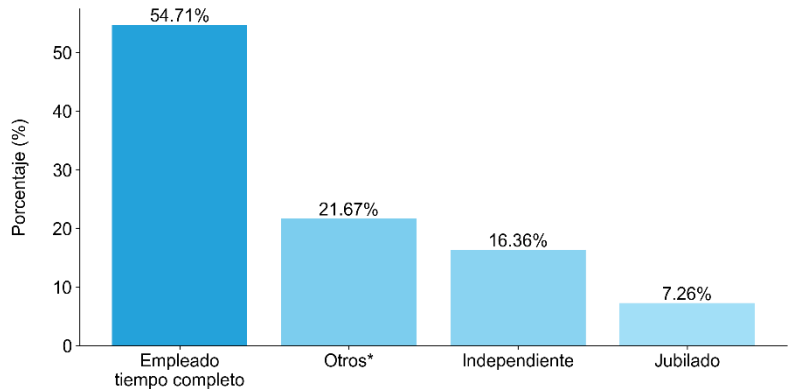
**\$101.55**

Gasto promedio diario

**\$206'160,153**

Gasto total estimado

Situación laboral (Visitante)



Las estimaciones indican que durante el primer trimestre de 2025 aproximadamente 572 mil visitantes llegaron a Guayaquil, lo que representa un aumento del 10.4% en comparación con el primer trimestre de 2024. Esta recuperación se produce luego de que, entre el primer trimestre de 2022 y 2023, se registrara una caída cercana al 20%. Sin embargo, la estimación para el primer trimestre de 2025 también implica una reducción del 7.8% respecto al cuarto trimestre de 2024. Entre los visitantes que llegaron a la ciudad en el primer trimestre de 2025, el 73.5% son internos y el 26.5% receptores. Para los visitantes internos, se registra un crecimiento del 13.6% frente al primer trimestre de 2024, y una reducción del 5.2% en comparación con el cuarto trimestre de 2024. Por su parte, los visitantes receptores muestran un aumento del 2.8% respecto al primer trimestre de 2024, pero una caída de aproximadamente el 14% frente al cuarto trimestre de ese año. Por otro lado, se estima que la distribución por sexo de los visitantes es de 56.2% hombres y 43.8% mujeres. La mayor parte de los visitantes (24%) tiene entre 31 y 37 años, y más de la mitad declara tener empleo a tiempo completo. El gasto promedio diario de los visitantes se estima en aproximadamente \$101, con un gasto total trimestral de alrededor de \$206 millones.



**Turistas**  
420,394

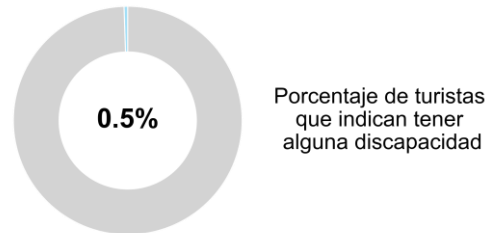
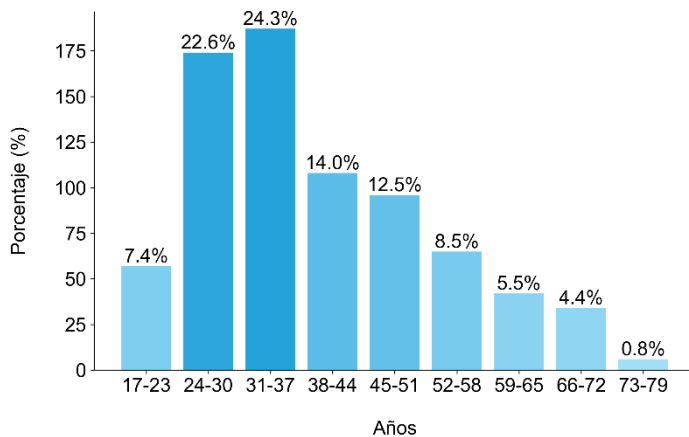
**Internos**

272,983

**Receptores**

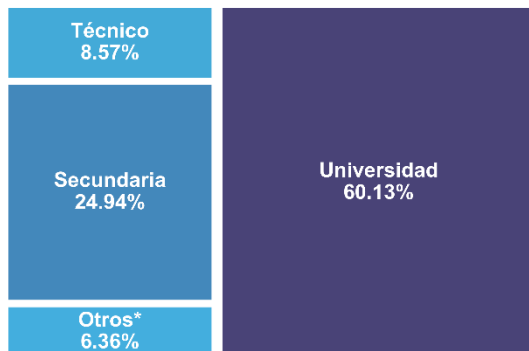
147,411

Distribución de edad (Turista)

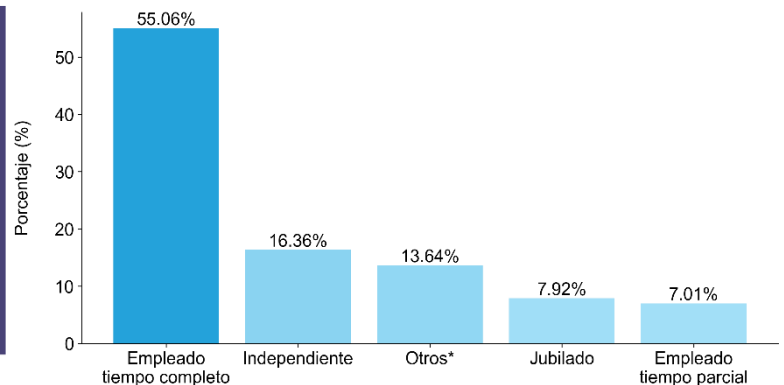


Turistas con trabajo presencial **68.1%**

Nivel de instrucción (Turista)



Situación laboral (Turista)

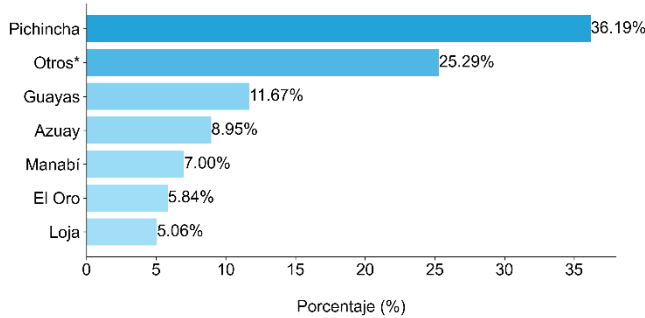


Se estima que alrededor de 420 mil turistas visitaron la ciudad en el primer trimestre de 2025, lo que representa un aumento aproximado del 11% en comparación con el mismo periodo de 2024. Esta importante recuperación ocurre luego de que, entre los primeros trimestres de 2022 y 2023, se registrara una drástica reducción de aproximadamente el 22% en el número de turistas. No obstante, las estimaciones para el primer trimestre de 2025 también reflejan una disminución del 6.2% respecto al cuarto trimestre de 2024. Del total de turistas estimados para este periodo, el 65% son internos y el 35% receptores. Asimismo, se estima que el 57% de los turistas son hombres y el 43% mujeres. Las dos categorías de edad con mayor participación son las de 31 a 37 años (24.3%) y 24 a 30 años (22.6%). La mayoría de los turistas cuenta con educación universitaria (60.13%) y empleo a tiempo completo (55.06%). Además, el 68.1% declara trabajar bajo modalidad presencial.



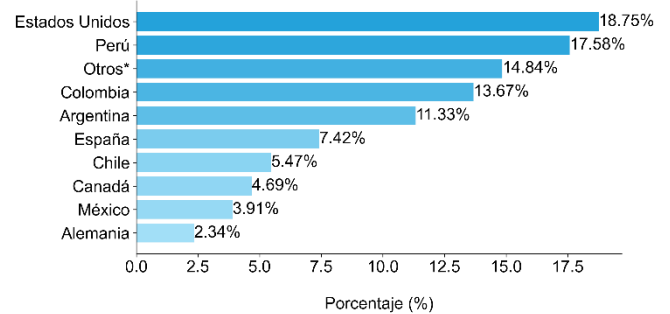
Turistas Internos  
**64.94%**

Provincia de residencia (Turista Interno)

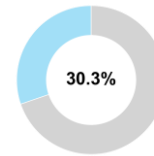
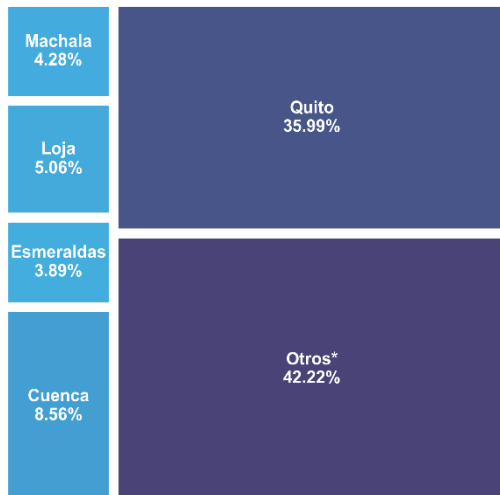


Turistas Receptores  
**35.06%**

País de residencia (Turista Receptor)

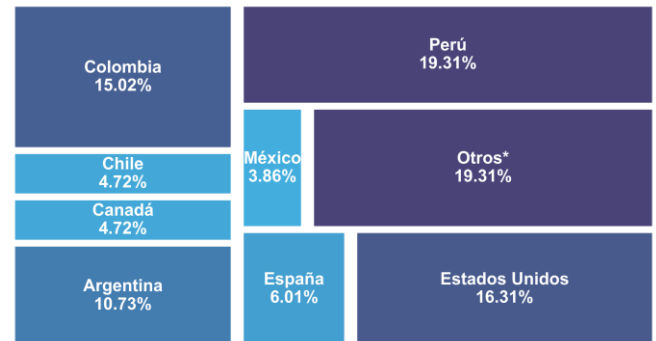


Ciudad de residencia (Turista Interno)



Porcentaje de Turistas con Nacionalidad Extranjera

Nacionalidad Extranjera (Turista)



Turistas que viajaron a otras ciudades antes de Guayaquil  
**14.94%**

Ciudades visitadas antes de Guayaquil (Turista)



Turistas que viajaron a otras ciudades después de Guayaquil  
**25.32%**

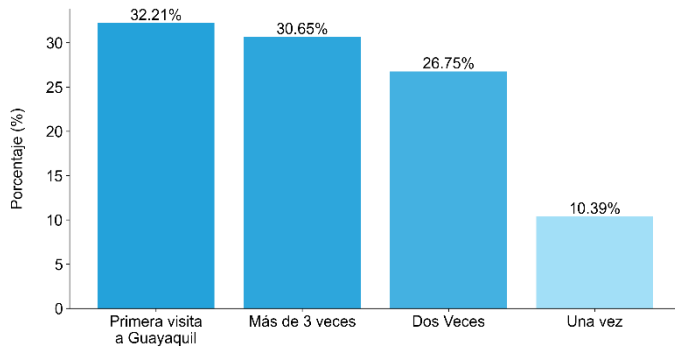
Ciudades a visitar después de Guayaquil (Turista)



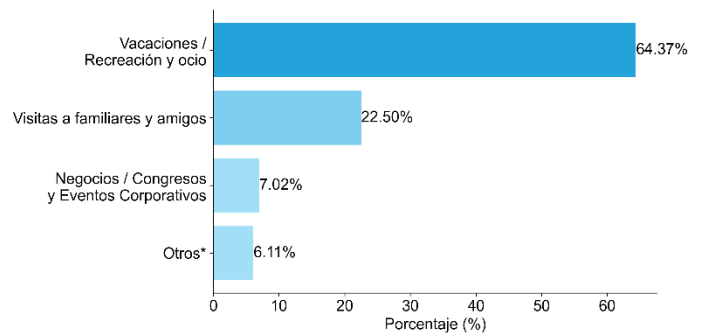
Guayaquil recibe principalmente turistas internos (65%) de provincias como Pichincha, Guayas y Azuay. Por otro lado, los turistas receptores representan el 35%, principalmente residen en Estados Unidos, Perú y Colombia. Quito es la principal ciudad emisora de turistas internos, seguida por Cuenca y Loja. Un 14.94% de turistas visita otras ciudades antes y un 33.25% después de Guayaquil siendo Quito y Cuenca las más relevantes en estos recorridos, lo que resalta a Guayaquil como punto clave en las rutas turísticas nacionales.



