



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

TEMA:

**“LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE LA INFORMALIDAD EN LOS
SERVICIOS DE LA PLAYA CHIPIPE - SALINAS, COMO IMAGEN DE
DESTINO TURÍSTICO, PERÍODO 2025-2026”**

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

AUTORA:

María Fernanda Holguín Anastacio

PLAYAS – ECUADOR

AGOSTO – 2026

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, "La percepción del turista sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe - salinas, como imagen de [destino turístico, periodo 2025-2026]", elaborado por el/la Sr./Srta. María Fernanda Holguin Anastacio, egresado(a) de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de licenciada en turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

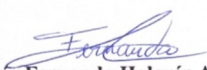
Atentamente

Lic. Estuardo Vinicio Fuenmayor Trujillo Mgtr.
Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “La percepción del turista sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe - salinas, como imagen de destino turístico, período 2025-2026.”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Maria Fernanda Holguin Anastacio con cédula de identidad número 095197455-9 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.


Maria Fernanda Holguín Anastacio
C.C. No.: 095197455-9

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por ser mi fortaleza, por guiar cada uno de mis pasos y por darme la sabiduría, la paciencia y la perseverancia necesaria para culminar esta importante etapa de mi vida. Sin su bendición, este logro no habría sido posible.

A mis padres Rafael y Azucena, por su amor incondicional, sus sacrificios, su apoyo constante y por creer en mí incluso en los momentos en los que yo misma dudé de mis capacidades. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia; este logro también les pertenece.

A mis hermanos Shirley y Cristhian y a mis sobrinos Sebastián, Sofía y Sara quienes, con su cariño, palabras de aliento y compañía fueron una fuente de motivación para seguir adelante y no rendirme ante las dificultades que se presentaron durante este camino. Los amo a ustedes con todo mi ser, gracias por ser mi familia.

A todas aquellas personas que, de una u otra manera, me impulsaron a continuar mi carrera cuando en varias ocasiones pensé en abandonarla. En especial, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Eimy, por sus palabras de ánimo, al inicio de esta etapa y por recordarme que era capaz de alcanzar esta meta.

A mis profesores, por compartir sus conocimientos, confiar en mis capacidades y contribuir a mi formación profesional y personal a lo largo de estos años.

De manera especial, agradezco a mi tutor de tesis Estuardo Fuenmayor por su orientación, paciencia, disposición y valioso acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Sus enseñanzas y recomendaciones fueron fundamentales para culminar este trabajo con éxito.

A mis amigas con quienes inicié esta hermosa etapa universitaria y que, por diferentes circunstancias, tuvieron que abandonar el camino. En especial a Lisbeth que a pesar de la distancia nunca me ha dejado sola, este logro también es tuyo. Aunque ya no compartimos las aulas, nunca dejaron de estar presentes, brindándome su apoyo, sus palabras de aliento y su amistad sincera. Gracias por celebrar mis logros como si también fueran propios.

Finalmente, agradezco de manera muy especial a mis compañeras Melannye, Dellys y Yaritza, quienes permanecieron a mi lado hasta el último día de esta etapa universitaria. Gracias por compartir conmigo los desafíos, las alegrías, el aprendizaje, las largas jornadas de estudio y cada experiencia vivida. Su amistad, compañerismo y apoyo hicieron que este recorrido fuera mucho más significativo e inolvidable.

A cada persona que formó parte de este proceso, mi más profundo agradecimiento. Este logro es el resultado del esfuerzo personal, pero también del amor, la confianza y el apoyo de quienes caminaron junto a mí. Llevaré siempre conmigo cada enseñanza y cada recuerdo de esta etapa que hoy culmina con satisfacción y gratitud.

Y, por último, pero no menos importante a la UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA, por la oportunidad que me brindo al estudiar en sus instalaciones, siempre agradecida con ustedes.