Visitas previas (Turista)



Razón principal de visita (Turista)

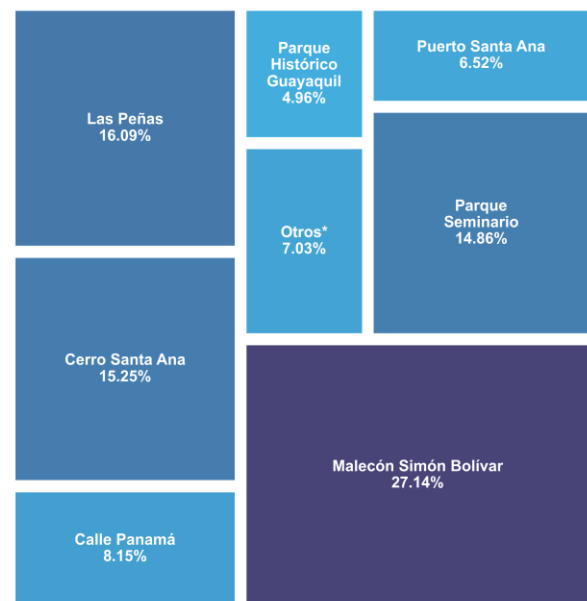


**4.25**  
Noches promedio

Actividades realizadas (Turista)



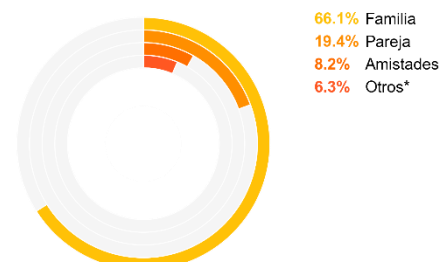
Lugares visitados (Turista)



Acompañantes promedio **2.78**

Turistas acompañados **79.1%**

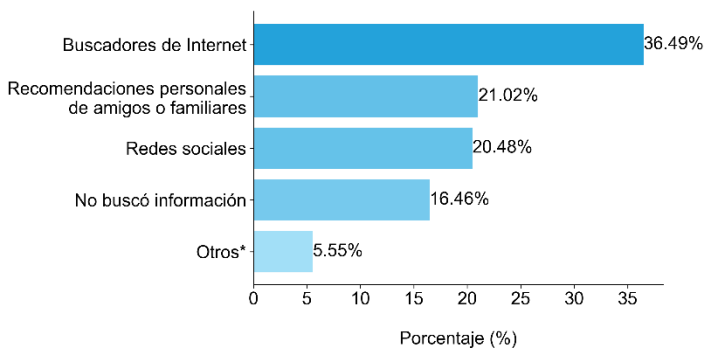
Tipo de Acompañantes



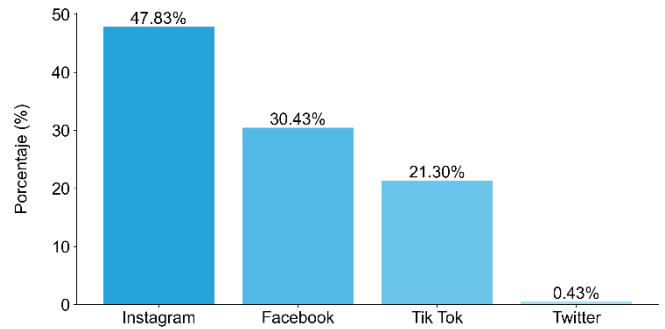
La mayoría de los visitantes llegan a Guayaquil por primera vez (32.21%) o ya han visitado la ciudad más de tres veces (30.65%), principalmente motivados por vacaciones y ocio (64.37%) o visitas familiares y amigos (22.50%). Permanecen en promedio 4.25 noches y prefieren actividades urbanas (49.1%) y gastronómicas (24.1%). El lugar turístico más visitado es el Malecón Simón Bolívar (27.14%), seguido por Las Peñas y el Cerro Santa Ana. Además, la mayoría (79.1%) viaja acompañada, especialmente por familiares (66.1%), con un promedio de 2.78 acompañantes.



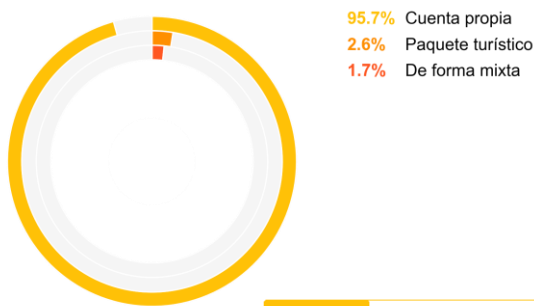
Fuentes de información (Turista)



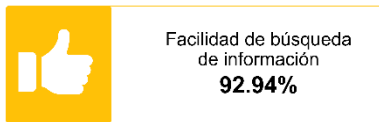
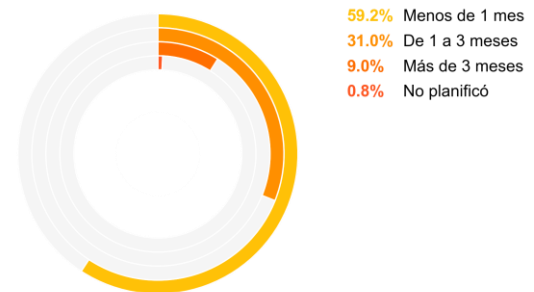
Redes sociales (Turista)



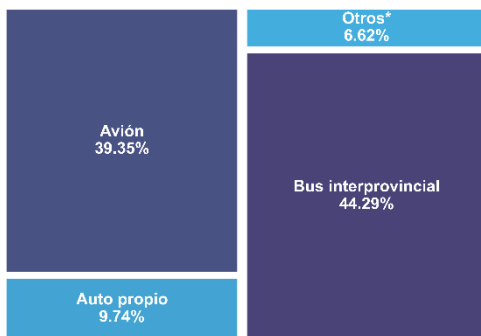
Organización de viaje (Turista)



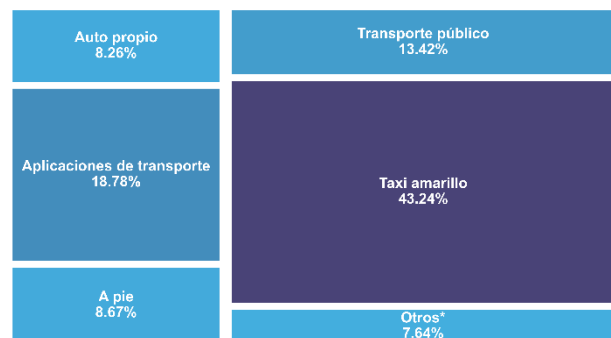
Tiempo de planificación (Turista)



Medio de transporte utilizado para llegar al destino (Turista)



Medio de transporte utilizado en el destino (Turista)



La mayoría de turistas utiliza buscadores de internet (36.49%) para obtener información del destino, seguido por recomendaciones personales (21.02%) y redes sociales (20.48%), destacando Instagram como la principal red social utilizada (47.83%). Casi la totalidad (95.7%) organiza el viaje por cuenta propia, con una planificación relativamente corta, ya que el 59.2% planifica su visita con menos de un mes de anticipación. El transporte más usado para llegar a Guayaquil es el bus interprovincial (44.29%) seguido por avión (39.35%), mientras que los transportes utilizados dentro de la ciudad destacan el taxi amarillo (43.24%) y aplicaciones móviles de transporte (18.78%). Además, los turistas valoran positivamente la facilidad para encontrar información sobre Guayaquil (92.94%).

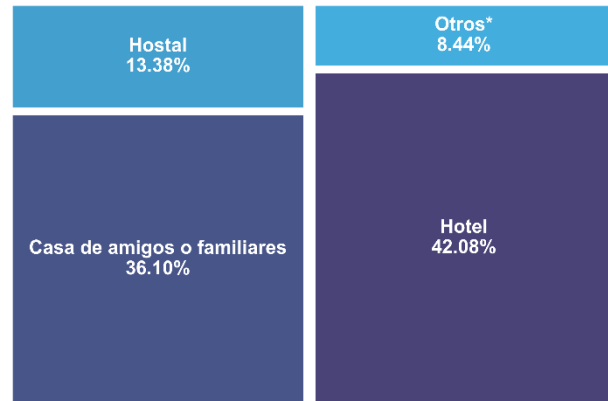


## Sector de alojamiento (Turista)

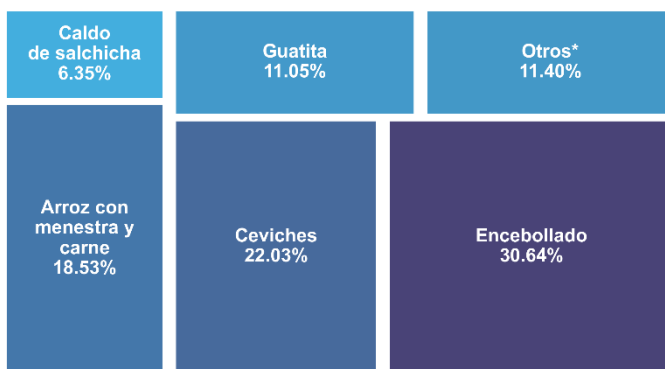


52.2% Centro de la ciudad  
33.9% Norte de la ciudad  
10.7% Sur de la ciudad  
3.1% Otros

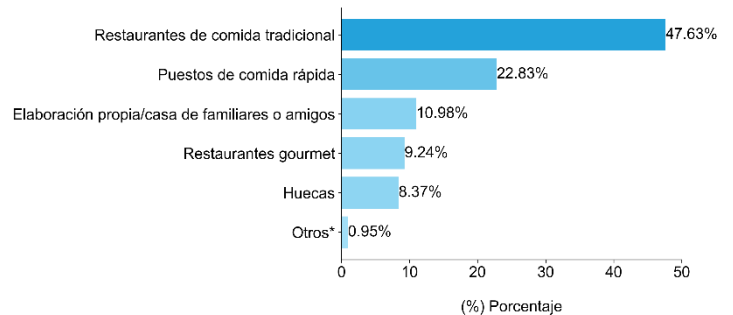
## Medio de alojamiento (Turista)



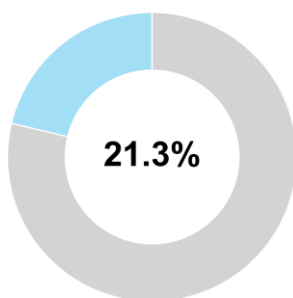
## Plato típico (Turista)



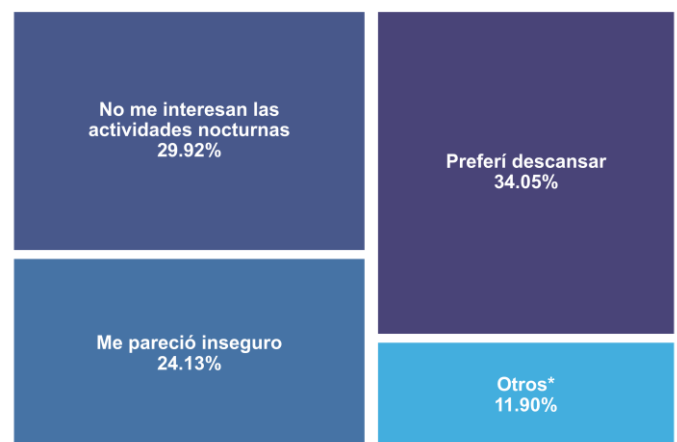
## Establecimientos de comida (Turista)



## Motivo de no actividad nocturna (Turista)



Porcentaje de turistas que realizaron actividad nocturna



La mayoría de turistas se aloja principalmente en hoteles (42.08%) o en casas de amigos y familiares (36.10%) concentrándose especialmente en el centro de Guayaquil (52.2%). El encebollado es el plato típico más consumido por los turistas (30.64%), seguido por ceviches (22.03%) y arroz con menestra y carne (18.53%). La mayoría prefiere restaurantes de comida tradicional (47.63%) o puestos de comida rápida (22.83%). Por otro lado, solo un 21.3% realizó actividades nocturnas, siendo las razones principales para no participar el preferir descansar (34.05%), falta de interés (29.92%) y percepción de inseguridad (24.13%).

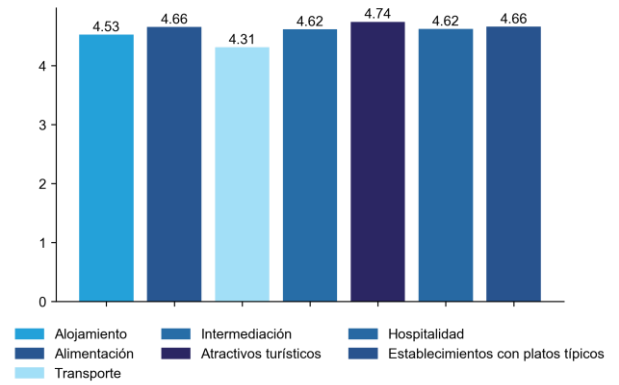


## Expectativa y realidad del destino (Turista)



71.0% Cumplió mis expectativas  
26.1% Superó mis expectativas  
2.9% Estuvo por debajo de mis expectativas

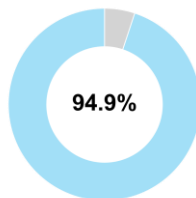
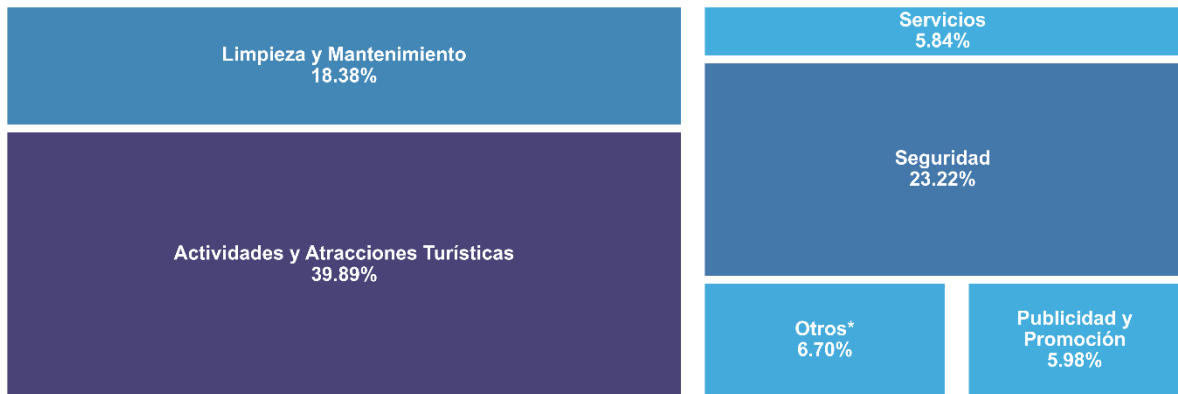
## Satisfacción (Turista)



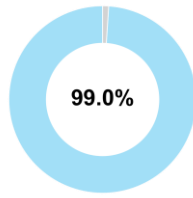
## Experiencia favorita (Turista)



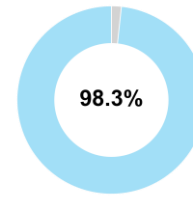
## Recomendaciones (Turista)



Porcentaje de turistas que recomendarían la gastronomía local

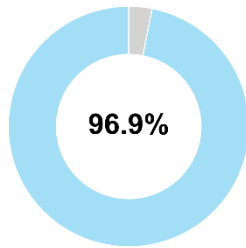


Porcentaje de turistas que recomendarían la visita a Guayaquil

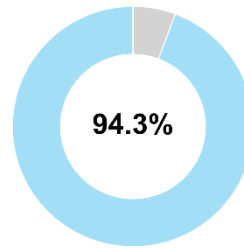


Porcentaje de turistas que volverían a visitar Guayaquil

La mayoría de los turistas consideró que su visita cumplió (71%) o superó (26.1%) sus expectativas, mostrando altos niveles de satisfacción especialmente con la hospitalidad (4.74/5) y los establecimientos con platos típicos (4.66/5). Las experiencias más valoradas fueron los atractivos turísticos (52.4%) y la gastronomía local (32.1%). Entre las principales recomendaciones destacan mejorar actividades y atracciones turísticas (39.89%), seguridad (23.22%) y limpieza y mantenimiento (18.38%). Finalmente, un 99% recomendaría visitar Guayaquil, el 98.3% estaría dispuesto a regresar, y el 94.9% recomendaría específicamente la gastronomía local, reflejando una percepción muy positiva del destino.

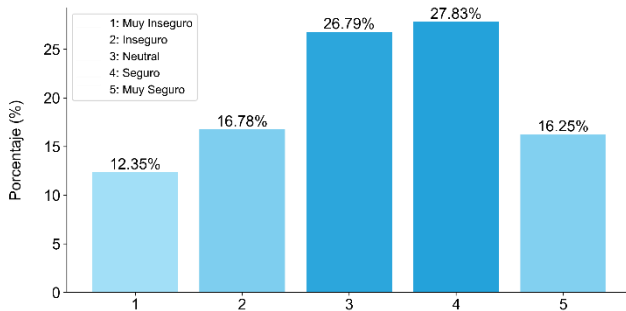


Porcentaje de turistas que no experimentaron incidentes

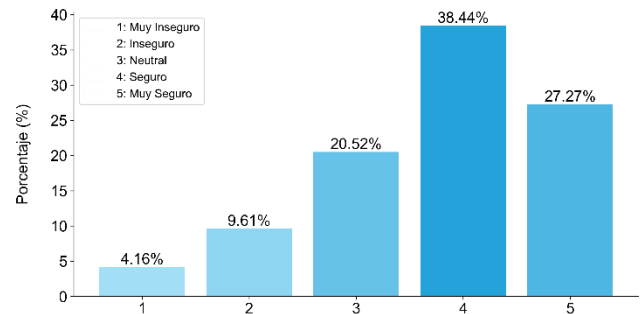


Porcentaje de turistas que no presenciaron incidentes

Percepción de seguridad antes de visitar Guayaquil (Turista)



Percepción de seguridad después de visitar Guayaquil (Turista)



Gasto Promedio Diario	
	Gasto de alimentación <b>\$25.23</b>
	Gasto de alojamiento <b>\$27.97</b>
	Gasto de ocio <b>\$12.74</b>
	Gasto de transporte <b>\$17.16</b>
	Gasto de souvenirs <b>\$8.56</b>
	Gasto de ropa <b>\$18.42</b>

**\$196'677,028**  
Gasto total estimado

La mayoría de turistas no experimentó (96.9%) ni presenció (94.3%) incidentes durante su visita a Guayaquil. Se observa una mejora significativa en la percepción de seguridad luego de visitar la ciudad, donde el 65.71% calificó la seguridad con niveles altos (4 y 5 sobre 5), comparado con el 44.08% previo a su visita. El gasto turístico total estimado alcanzó aproximadamente \$197 millones, con mayor peso en alojamiento (\$27.97 diarios) y alimentación (\$25.23 diarios).



## Excursionistas 151,657

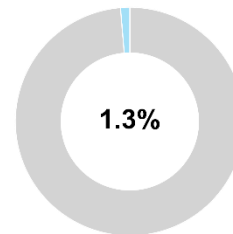
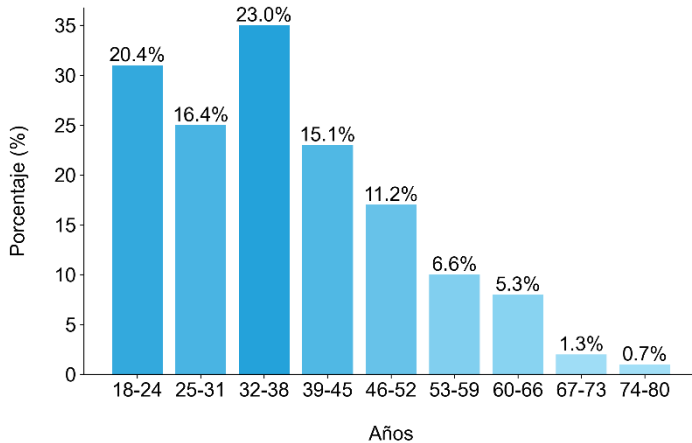
### Internos

143,164

### Receptores

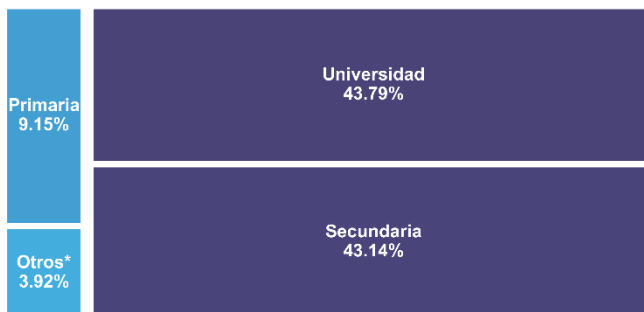
8,493

Distribución de edad (Excursionista)

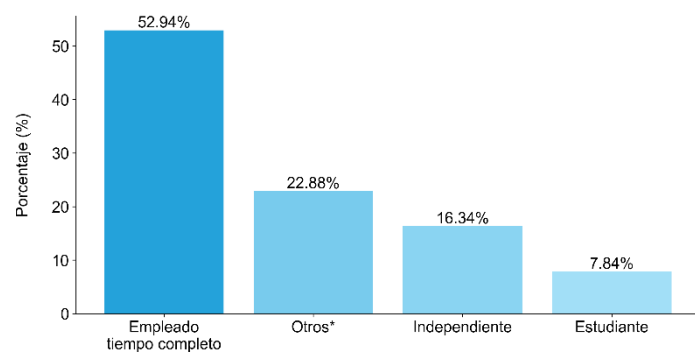


Porcentaje de excursionistas que indican tener alguna discapacidad

Nivel de instrucción (Excursionista)

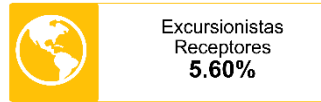
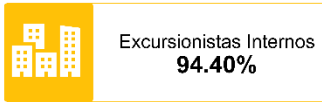


Situación laboral (Excursionista)

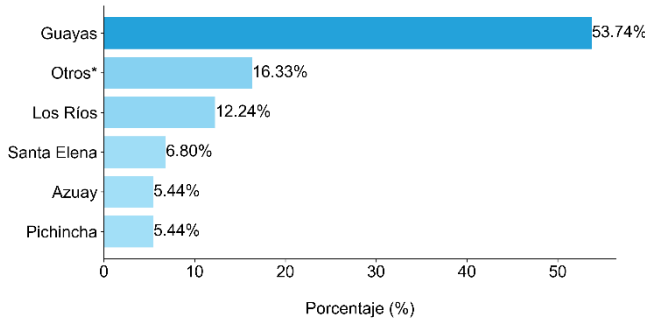


Excursionistas con trabajo presencial **65.0%**

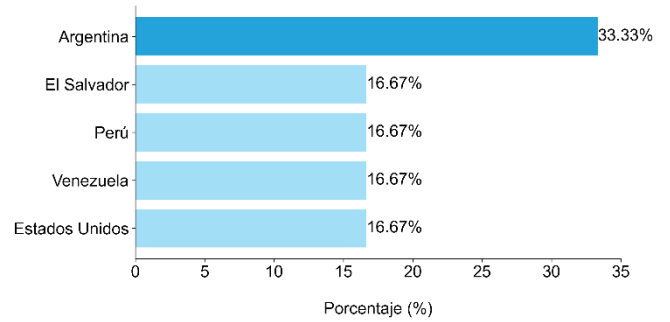
Se estima que alrededor de 152 mil excursionistas visitaron la ciudad en el primer trimestre de 2025, lo que representa un aumento aproximado del 9% en comparación con el mismo periodo de 2024. Esta recuperación se produce luego de que, entre los primeros trimestres de 2023 y 2024, se registrara una reducción de magnitud similar. Como resultado, el número estimado de excursionistas para el primer trimestre de 2025 es similar al registrado en el primer trimestre de 2023. Por otro lado, al comparar el primer trimestre de 2025 con el último trimestre de 2024, se observa una disminución de aproximadamente el 12%. La mayor proporción de excursionistas (23%) tiene entre 32 y 38 años, y la distribución por género es equitativa. En cuanto al nivel educativo, el 43.49% de los excursionistas declara tener educación universitaria, mientras que el 43.14% tiene educación secundaria. Además, cerca del 53% cuenta con empleo a tiempo completo y el 65% indica trabajar bajo modalidad presencial.