María Fernanda Holguín Anastacio

Dedicatoria

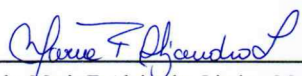
Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por ser la luz que ha guiado mi camino y por sostenerme en los momentos de incertidumbre. Su amor y su presencia me dieron la fortaleza necesaria para afrontar cada desafío y la esperanza para seguir adelante hasta alcanzar esta meta.

A mis padres, quienes representan el mayor regalo que la vida me ha dado. Su ejemplo, dedicación y entrega han sido la base sobre la cual he construido mis sueños y mis aspiraciones. Todo lo que hoy soy y este logro que hoy alcanzo llevan una parte de ustedes, de su esfuerzo silencioso, de sus enseñanzas y del inmenso amor con el que siempre me han acompañado.

A mis hermanos, por formar parte de cada etapa de mi vida y por recordarme, con su cariño y confianza, que los sueños valen la pena cuando se persiguen con determinación. Compartir este momento con ustedes hace que este logro tenga un significado aún más especial.

Esta tesis simboliza el cierre de una etapa llena de aprendizajes, retos y crecimiento personal. La dedico con todo mi amor a quienes han sido mi mayor inspiración y el motivo para seguir avanzando cada día. Que este logro sea también un reflejo de todo lo que juntos hemos construido y un recordatorio de que, con fe, esfuerzo y el apoyo de la familia, los sueños pueden hacerse realidad.

María Fernanda Holguín Anastacio

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

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



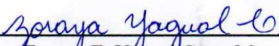
Ec. Hugo A. Alvarez Plúa. Mgs.
PROFESOR ESPECIALISTA



Lic. Estuardo V. Fuenmayor Trujillo. Mgs.
PROFESOR TUTOR



Lic. Miguel A. Orden Mejía. Ph.D.
PROFESOR GUIA DE UIC



Ing. Zoraya E. Yaguar Cruz, Mgs.
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Índice

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO	3
AGRADECIMIENTOS	4
DEDICATORIA	6
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	7
ÍNDICE IMAGEN.....	10
ÍNDICE TABLAS	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN.....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	16
OBJETIVO GENERAL	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	17
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	17
JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	18
JUSTIFICACIÓN SOCIAL	18
MAPEO	18
CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL	20
REVISIÓN DE LITERATURA	20
PERCEPCIÓN DEL TURISTA	25
IMPACTO TURÍSTICO	26
IMPACTO ECONÓMICO	27
IMPACTO MEDIOAMBIENTAL	27
IMPACTO SOCIOCULTURAL	28
BIBLIOMETRIX	29
<i>Red de coocurrencia</i>	<i>29</i>
<i>Distribución bibliométrica de las fuentes mediante la Ley de Bradford</i>	<i>31</i>
<i>Análisis de la producción científica de las fuentes a lo largo del tiempo (2013-2026)</i>	<i>32</i>
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34

POBLACIÓN Y MUESTRA	36
<i>Población</i>	36
<i>Muestra</i>	36
RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.	37
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
ANÁLISIS DE DATOS (CUANTITATIVOS)	38
DISCUSIÓN	46
CAPÍTULO IV. PROPUESTAS	50
<i>CONCLUSIONES</i>	54
<i>RECOMENDACIONES</i>	56
BIBLIOGRAFÍA	57
APÉNDICE.....	60

Índice Imagen

IMAGEN 01 VISTA PANORÁMICA DE LA PLAYA CHIPIPE	23
IMAGEN 02 DIAGRAMA DE FLUJO PRISMA.....	29
IMAGEN 03 MAPA DE CORRELACIÓN	30
IMAGEN 04 EL MAPA TEMÁTICO	30
IMAGEN 05 BIBLIOMETRÍA	32
IMAGEN 06 PRODUCCIÓN CIENTÍFICA	32
IMAGEN 07 MATRIZ FODA REALIZADA PARA LAS PROPUESTAS DE MEJORAS DE LA INFORMALIDAD	51