Provincia de residencia (Excursionista Interno)



País de residencia (Excursionista Receptor)



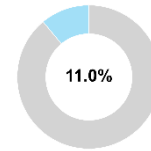
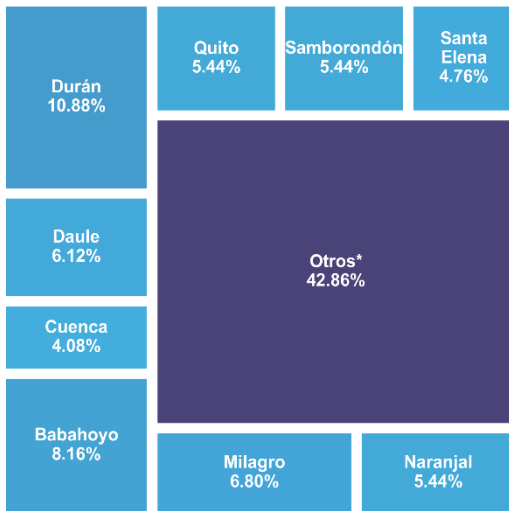
Ciudades visitadas antes de Guayaquil (Excursionista)



Ciudades a visitar después de Guayaquil (Excursionista)

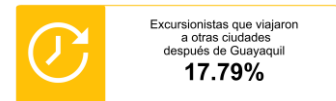
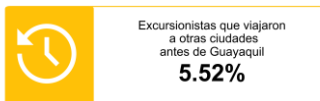
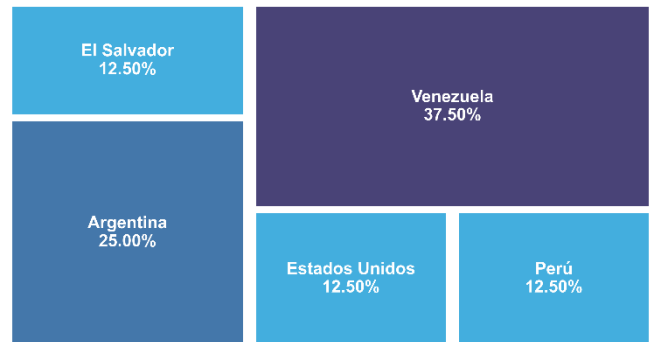


Ciudad de residencia (Excursionista Interno)



Porcentaje de excursionistas con Nacionalidad Extranjera

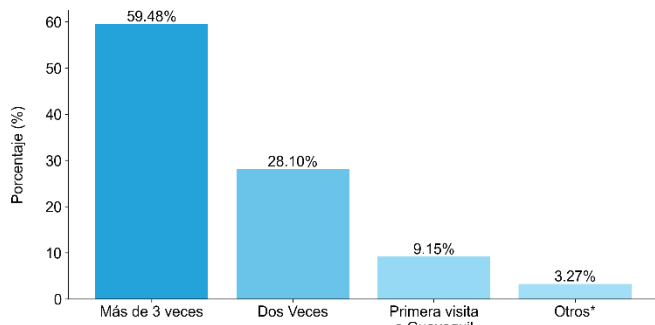
Nacionalidad Extranjera (Excursionista)



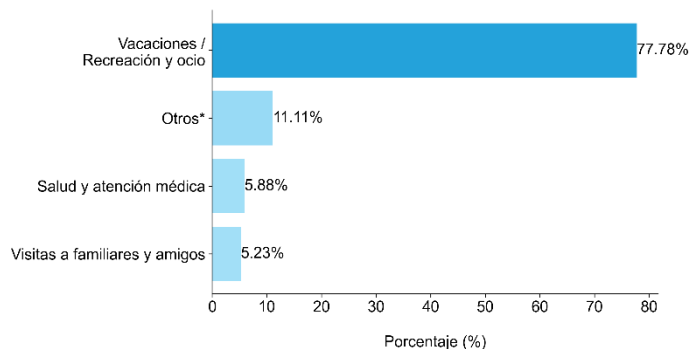
La mayoría de los excursionistas en Guayaquil son internos (94.40%), provenientes principalmente de la provincia del Guayas (53.74%), seguida por Los Ríos (12.24%) y Santa Elena (6.80%). La ciudad con más visitantes es Durán (10.88%), seguida por Babahoyo (8.16%) y Daule (6.12%). Entre los excursionistas receptores los principales países de residencia son: Argentina (33.33%), El Salvador, Perú, Venezuela y Estados Unidos (todos con 16.67%). Un 5.52% había visitado otras ciudades antes de Guayaquil, especialmente Playas (44.4%) y Cuenca (33.3%), mientras que un 17.79% planea visitar otras ciudades posteriormente, destacando Baños de Agua Santa (27.6%) y Cuenca (17.2%) como los destinos principales posteriores a la visita. Adicionalmente la categoría "Otros" agrupa a ciudades con porcentajes pequeños de participación.



Visitas previas (Excursionista)



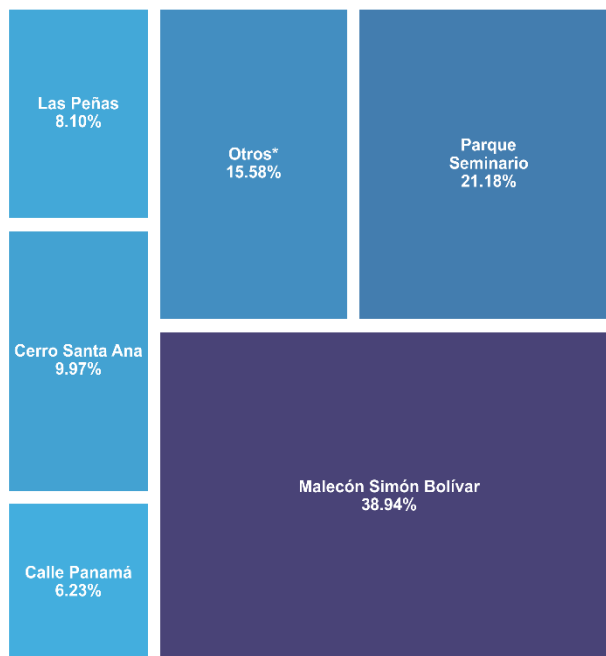
Razón principal de visita (Excursionista)



Actividades realizadas (Excursionista)



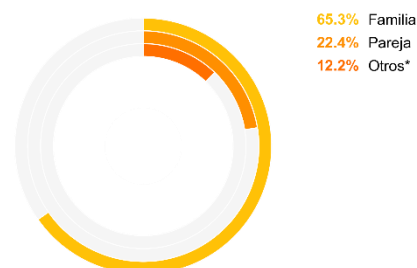
Lugares visitados (Excursionista)



Excursionistas acompañados **90.2%**

Acompañantes promedio **2.70**

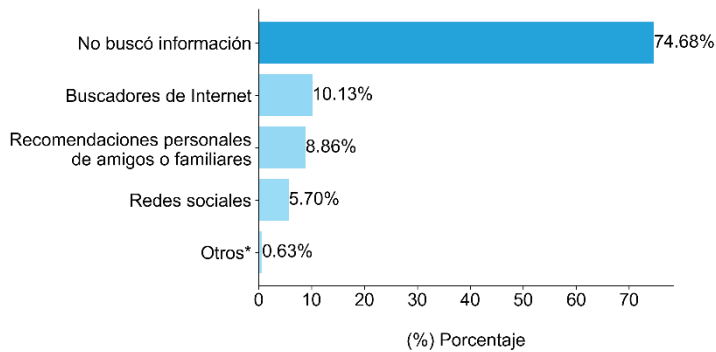
Tipo de Acompañantes



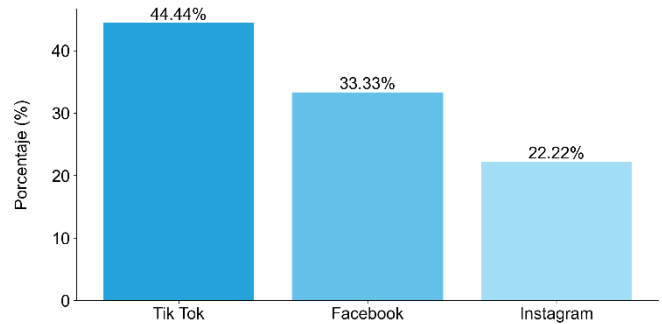
La mayoría de excursionistas ha visitado Guayaquil más de tres veces (59.48%), principalmente por motivos de vacaciones y recreación (77.78%), prefieren actividades urbanas (64.2%) y gastronómicas (19.7%). Los lugares turísticos preferidos son el Malecón Simón Bolívar (38.94%), Parque Seminario (21.18%) y Cerro Santa Ana (9.97%). El 90.2% viaja acompañado, destacando la compañía de familiares (65.3%) y parejas (22.4%), donde en promedio cada excursionista tiene 2.70 acompañantes durante la visita.



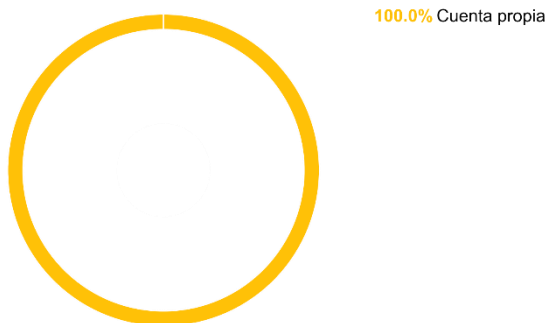
Fuentes de información (Excursionista)



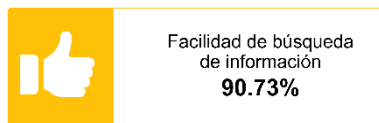
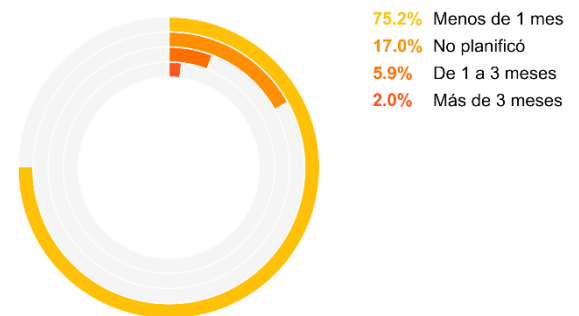
Redes sociales (Excursionista)



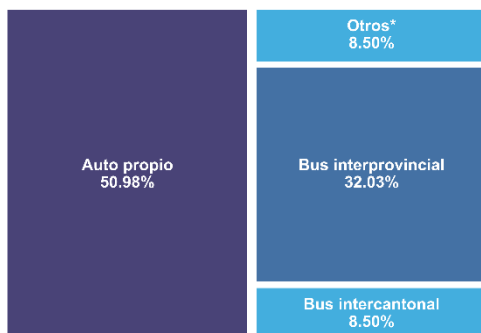
Organización de viaje (Excursionista)



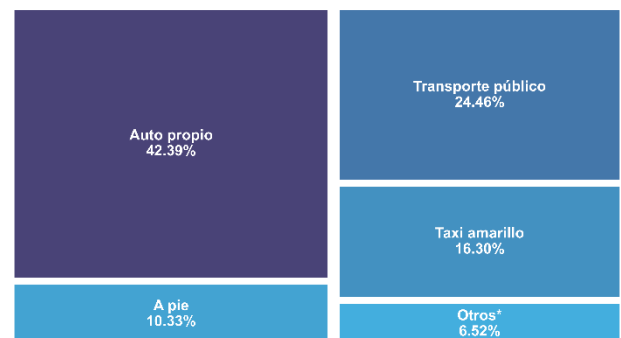
Tiempo de planificación (Excursionista)



Medio de transporte utilizado para llegar al destino (Excursionista)



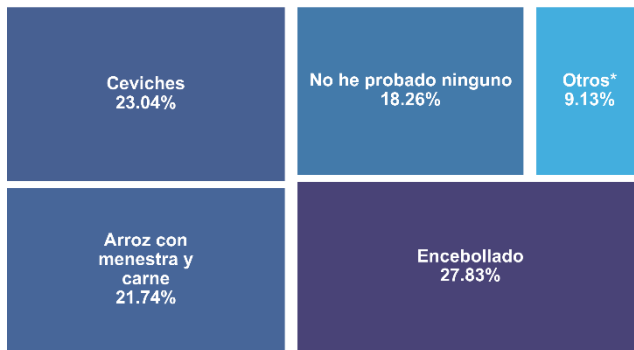
Medio de transporte utilizado en el destino (Excursionista)



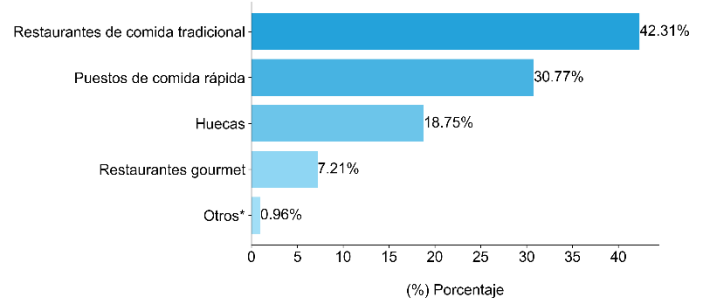
Una alta proporción de excursionistas no busca información antes de visitar Guayaquil (74.68%), aunque quienes lo hacen utilizando redes sociales (5.70%), utilizan principalmente TikTok (44.44%) y Facebook (33.33%). Todos los excursionistas organizan su viaje por cuenta propia, generalmente con una planificación corta, menor a un mes (75.2%). Para llegar a Guayaquil, más de la mitad utiliza vehículo propio (50.98%), seguido del bus interprovincial (32.03%). Dentro del destino predomina el uso del auto propio (42.39%) y el transporte público (24.46%), seguido del taxi amarillo (16.3%). Finalmente, los excursionistas valoran positivamente (90.73%) la facilidad para encontrar información turística.



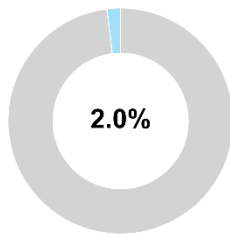
## Plato típico (Excursionista)



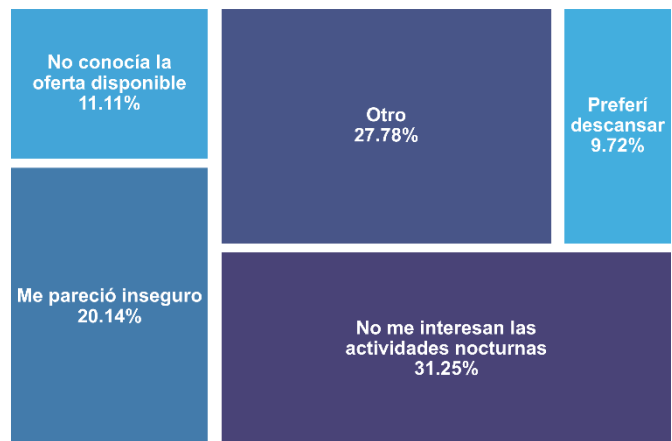
## Establecimientos de comida (Excursionista)



## Motivo de no actividad nocturna (Excursionista)



Porcentaje de excursionistas que realizaron actividad nocturna



El plato típico más consumido es el encebollado (27.83%), seguido por ceviches (23.04%) y arroz con menestra y carne (21.74%). Los establecimientos preferidos para comer son restaurantes tradicionales (42.31%), seguidos por locales de comida rápida (30.77%) y huecas (18.75%). Sin embargo, sólo un 2% realizó actividades nocturnas; las principales razones para no hacerlo incluyen la falta de interés (31.25%), percepción de inseguridad (20.14%) y desconocimiento de la oferta nocturna (11.11%).

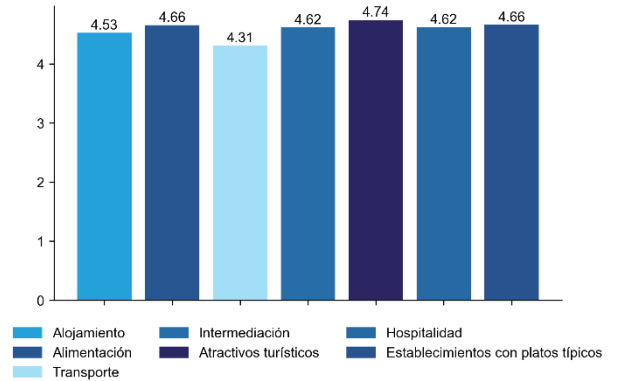


## Expectativa y realidad del destino (Excursionista)



60.1% Cumplió mis expectativas  
37.9% Superó mis expectativas  
2.0% Estuvo por debajo de mis expectativas

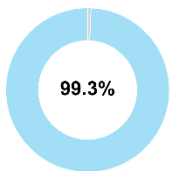
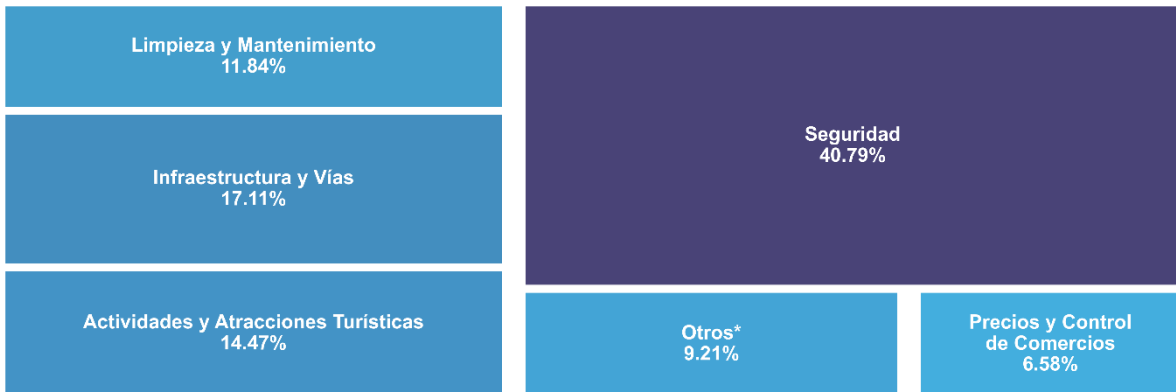
## Satisfacción (Excursionista)



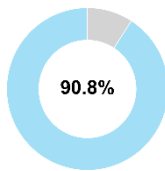
## Experiencia favorita (Excursionista)



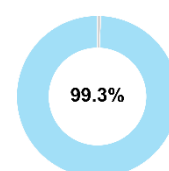
## Recomendaciones (Excursionista)



Porcentaje de excursionistas que recomendarían la visita a Guayaquil

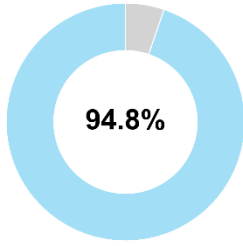


Porcentaje de excursionistas que recomendarían la gastronomía local

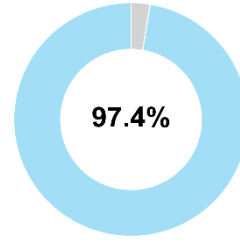


Porcentaje de excursionistas que volverían a visitar Guayaquil

La visita a Guayaquil cumplió (60.1%) o superó (37.9%) las expectativas para la mayoría de excursionistas. Los aspectos más satisfactorios son la hospitalidad local (4.74/5) y los establecimientos con platos típicos (4.66/5). Las experiencias favoritas incluyen los atractivos turísticos (46.4%), la gastronomía local (44.4%) y la amabilidad de los residentes (9.2%). Entre las recomendaciones de mejora, destacan la seguridad (40.79%), infraestructura y vías (17.11%) y las atracciones turísticas (14.47%). Además, el 99.3% recomendaría la visita a Guayaquil, el mismo porcentaje volvería, y un 90.8% recomendaría específicamente la gastronomía local.

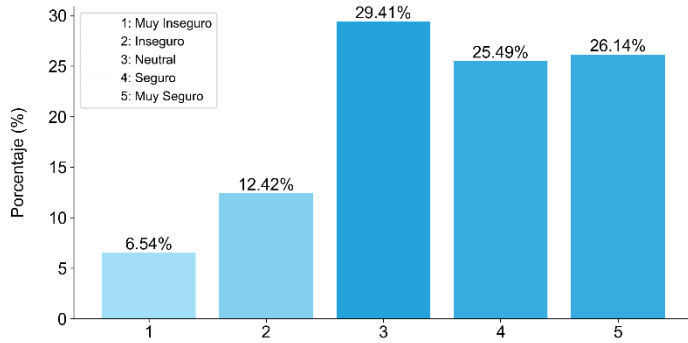


Porcentaje de excursionistas que no presenciaron incidentes

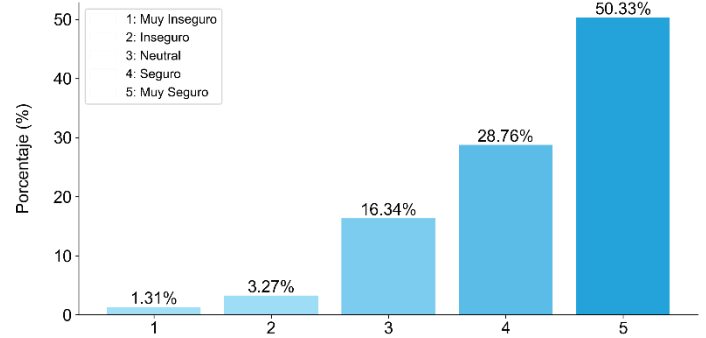


Porcentaje de excursionistas que no experimentaron incidentes

Percepción de seguridad antes de visitar Guayaquil (Excursionista)



Percepción de seguridad después de visitar Guayaquil (Excursionista)



**\$9'483,125**  
Gasto total estimado

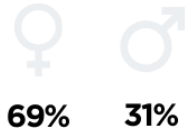
La mayoría de excursionistas no experimentó incidentes (97.4%) ni los presenciaron (94.8%) durante su estancia. La percepción general sobre la seguridad mejoró notablemente tras la visita, pasando del 51.55% con una percepción positiva previa al 79.09% después de la visita. El gasto turístico total estimado de los excursionistas asciende a aproximadamente \$9.5 millones, destacando principalmente el gasto diario en alimentación (\$20.78) y transporte (\$18). Otros gastos relevantes son ropa (\$10.91) y ocio (\$11.54), mientras que los souvenirs representan el gasto más bajo (\$1.31). Estos resultados resaltan el significativo impacto económico de los excursionistas en Guayaquil, junto con una percepción general positiva sobre la seguridad del destino.



## Perfil del entrevistado



13 Entrevistas



## Nacionalidades

VFA (Visita a familiares y amigos)

- Francia
- Canadá
- España
- Estados Unidos



Con fines vacacionales

- Chile
- Australia
- Colombia
- Ecuador

## Hallazgos clave y recomendaciones para el destino



CATEGORÍAS

- Seguridad
- Hospitalidad
- Gastronomía
- Espacios públicos
- Movilidad y transporte
- Acceso a la información
- Violencia y percepción emocional
- Motivaciones emocionales



Miedo constante, percepción de peligro, experiencias de robo o asalto.

Mayor presencia de policía turística, iluminación adecuada, cámaras de vigilancia, rutas seguras.



Visitas por razones afectivas (familia, religión), más que por ocio o turismo tradicional.

Integrar productos turísticos enfocados en la identidad cultural, la memoria y las emociones.