Índice Tablas

TABLA 01 DATOS SOCIODEMOGRÁFICO	39
TABLA 02 SOCIODEMOGRÁFICO.....	41
TABLA 03 TIPOS DE NEGOCIOS O ACTIVIDADES INFORMALES.....	43
TABLA 04 MEDIA Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR DEL CUESTIONARIO APLICADO A LOS TURISTAS	45

Apéndice

ENCUESTA PARA TURISTAS	60
ENCUESTA A TURISTAS DE FORMS	63
QR DE ENCUESTA VIRTUAL A TURISTAS	63
MATRIZ DE CONSISTENCIA	64
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	65
PLAGIO	67



LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE LA INFORMALIDAD EN LOS SERVICIOS DE LA PLAYA CHIPIPE - SALINAS, COMO IMAGEN DE DESTINO TURÍSTICO, PERÍODO 2025-2026

AUTORA:

María Fernanda Holguín Anastacio

TUTOR:

Lcdo. Estuardo Vinicio Fuenmayor Trujillo Mgtr.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la percepción de los turistas sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe, en el cantón Salinas, y su influencia en la imagen del destino turístico. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de alcance descriptivo y correlacional. La información se recopiló mediante encuestas aplicadas a 385 turistas, utilizando un cuestionario con adecuada confiabilidad. Los resultados evidenciaron que los turistas identifican la presencia de diversas actividades informales, principalmente la venta ambulante de alimentos, bebidas, artesanías y accesorios de playa. Aunque estas actividades son percibidas como factores que pueden afectar el orden y la organización del destino, los visitantes mantienen una valoración favorable sobre la calidad de los servicios recibidos y la atención brindada por los comerciantes. Se concluye que la informalidad influye en determinados aspectos de la gestión turística; sin embargo, no afecta significativamente la imagen general de Playa Chipipe, ya que los turistas priorizan atributos como la belleza natural, el ambiente recreativo y la calidad de su experiencia. En función de estos hallazgos, se proponen estrategias orientadas a la organización, capacitación y formalización progresiva de los servicios informales para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del destino turístico.

Palabras clave: informalidad, servicios turísticos, percepción del turista, imagen del destino, Playa Chipipe.



**TOURIST PERCEPTION OF INFORMALITY IN BEACH SERVICES AT
CHIPIPE BEACH (SALINAS) AND ITS IMPACT ON THE TOURIST
DESTINATION IMAGE: 2025–2026 PERIOD**

AUTHOR:

María Fernanda Holguín Anastacio

ADVISOR:

Lcdo. Estuardo Vinicio Fuenmayor Trujillo Mgtr.

Abstract

The objective of this study was to analyze tourists' perceptions of informality in the services at Chipipe Beach, in the Salinas canton, and its influence on the image of the tourist destination. The study was conducted using a quantitative approach, with a non-experimental design of a descriptive and correlational nature. Data were collected through surveys administered to 385 tourists, using a questionnaire with adequate reliability. The results showed that tourists identify the presence of various informal activities, primarily the street vending of food, beverages, handicrafts, and beach accessories. Although these activities are perceived as factors that may affect the order and organization of the destination, visitors maintain a favorable assessment of the quality of the services received and the customer service provided by vendors. It is concluded that informality influences certain aspects of tourism management; however, it does not significantly affect the overall image of Playa Chipipe, as tourists prioritize attributes such as natural beauty, the recreational atmosphere, and the quality of their experience. Based on these findings, strategies are proposed aimed at the organization, training, and gradual formalization of informal services to strengthen the competitiveness and sustainability of the tourist destination.

Keywords: informality, tourist services, tourist perception, image of the destination, Chipipe Beach.

Introducción

Planteamiento del problema

El turismo constituye una de las actividades económicas de mayor crecimiento a nivel mundial, convirtiéndose en un fenómeno social, cultural y económico de gran relevancia durante los siglos XX y XXI. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), la llegada de turistas internacionales alcanzó aproximadamente 1,4 mil millones de viajeros, reflejando la importancia de esta actividad para el desarrollo de los países y la generación de empleo e ingresos económicos. Asimismo, el crecimiento sostenido de la actividad turística ha incrementado la necesidad de fortalecer la calidad de los servicios, la sostenibilidad de los destinos y la competitividad del sector turístico a escala global para garantizar un desarrollo turístico responsable. (Turismo, ONU, 2025)

En Ecuador, el turismo se ha consolidado como un sector estratégico para el desarrollo económico y social, al contribuir a la generación de empleo, el fortalecimiento de las economías locales y la valorización del patrimonio natural y cultural. Particularmente, la provincia de Santa Elena ha logrado posicionarse como uno de los destinos turísticos más importantes del país debido a sus atractivos naturales, playas y actividades recreativas. En los últimos años, las autoridades provinciales y locales han implementado diversas estrategias orientadas a fortalecer la oferta turística, mejorar la infraestructura y promover la participación de la comunidad en el desarrollo de la actividad turística e incrementar su visibilidad en mercados nacionales e internacionales (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena , 2025).

Sin embargo, a pesar del crecimiento sostenido de la actividad turística a nivel mundial, en el sector persisten desafíos relacionados con la planificación turística, la sostenibilidad ambiental y la informalidad en la prestación de servicios turísticos. Estas situaciones pueden afectar la calidad de la experiencia del visitante y limitar el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. En este contexto, se destaca la importancia de promover una gestión turística basada en principios de sostenibilidad, calidad y gobernanza como elementos esenciales para fortalecer la competitividad de los destinos. (ONU Turismo, 2025)

En concordancia con estas directrices, en Ecuador el establece, mediante la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2631, los requisitos para la certificación de

playas turísticas, orientados a garantizar estándares de calidad, seguridad, gestión ambiental y la satisfacción del turista. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2020)

No obstante, en la actualidad se evidencian diversas problemáticas relacionadas con la presencia de servicios informales, tales como venta ambulante, alquiler de equipos y otros servicios turísticos que operan sin una regulación formal adecuada.

Si bien estos servicios representan una fuente de ingresos para la población local y complementan la atención a los visitantes, también pueden generar inconvenientes relacionados con la organización, higiene, seguridad, calidad del servicio e imagen del destino turístico. Esta situación puede influir directamente en la percepción de los turistas respecto a la experiencia recibida y afectar la competitividad de la playa Chipipe como destino turístico.

Ante esta realidad, surge la necesidad de analizar la percepción de los turistas sobre la informalidad de los servicios ofrecidos en la playa Chipipe, identificando las características de dichos servicios y evaluando su incidencia en la imagen del destino turístico. Los resultados permitirán proponer estrategias de mejora orientadas a fortalecer la calidad de la experiencia turística, contribuir al desarrollo sostenible del sector y mejorar el posicionamiento de la playa Chipipe como uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Santa Elena.

Formulación del problema

¿De qué manera la informalidad en los servicios ofrecidos en la playa Chipipe influye en la percepción de los turistas y en la construcción de la imagen del destino turístico durante el período 2025-2026?

Sistematización del problema

- ¿Qué tipos de servicios informales se ofrecen en la playa Chipipe y cuáles son sus principales características?
- ¿Cuál es la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales de la playa Chipipe, considerando aspectos como atención, seguridad, limpieza y organización?
- ¿Qué estrategias de mejora pueden proponerse para fortalecer la experiencia turística y la imagen de la playa Chipipe como destino turístico?

Objetivo general

Analizar la percepción de los turistas sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe, en Salinas, y su influencia en la construcción de la imagen del destino turístico.

Objetivos específicos

- Caracterizar los servicios informales presentes en la playa Chipipe-Salinas, identificando sus tipos, actividades y formas de operación dentro del entorno turístico.
- Determinar la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales, considerando aspectos relacionados con la atención al cliente, seguridad, limpieza y organización.
- Proponer estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento de los servicios informales, con el fin de mejorar la experiencia turística de los visitantes y contribuir al fortalecimiento de la imagen del destino.