Impacto emocional negativo por noticias de violencia; condiciona el disfrute.

Estrategias comunicacionales positivas, promoción de experiencias reales y seguras.

## Análisis general



Comentarios textuales

### Aspectos positivos

Calidad y sabor de gastronomía local



### Aspectos negativos

Sensación de inseguridad

Todo queda cerca

Atractivo del Malecón 2000 y Las Peñas

Clima tropical

Amabilidad y calidez de habitantes



Tráfico pesado dificulta movilizarse

Falta de información turística

Falta de limpieza en zonas periféricas

"El sitio web de aquí, de donde nosotros vivimos en Canadá, hay la advertencia... estamos en el top de los países peligrosos, hay que trabajar en cómo limpiar esa mala imagen que tenemos en el exterior." (Turista ecuatoriana residente en Canadá)

"Honestamente, me parece inseguro. Me decían: 'No salgan ni a la esquina. Y si vas a salir, quitate anillos, cadenas, ni siquiera lleses el celular'. Quedé tan prevenida con todo eso que prácticamente no salí. Estuve casi los cinco días en el hotel y todo lo pedí allá porque me daba pánico salir." (Turista Colombiana)

"...el Puerto Santa Ana. Se ha desarrollado muy bien, está la vista del río, hay restaurantes, hay para beber algo. Así debería seguirse impulsando." (Turista de EE. UU.)

"El solo hecho de destino gastronómico, ustedes irían muchísimo más lejos que Perú. También estaba en Perú y la verdad es que la comida de acá me gustó muchísimo más." (Turista de Chile)



## Análisis de las perspectivas de los visitantes

### 1. Introducción

Este informe presenta resultados cualitativos obtenidos a partir de 13 entrevistas semiestructuradas realizadas en marzo de 2025 a turistas que visitaron Guayaquil durante el último año. El reporte profundiza sobre temas emergentes, historias vividas, así como aspectos positivos y negativos que los visitantes de la ciudad reportan como parte integral de su experiencia. A partir de estos hallazgos, se realizan recomendaciones para la toma de decisiones y elaboración de política pública.

El objetivo del estudio es analizar la experiencia turística y la percepción de lugar en la ciudad de Guayaquil en un contexto de inestabilidad política y crisis de seguridad. La información servirá de base para desarrollar estrategias de planificación y para el diseño de proyectos relacionados a la recreación, uso del tiempo libre, uso del espacio público, turismo, patrimonio y otros relacionados con la economía de ocio y del visitante. Adicionalmente se espera que sirva de base para fomentar el diálogo entre los distintos actores del sector turístico del cantón y que proporcione información confiable para los procesos de toma de decisiones de los miembros del sector empresarial de la ciudad y otras organizaciones sociales e instituciones afines.

### 2. Metodología

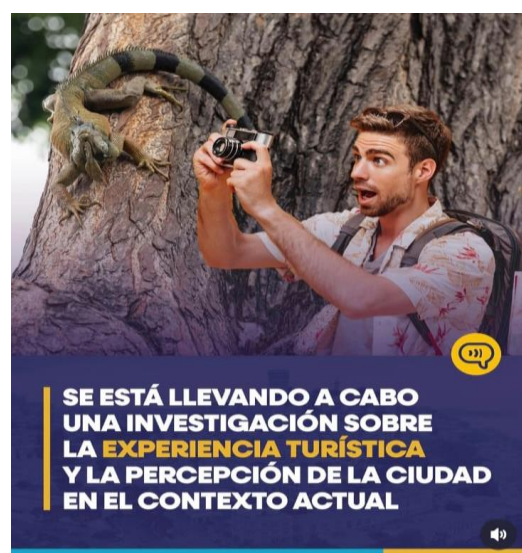
El propósito del componente cualitativo del estudio de demanda, es identificar los aspectos que conforman la experiencia de los visitantes de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a la relevancia que les dan los mismos visitantes. La investigación cualitativa, con su énfasis en la experiencia, la perspectiva, el significado y la subjetividad de los entrevistados, ofrece información adicional a la obtenida por encuestas y otros medios cuantitativos, que permite interpretar las complejidades de los fenómenos sociales en su contexto y averiguar el *cómo* y el *porqué* de los comportamientos y percepciones de los visitantes (Lim, 2024). En este estudio, los datos cualitativos complementan y profundizan los datos cuantitativos y a la vez permiten explorar ángulos emergentes en los testimonios (Hancock, Ockleford & Windridge, 2001) ya que la flexibilidad del instrumento permite dar seguimiento a respuestas interesantes o inesperadas, hacer preguntas aclaratorias o profundizar en puntos específicos de la experiencia turística que surgen de forma natural durante las conversaciones (Robson, 2024).

Para empezar, se diseñó un protocolo de entrevista que incluye información sobre los objetivos y alcance del estudio, el formulario de consentimiento informado, los contactos de los investigadores y el cuestionario o guía de entrevista. Esta última se diseñó adaptando el marco metodológico propuesto por Castillo-Montoya (2016) en el que se siguen cuatro fases: primero, se revisa la literatura existente relacionada a la experiencia turística (Urieli, 2005; Stienmetz, Kim, Xiang, & Fesenmaier (2021) y la gestión de destinos turísticos en crisis y policrisis (Bianchi & Milano, 2024; Boluk, Higgins-Desbiolles, Akhoundoghli, 2024; Gosling & Scott, 2025). En esta primera etapa se examinaron resultados anteriores del observatorio, así como los documentos contractuales para garantizar que las preguntas de la entrevista se alineen con las preguntas de investigación y permitan profundizar resultados previos. Estos insumos sirvieron de base para diseñar una conversación con preguntas semiestructuradas o guía de entrevista (Robson, 2024). A continuación, se distribuyó el protocolo con el equipo investigador para recibir



comentarios, y finalmente, se puso a prueba el instrumento con dos entrevistas iniciales, a partir de las cuales se hicieron ajustes al instrumento.

Con respecto al diseño muestral (Czernek-Marszałek, & McCabe, 2024) como punto de partida inicial, se ha propuesto que durante el año de recolección de información (2025), se conduzcan 40 entrevistas semiestructuradas, de manera que cada reporte trimestral se realice a partir de al menos 10 entrevistas. Con respecto al método de muestreo, se evitó el posible sesgo del muestreo no probabilístico, evitando activamente contactar a contactos personales de los investigadores (Robson, 2024). El muestreo probabilístico se procuró a partir de dos mecanismos, uno, el M.I. Municipio de Guayaquil hizo una convocatoria pública de participantes por medio de las redes sociales de Guayaquil Turismo, a través de la cual se reclutaron participantes, y dos, escogiendo participantes de manera aleatoria de entre los viajeros de la zona de partidas internacionales del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil. Los criterios de selección de los participantes fueron: no residentes en Ecuador, que hayan viajado a Guayaquil durante los últimos 12 meses y mayores de 18 años (Figura 1).



**GUA  
YA  
QUIL**  
*atrae*  
**espol** Escuela Superior  
Politécnica del Litoral





Figura 1. Convocatoria en Instagram desde la cuenta Guayaquil Turismo @gyeturismo

Se condujo 13 entrevistas se realizaron a turistas que visitaron Guayaquil en marzo de 2025. La mayoría de los entrevistados provienen del extranjero, turistas de Francia, Canadá, España y Estados Unidos. En su mayoría, estos visitantes son inmigrantes que regresan temporalmente a la ciudad para visitar a familiares. Por otro lado, también se entrevistó a turistas provenientes de Chile, Australia y Colombia, quienes visitan Guayaquil con fines vacacionales. Asimismo, se contó con la participación de un turista nacional, de acuerdo con la Tabla 1.

# de entrevista	País de residencia	Ciudad/Estado de residencia	Fecha de la entrevista	Sexo	Duración	Modalidad	Consetimiento informado
1	EEUU	FLORIDA	7/3/2025	Femenino	0:21:12	Presencial	Verbal
2	EEUU	NEW YORK	7/3/2025	Femenino	0:17:26	Presencial	Verbal
3	ESPAÑA	MADRID	13/3/2025	Femenino	0:14:44	Presencial	Escrito
4	EEUU	NEW YORK	13/3/2025	Femenino	0:24:01	Presencial	Verbal
5	EEUU	FLORIDA	15/3/2025	Masculino	0:15:38	Virtual	Verbal
6	AUSTRALIA	-	17/3/2025	Femenino	0:09:00	Presencial	Escrito
7	ECUADOR	MACHALA	17/3/2025	Femenino	0:18:25	Virtual	Verbal
8	EEUU	EAST ORANGE	17/3/2025	Masculino	0:10:12	Presencial	Escrito
9	CHILE	SANTIAGO CHILE	18/3/2025	Femenino	0:08:50	Presencial	Escrito
10	EEUU	HARRISON	18/3/2025	Masculino	0:10:11	Presencial	Verbal
11	FRANCIA	PARIS	18/3/2025	Masculino	0:21:09	Presencial	Escrito
12	CANADÁ	MONTREAL	19/3/2025	Femenino	0:30:50	Virtual	Verbal
13	COLOMBIA	MEDELLÍN	19/3/2025	Femenino	0:12:35	Presencial	Verbal



Tabla 1. Perfiles de los participantes del estudio.

Las entrevistas fueron grabadas en audio y transcritas en su totalidad, luego fueron analizadas utilizando técnicas de codificación y análisis temático. Los temas emergentes (codificación inicial) fueron agrupados (codificación axial) y luego se presentan de manera escrita y visual.

### 3. Temas emergentes

El propósito de este análisis es comprender mejor la percepción de los turistas sobre la ciudad, identificar oportunidades de mejora en la oferta turística y proponer estrategias que permitan fortalecer a Guayaquil como destino turístico. A continuación, se aborda aspectos clave como seguridad, gastronomía, movilidad y los atractivos turísticos más valorados por los visitantes.

#### 3.1. Seguridad

La seguridad es un tema recurrente entre los turistas que visitan Guayaquil. Muchos llegan con una percepción negativa de la ciudad, influenciados por noticias y comentarios previos. Como lo menciona un turista joven proveniente de Machala: *“Yo sí estaba como que atento a todas las cosas porque no vamos a negar que siempre se va a escuchar algo que no es tan agradable con respecto a la seguridad.”*

Un alto porcentaje de los entrevistados expresó preocupación por este tema y tomó precauciones durante su estadía. *“Solo fui a los lugares recomendados, éramos tres y fuimos muy cuidadosos. No caminamos por la noche.”* (Turista de Australia).

De manera similar, una turista ecuatoriana residente en España compartió sus recomendaciones para recorrer la ciudad con seguridad: *“Primero que nada, no llevar nada llamativo, carteras o cosas así, y el teléfono, bueno, guardarlo... porque eso es lo que buscan. Y aunque sea cinco dólares, llevarlo en la mano por si viene un ladrón.”*

Otra coincidió en la importancia de la discreción al momento de moverse por la ciudad: *“Tratar de no andar ni con un buen relojito, ni con una buena cadena. Así, sencilla es mejor, para evitar una desgracia que te pueda pasar.”* (Turista ecuatoriano residente en Francia)

Para algunos, la seguridad es un factor determinante al momento de recomendar Guayaquil como destino turístico. La clave para que un visitante quiera regresar es que no tenga una experiencia negativa en este aspecto. Como lo expresó un turista de EE. UU: *“Quien visita Guayaquil querrá volver, siempre y cuando no tenga una mala experiencia en términos de seguridad.”*

No obstante, ciertos sitios turísticos generan una mayor sensación de seguridad. El Malecón 2000 es frecuentemente mencionado como una de las zonas más seguras para recorrer, mientras que Las Peñas es apreciada por su belleza y valor cultural, aunque algunos visitantes prefieren evitarla en horario nocturno.

Un turista destacó algunos de estos lugares como espacios ideales para disfrutar con tranquilidad: *“Sitios como Las Peñas, el Malecón 2000 y la zona de Urdesa son perfectos para pasear, estar tranquilo con los amigos o la familia. Es un ambiente ameno y seguro.”* (Turista de Machala).