Justificación teórica

La presente investigación se justifica teóricamente debido a la necesidad de generar conocimiento sobre la relación existente entre la informalidad en los servicios turísticos, la percepción de los visitantes y la construcción de la imagen de los destinos turísticos. Aunque la informalidad constituye una realidad presente en diversos espacios turísticos del Ecuador, existen limitados estudios que analicen específicamente cómo este fenómeno influye en la experiencia del turista y en la valoración de los destinos de playa. En este sentido, la investigación aportará evidencia científica sobre la playa Chipipe, contribuyendo al fortalecimiento del conocimiento en el ámbito del turismo sostenible y la gestión de destinos turísticos.

Justificación metodológica

Desde la perspectiva metodológica, la investigación permitirá aplicar técnicas e instrumentos de recolección de información dirigidos a los turistas que visitan la playa Chipipe, con la finalidad de conocer sus percepciones sobre los servicios informales presentes en el destino. La utilización de encuestas y el análisis de la información obtenida facilitarán la generación de resultados confiables que servirán de base para comprender la problemática estudiada y orientar futuras investigaciones relacionadas con la calidad de los servicios turísticos.

Justificación práctica

La investigación posee utilidad práctica porque permitirá identificar cómo la informalidad en los servicios de la playa Chipipe influye en la percepción de los turistas y en la imagen del destino turístico. Los resultados obtenidos podrán servir de apoyo para las autoridades locales, gestores turísticos y prestadores de servicios, proporcionando información relevante para la toma de decisiones y el diseño de estrategias orientadas a mejorar la organización, calidad y sostenibilidad de los servicios ofrecidos. Asimismo, las propuestas de mejora derivadas del estudio podrán contribuir al fortalecimiento de la experiencia turística y a la competitividad del destino.

Justificación social

La investigación presenta relevancia social debido a que el turismo constituye una de las principales actividades económicas de la provincia de Santa Elena y genera beneficios directos para la población local. El estudio contribuirá a identificar oportunidades de mejora que favorezcan tanto a los turistas como a los prestadores de servicios y a la comunidad en general. Una adecuada gestión de los servicios informales puede promover espacios turísticos más organizados, seguros y sostenibles, fortaleciendo la convivencia entre los diferentes actores involucrados y contribuyendo al desarrollo local de la playa Chipipe y del cantón Salinas.

Mapeo

La presente investigación inicia con una introducción en la que se desarrolla el planteamiento del problema, la formulación, la sistematización, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación del estudio. En esta primera parte se analiza la problemática relacionada con los servicios informales que se ofrecen en la Playa Chipipe y la influencia que estos tienen en la percepción de los turistas respecto a aspectos como la atención, seguridad, limpieza y organización del destino turístico. Asimismo, se explica la importancia del estudio para fortalecer la experiencia del visitante y contribuir a una mejor imagen turística de la playa.

El primer capítulo desarrolla el marco teórico de la investigación, en el cual se incluyen antecedentes investigativos y fundamentos conceptuales relacionados con el turismo, los servicios informales, la calidad del servicio, la percepción turística, la satisfacción del visitante y la imagen del destino turístico. Este apartado permite sustentar científicamente el estudio mediante teorías y aportes académicos vinculados con la actividad turística y la experiencia del consumidor en destinos de playa.

El segundo capítulo comprende el marco metodológico de la investigación, donde se describe el enfoque, tipo y diseño de investigación, así como la población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de información. En esta sección se explica el procedimiento utilizado para obtener datos sobre la percepción de los turistas y el funcionamiento de los servicios informales en la playa Chipipe, con el propósito de analizar las condiciones en las que operan y su influencia en la experiencia turística.