Por otro lado, la percepción sobre la presencia policial en la ciudad es variada. Algunos turistas destacan su visibilidad en ciertos sectores, mientras que otros consideran que en algunas áreas es insuficiente. *"En el parque Samanes no hay mucha seguridad, pero en el estadio de Barcelona, que dicen que es peligroso de noche, la policía estuvo al 100% resguardando a todas las personas."* (Turista ecuatoriano residente en EE. UU.), quien asistió a un partido de fútbol.

Sin embargo, otros consideran que la seguridad en Guayaquil no es muy diferente a la de otras ciudades y que, con las precauciones adecuadas, es posible disfrutar del destino. *"Me sentí segura la mayor parte del tiempo. Vi policías y seguridad. Como en la mayoría de las ciudades, hay delincuencia, hay que tener cuidado. Guayaquil no es la excepción."* (Turista de EE. UU.). Por otro lado, una turista de Chile expresó que, al visitar los sitios turísticos de la ciudad, sintió tranquilidad a pesar de los comentarios previos que había recibido. *"A pesar de lo que te dicen, como te digo, se siente muy tranquilo, la verdad."*

Sin embargo, ciertos incidentes generan preocupación. Un caso particularmente alarmante fue el de una pareja de la tercera edad, ecuatorianos residentes en Nueva York, que sufrió un intento de secuestro.

*"Mi esposo y yo tomamos un taxi y, de repente, dos hombres subieron al vehículo. Nos cubrieron la cabeza con una media y nos quitaron todo el dinero que llevábamos. No pudieron robarnos los teléfonos porque yo había dejado el mío sin batería y [a] mi esposo se le quedó. En un momento mencionaron que iban a pedir rescate, pero al no encontrar celulares, nos abandonaron después de robarnos."*

Tras este traumático suceso, la pareja aseguró que no volverá a Guayaquil ni lo recomendará como destino turístico. *"Después de lo que nos pasó, ya no vamos a regresar. Vamos a tratar de vender [nuestra propiedad] aquí porque tampoco voy a permitir que mis hijos vengan."*

A pesar de estas inquietudes, Guayaquil sigue siendo un destino atractivo por su riqueza. Quienes han disfrutado de su oferta turística destacan que, con las debidas precauciones, es posible tener una experiencia positiva en la ciudad.

Los testimonios reflejan que la seguridad sigue siendo una preocupación constante, afectando la experiencia de los turistas en al menos tres aspectos:

1. En la **toma de decisión sobre si viajar** o no a Guayaquil,
2. En la toma de **decisiones sobre las actividades que se realizan** y los sitios que se visitan una vez estando en la ciudad, y
3. En el **comportamiento del turista en los sitios de visita** en cuanto a horarios de visita, tiempo de estadía, con quiénes van, cómo se visten y qué llevan. Por ejemplo, cuando el turista decide no llevar su teléfono celular por miedo, se pierde la oportunidad de tomar fotos, las cuales se ha demostrado influyen fuertemente sobre la satisfacción y sobre las memorias que los visitantes se llevan de la experiencia turística en general.

### 3.2. Atención y Hospitalidad

Uno de los aspectos más valorados por los visitantes de Guayaquil es la calidez y amabilidad de sus habitantes. Muchos destacan que los guayaquileños están siempre



dispuestos a ayudar, lo que deja una impresión positiva en los turistas. Varios visitantes resaltaron que el trato recibido en la ciudad fue excelente y que la hospitalidad es uno de los puntos más fuertes de su experiencia.

*"La gente, sí, excelente. Sí, no, no, todo perfecto, son súper amables."* (Turista de Chile) Otro turista comparte una opinión similar: *"A mí me parece que fue excelente, el trato de las personas aquí es bueno, muy amables."* (Turista de EE. UU.)

La atención en diferentes espacios también ha sido bien valorada. Algunos visitantes destacaron que en restaurantes, cafeterías y mercados recibieron un trato cordial que hizo su experiencia más agradable. *"Me atienden bien. Si voy a un restaurante... donde sea, en la cafetería o donde comí lo típico. La gente es agradable. Muy, muy, muy nobles, sí."* (Turista ecuatoriano residente en EE. UU.)

Sin embargo, uno de los visitantes entrevistados expresó que la atención podría mejorar, mencionando diferencias culturales en la forma en que se expresa la amabilidad. *"Yo creo que podrían ser más amables. Sí, lo que pasa es que no sé si es la cultura o qué. Vengo de una ciudad donde todo el mundo te sonríe siempre"* (Turista de Colombia).

A pesar de estas percepciones individuales, la mayoría de los turistas considera que la hospitalidad de los guayaquileños es una de las principales razones por las que recomendarían la ciudad como destino turístico. El trato cálido de su gente contribuye a que los visitantes se sientan bienvenidos y disfruten más su estancia en Guayaquil.

### 3.2. Información previa

Los participantes reportaron en su gran mayoría no haber buscado ningún tipo de información turística antes de venir a la ciudad, ya que venían por temas puntuales como negocios, temas religiosos o visitas a amigos y parientes. Ningún participante reportó haber buscado información en canales oficiales de la ciudad e incluso se reportó no conocer si hay canales de información turística oficiales.

Los participantes reportaron poca o nula planificación previa del viaje. La toma de decisiones se asentó completamente en recomendaciones de amigos y parientes o en recuerdos previos de la ciudad.

### 3.3. Movilidad y Transporte

El tráfico en Guayaquil es una de las principales preocupaciones de los turistas. Muchos visitantes mencionan que la congestión vehicular puede afectar su experiencia en la ciudad, especialmente en horarios de mayor circulación.

*"muy [lenta], mucho tráfico. En Guayaquil debería haber mucho más, mucha más educación vial... Uno no va a poder acceder a los lugares turísticos en el tiempo que uno tiene previsto."* (Turista de EE. UU.)

La manera de conducir en la ciudad también genera comentarios entre los visitantes, quienes consideran que mejorar la educación vial contribuiría a una mejor movilidad. *"La gente conduce como loca. La educación vial sería de mejorarla."* (Turista de Colombia). En particular, algunos turistas han señalado la falta de orden en el transporte público, ya que muchos buses no respetan los límites de velocidad ni las paradas establecidas, lo que genera inseguridad tanto para pasajeros como para peatones. *"¿Cómo se sube ahí[a los buses]? Si van a toda velocidad, no hay orden. Se debería decir: 'A ver, este bus va a parar*



*aquí.' Y aquí hay que esperar hasta que todos suban!'"* (Turista ecuatoriana residente en España).

Debido a estas dificultades, muchos turistas optan por utilizar taxis o transporte privado en lugar del transporte público. En este sentido, algunos visitantes destacan que el servicio de Uber en Guayaquil ha sido una opción segura y accesible.

*"Yo uso Uber y eso es una gran ventaja, porque es muy barato aquí y me dio mucha seguridad. He usado Uber en otras partes y es carísimo, eso es lo bueno de Guayaquil."* (Turista de EE. UU.).

Asimismo, varios turistas sugirieron que sería útil mejorar la información turística en ciertos puntos de la ciudad, lo que facilitaría la experiencia para quienes desean explorar más a fondo. *"Se podría mejorar un poco la información. Afortunadamente, Google Maps y TripAdvisor te sirven muchísimo. Pero en el caso de Google Maps, algunas calles no tienen actualizado su nombre."* (Turista de Chile)

3.4. Limpieza y mantenimiento  
La limpieza en Guayaquil ha sido un tema destacado por algunos turistas, especialmente en zonas turísticas como el Malecón 2000 y Las Peñas, donde se percibe un mantenimiento constante y un esfuerzo visible por conservar estos espacios en buen estado. *"He visto que sí le dan mantenimiento al Malecón, Las Peñas, se ve bien, en buen estado."* (Turista ecuatoriano residente en Francia)

No obstante, algunos visitantes han expresado su preocupación por la acumulación de basura en ciertas partes de la ciudad, lo que afecta la imagen del destino y la experiencia del turista. *"La ciudad no es muy limpia, los lugares turísticos están bien, las avenidas no tanto."* (Turista de EE. UU.). Otro turista mencionó que, especialmente en las noches, notó una cantidad inusual de basura, lo que le generó una impresión negativa de la ciudad. Sin embargo, locales le explicaron que esto se debe a los horarios de recolección de desechos. *"Hay mucha basura, y eso da una mala imagen a la ciudad."* (Turista de Machala). Estos comentarios reflejan la necesidad de mejorar la gestión de residuos y concienciar sobre los horarios de recolección para evitar que los desechos acumulados impacten la percepción de los visitantes.

Si bien se reconoce el esfuerzo de las autoridades en los puntos turísticos más concurridos, se considera que las zonas menos visitadas requieren mayor atención en cuanto a limpieza y mantenimiento. Algunos turistas creen que mejorar la recolección de basura y la infraestructura de residuos en espacios públicos contribuiría significativamente a la percepción del destino.

Además, varios entrevistados destacaron la necesidad de campañas de concienciación sobre la limpieza, dirigidas tanto a residentes como a turistas, para fomentar el respeto por los espacios públicos y fortalecer la imagen de la ciudad como un destino más atractivo y acogedor.

*"Hacer una campaña de sensibilización sobre limpieza en lugares turísticos ayudaría mucho."* (Turista ecuatoriana residente en Canadá)

3.5 Atractivos turísticos, nostalgia y emociones



Los turistas que visitan Guayaquil destacan principalmente el Malecón 2000 y Las Peñas como sus lugares favoritos, apreciando tanto su belleza como la sensación de seguridad que ofrecen. Algunos visitantes sugieren recuperar actividades tradicionales, como las regatas en el Salado. *"Regatas en el Salado, eso era una expectativa, eso era unos 40 años atrás, se debería reanudar."* (Turista de EE. UU.). Asimismo, consideran que Guayaquil podría aprovechar mejor su entorno natural y su conexión con el río para diversificar las experiencias turísticas. *"Mucho más provecho al transporte fluvial del río Guayas."* (Turista de EE. UU.). Estos comentarios reflejan el interés de los turistas por una oferta turística más variada.

Además, varios turistas mencionaron que les gustaría ver espectáculos folclóricos que representen la identidad de la ciudad. *"Shows, me gustaría ver algún tipo de show folclórico, algo que represente Guayaquil."* (Turista de EE. UU.) Esta solicitud refleja un interés en experiencias culturales más auténticas que les permitan conectar más profundamente con la esencia de la ciudad.

A pesar de que lugares como el Puerto Santa Ana han sido mencionados como ejemplos exitosos de desarrollo turístico, gracias a su vista al río y su variedad de restaurantes, algunos visitantes consideran que se debería seguir impulsando este tipo de espacios en la ciudad. *"Un lugar que me gusta, que se ha desarrollado, es el Puerto Santa Ana. Se ha desarrollado muy bien, está la vista del río, hay restaurantes, hay para beber algo. Así debería seguirse impulsando."* (Turista de EE. UU.). Esta percepción resalta la importancia de continuar fomentando proyectos similares que fortalezcan la oferta turística de Guayaquil.

En términos de las emociones que los visitantes experimentan al recorrer la ciudad, algunos destacaron la nostalgia por Guayaquil y el sentido de pertenencia. *"Mi ciudad, yo soy de Guayaquil, así que mucha nostalgia y, como te digo, escuchar la música, ver tu gente, escuchar tu idioma."* (Turista ecuatoriana residente en Canadá). Otros mencionaron que ciertos espacios, como los parques y las iglesias, les transmitieron una sensación de calma. *"Los parques, la catedral y las otras iglesias, yo sentí tranquilidad en estos sitios."* (Turista de EE. UU.).

Por otro lado, una de las innovaciones que más ha impresionado a los turistas es la Aerovía. Varios visitantes destacan la experiencia de recorrer la ciudad desde las alturas y consideran que es una gran innovación para el transporte urbano. *"La Aerovía está siendo muy aprovechada, yo he traído amigos argentinos, se han quedado muy impresionados porque pasa sobre la ciudad."* (Turista ecuatoriana residente en EE. UU.). Sin embargo, en el levantamiento de información a través de encuestas, algunos visitantes han sugerido mejorar la limpieza de los techados de los edificios, ya que desde la parte superior se percibe cierto descuido, lo que afecta la imagen de la ciudad. Adicionalmente mencionaron que es una lástima que no haya qué hacer en Durán cuando uno llega en la Aerovía.

### 3.6 Gastronomía

La comida típica de Guayaquil fue altamente valorada por los turistas, quienes destacaron tanto su sabor como su accesibilidad económica. Muchos mencionaron que los precios son muy asequibles, lo que les permitió disfrutar de una experiencia gastronómica variada sin un gran gasto. *"Bueno, ¡qué comida tan buena y barata! Yo destacaría eso."* (Turista de EE. UU.) Además, algunos visitantes señalaron que la gastronomía de la ciudad superó



incluso sus expectativas en comparación con otros destinos. *"El solo hecho de destino gastronómico, ustedes irían muchísimo más lejos que Perú. También estaba en Perú y la verdad es que la comida de acá me gustó muchísimo más."* (Turista de Chile)

Existe también un claro interés en que se promuevan más los platillos tradicionales de la región y se diversifiquen las opciones gastronómicas disponibles. Algunos turistas sugirieron la implementación de espacios que podrían ofrecer una variedad de platos típicos locales. *"Se puede implementar containers que vendan nuestros platos típicos. Que tenemos muchos, tenemos muchísimos."* (Turista ecuatoriana que reside en Canadá)

En general, la comida fue un aspecto destacado de la visita, con muchos turistas considerando a Guayaquil como un destino gastronómico que merece ser reconocido aún más. *"Una ciudad tranquila, agradable, con una comida deliciosa."* (Turista de EE. UU.).

### 3.7. La imagen de Guayaquil en el extranjero

La imagen de Guayaquil en el extranjero se ha visto afectada principalmente por la percepción de inseguridad, lo que ha generado advertencias en sitios web de viaje y organismos internacionales. Algunos turistas mencionan que antes de visitar la ciudad ya habían escuchado comentarios negativos, lo que influyó en sus expectativas.

Una turista ecuatoriana residente en Canadá señaló que en su país existen alertas oficiales que advierten sobre los peligros de viajar a Guayaquil. *"El sitio web de aquí, de donde nosotros vivimos en Canadá, hay la advertencia... estamos en el top de los países peligrosos, hay que trabajar en cómo limpiar esa mala imagen que tenemos en el exterior."* Esto indica que la mala reputación de la ciudad no solo se basa en experiencias personales de los turistas, sino que también es reforzada por información oficial de gobiernos extranjeros.

Además, una turista de Australia mencionó que la información que recibió antes de su viaje no fue favorable y que, aunque no experimentó ningún incidente negativo, se sintió en peligro debido a las advertencias previas. *"Lo que se escucha de la ciudad es malo, deben mejorar eso, no me gustaría regresar así."* Esto demuestra que la percepción de inseguridad no solo disuade a nuevos visitantes, sino que también reduce la posibilidad de que los turistas regresen o recomienden Guayaquil como destino.

Otro factor que influye en esta reputación internacional es el impacto de las redes sociales. Actualmente, cualquier noticia, positiva o negativa, puede viralizarse rápidamente y afectar la percepción de un lugar. *"Todo lo bueno y lo malo se hace viral en redes, por eso se deben arreglar las cosas de forma interna para promocionar algo seguro."* (Turista ecuatoriano residente en Francia). Esta observación resalta la importancia de mejorar las condiciones de la ciudad, ya que, si los problemas persisten, los comentarios negativos continuarán propagándose y los esfuerzos de promoción serán en vano.

Además, la percepción de inseguridad no solo proviene de fuentes internacionales, sino también de comentarios a nivel local. Una turista de Colombia relató cómo las advertencias recibidas en su el hotel influyeron en su experiencia:

*"Honestamente, me parece inseguro. Me decían: 'No salgan ni a la esquina. Y si vas a salir, quítate anillos, cadenas, ni siquiera llesves el celular'. Quedé tan prevenida con todo eso que prácticamente no salí. Estuve casi los cinco días en el hotel y todo lo pedí allá porque me daba pánico salir."*



Este testimonio resalta cómo la percepción de inseguridad no solo afecta la imagen de Guayaquil en el extranjero, sino que también se refuerza a nivel local, generando una experiencia limitada para algunos visitantes.

No obstante, algunos turistas han encontrado una realidad diferente a la que esperaban, expresando sorpresa al sentirse seguro durante su estadía en Guayaquil, a pesar de las advertencias previas. *"Escuché en las noticias que Ecuador es un país violento, pero mi experiencia fue completamente distinta. No tuve ningún problema y me sentí seguro en todo momento."* (Turista de EE. UU). Este testimonio sugiere que, si bien la ciudad enfrenta desafíos en su imagen internacional, la experiencia real de algunos viajeros puede ser más positiva de lo que se percibe desde el exterior.

#### 4. Análisis general

##### 4.1. Aspectos positivos

- Belleza y atractivo del Malecón 2000 y Las Peñas.
- Calidad y sabor de la gastronomía local.
- Amabilidad y calidez de los habitantes.
- Clima tropical, aunque algunos mencionan que puede ser muy caluroso en ciertas épocas del año.
- Todo queda cerca

##### 4.2. Aspectos negativos

- Sensación de inseguridad en algunas zonas.
- Tráfico pesado y dificultad para movilizarse.
- Falta de información turística accesible en ciertos puntos.
- Limpieza en zonas periféricas de la ciudad.

##### 4.3. Hallazgos clave

Los hallazgos clave y recomendaciones para el destino turístico se resumen a continuación:

Categoría	Hallazgos clave	Recomendaciones para el destino
<b>Seguridad</b>	Miedo constante, percepción de peligro, experiencias de robo o asalto.	Mayor presencia de policía turística, iluminación adecuada, cámaras de vigilancia, rutas seguras.
<b>Hospitalidad local</b>	Valoración positiva de la amabilidad de los residentes, especialmente en espacios informales.	Capacitación en atención turística y fomento de interacciones seguras y genuinas con visitantes.
<b>Gastronomía</b>	Experiencia culinaria como punto fuerte y memorable.	Fortalecer rutas gastronómicas y promover platos típicos con identidad local.



<b>Espacios públicos</b>	Contrastes entre zonas cuidadas (Malecón, Puerto Santa Ana) y otras abandonadas o deterioradas.	Mantenimiento urbano constante y recuperación de espacios subutilizados.
<b>Movilidad y transporte</b>	Tráfico desorganizado, taxis inseguros, Uber valorado, falta de señalización clara.	Mejorar transporte turístico formal, señalética y conectividad intermodal.
<b>Acceso a información</b>	Ausencia de señalización turística, desconocimiento del destino antes de llegar.	Crear mapas físicos y digitales, apps, puntos de información turística accesibles.
<b>Violencia y percepción emocional</b>	Impacto emocional negativo por noticias de violencia; condiciona el disfrute.	Estrategias comunicacionales positivas, promoción de experiencias reales y seguras.
<b>Motivaciones emocionales</b>	Visitas por razones afectivas (familia, religión), más que por ocio o turismo tradicional.	Integrar productos turísticos enfocados en la identidad cultural, la memoria y las emociones.

#### 5. Acciones de gestión y política pública

Para mejorar la experiencia turística en Guayaquil, se destacan varias áreas clave en las que se podrían implementar acciones específicas:

1. **Seguridad, señalización e información:** Es fundamental fortalecer la presencia policial en las zonas turísticas más concurridas, complementándola con la instalación de cámaras de seguridad. Con respecto a información turística se debe diseñar una estrategia clara de información que incluya a la etapa pre-viaje, durante el viaje y que incluso, provea información para fomentar acciones post-experiencia como por ejemplo, postear en redes sociales con un hashtag específico y compartir memorias que sirvan a futuros turistas que buscan información. Desarrollar campañas que generen confianza y que guíen a los turistas en la toma de decisiones contribuiría significativamente a que los visitantes se sientan más seguros y disfruten de una experiencia más tranquila durante su estancia en la ciudad. Además, el desarrollo de un mapa turístico de la ciudad es fundamental para delimitar espacios turísticos y sendas de traslado que los turistas se sientan seguros de recorrer. La disponibilidad de información turística analógica en puntos de interés garantizaría una visita más fluida y enriquecedora.
2. **Patrimonio gastronómico:** La creación de espacios específicos para promover los diferentes platos típicos de la ciudad, como mercados o containers gastronómicos, sería una excelente manera de atraer tanto a turistas como a residentes. Esto permitiría a los visitantes disfrutar de una experiencia culinaria más completa y variada, destacando los sabores tradicionales de Guayaquil. Los participantes sugirieron que la gastronomía siempre esté ligada a eventos patrimoniales y mercados de artesanías.
3. **Movilidad urbana:** Para mejorar la experiencia de los turistas en la ciudad, es fundamental optimizar las opciones de transporte turístico, asegurando vehículos adecuados y accesibles. Asimismo, una señalización más clara y eficiente facilitaría la movilidad de los visitantes, permitiéndoles desplazarse con mayor

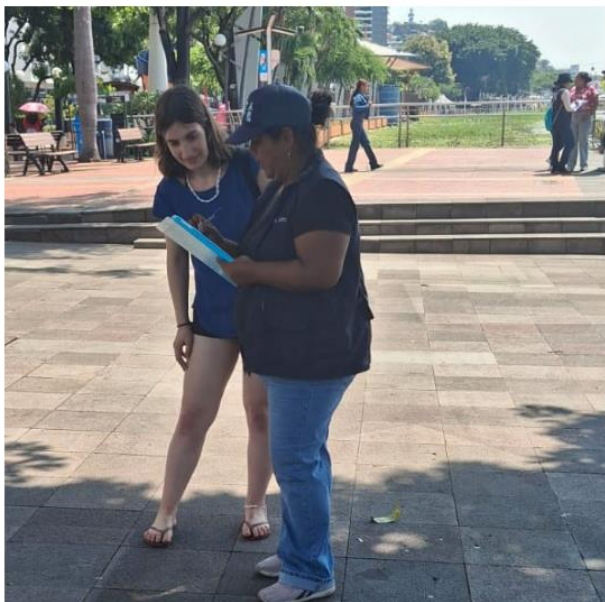


seguridad y comodidad. Además, se debe fortalecer la educación vial tanto para conductores como para peatones, promoviendo un tránsito más fluido y seguro.

4. **Desarrollo de experiencias patrimoniales y auténticas en el espacio público:** Desarrollar más actividades culturales, como espectáculos folclóricos y eventos patrimoniales en espacios públicos, así como ampliar la oferta de actividades recreativas al aire libre. En este aspecto se recomienda fuertemente que las experiencias que se diseñen estén dirigidas primordialmente a los residentes de la ciudad, para garantizar su sostenibilidad económica en el tiempo. Otro aspecto fundamental es que los eventos y experiencias estén fuertemente comprometidas con la autenticidad y ligadas al patrimonio y gastronomía de la ciudad. Es importante que apelen a sentimientos y emociones relacionadas con la identidad, la nostalgia, la alegría y la resiliencia del pueblo Guayaquileño. La programación de eventos debe ser anual, fácil de recordad clara y recurrente, por ejemplo, todos viernes música en vivo en Las Peñas al atardecer, mercado de artesanías todos los sábados en la Calle Panamá, desfile cada año el 25 de Julio.
5. **Desarrollo de una narrativa optimista y monitoreo de la reputación en línea:** Es importante monitorear la reputación de Guayaquil en plataformas de turismo y trabajar en mejorar la percepción de seguridad a través de la gestión de opiniones post-experiencia y testimonios en redes sociales, sitios de reseñas y foros de turismo. Un aspecto fundamental es apelar a las emociones y a la nostalgia para fomentar la visita de migrantes que vienen a ver a sus familias. Como indicó un turista:

*“Escuchar la música, ver tu gente, escuchar tu idioma... hay un contacto ahí de tus raíces y la comida también... Es muy lindo.”*

— Entrevistado guayaquileño residente en el exterior.





**ALCALDÍA  
DE GUAYAQUIL**

**GUA  
YA  
QUIL**  
*atrae*

**espol**<sup>®</sup> Escuela Superior  
Politécnica del Litoral

**OBSERVATORIO  
TURÍSTICO DE  
★ GUAYAQUIL ★**