El tercer capítulo corresponde al análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la investigación, de acuerdo con los objetivos planteados. En este apartado se presentan los hallazgos relacionados con los servicios informales más frecuentes en la playa Chipipe y la percepción de los visitantes sobre la calidad de dichos servicios. Finalmente, se elaboran conclusiones y recomendaciones orientadas al mejoramiento de la organización, limpieza, seguridad y atención al cliente, con el fin de fortalecer la experiencia turística y contribuir al posicionamiento positivo del destino.

Capítulo I. Marco Referencial

Revisión de literatura

El turismo es una actividad multifacética que comprende es desplazamiento provisional de las personas fuera de su entorno habitual con fines de ocio, recreación negocios u otros motivos, siempre que no implique establecer una residencia permanente en el lugar que se ha visitado. Dichas actividades abarcan varios componente económicos, sociales, culturales y ambientales que interactúan para provocar vivencias destinadas a los visitantes y beneficios para las comunidades receptoras (ONU Turismo, 2024)

Desde una perspectiva global, el turismo no se restringe únicamente al traslado de las personas, sino que también abarca a un sistema conformado por diferentes intérpretes, entre estos los visitantes, prestadores de servicios, instituciones públicas y comunidades locales. La interrelación entre estos elementos permite la creación de productos y vivencias para el turista que influyen en la percepción del turista o visitante y en la competitividad de los destinos.

El desarrollo de las actividades turísticas ha provocado importantes transformaciones en los territorios receptores, debido a aptitud para acelerar la economía local, propulsar el empleo y promover la utilización de recursos naturales y culturales. No obstante, el crecimiento turístico también requiere procesos adecuados de planificación y administración que permiten estabilizar los beneficios económicos con la conservación ambiental y el bienestar de la población local.

Para los destinos costeros como la playa Chipipe, de la provincia de Santa Elena, el turismo constituye una actividad fundamental para la economía local oportuna a la presencia de los recursos naturales y a la llegada constante de los turistas. Sin embargo, la centralización de actividades comerciales vinculadas al turismo también genera mayores desafíos relacionados con la disposición del espacio, la regularización de los servicios y la percepción que el turista se lleva sobre el destino.

Por ellos discernir el turismo desde una perspectiva global permite analizar como diversos elementos que componen la oferta turística influye en la imagen del destino y en la experiencia del turista o visitante.

El comercio informal representa un tipo de actividad económica desarrollada fuera de los marcos legales, administrativos y regulatorios establecidos por las instituciones del estado. Este tipo de comercio asimila aquellas actividades

productivas y comerciales que, aunque produzca ingresos y cumplan una función económica para un establecido grupo social, no se encuentran plenamente penalizados dentro de los sistemas formales de regulación, tributación y protección laboral.

La economía informal, comprende todas aquellas actividades económicas realizadas por trabajadores y unidades productivas que no están suficientemente cubiertas por sistemas formales de regulación o protección (Organización Internacional del Trabajo, 2023).

Esta condición no implica necesariamente actividades ilegales, sino una situación caracterizada por la ausencia de reconocimiento institucional, limitaciones en el acceso a derechos laborales y obstáculos para incorporarse a los mecanismos de desarrollo económico.

Desde una perspectiva social y económica, la informalidad suele emerger como una solución ante diferentes factores estructurales, uno de ellos es el desempleo, junto a la falta de oportunidades laborales, los bajos ingresos y las dificultades que se presentan para acceder a un recurso financiero. “La economía informal constituye una fuente importante de sustento para millones de personas, especialmente en contextos donde el mercado laboral formal no logra absorber completamente la demanda de empleo” (Chen M. A., 2012).

Por esta razón, la formalización del comercio no debe entenderse únicamente como un proceso de control administrativo, sino como planeamientos orientados al enriquecimiento de las habilidades de los comerciantes mediante capacitación, acompañamiento institucional, acceso a las oportunidades económicas y mejora de las condiciones con las que desarrollan sus actividades. De este modo, es posible impulsar una relación equilibrada entre el desarrollo económico local, la satisfacción del visitante y la sostenibilidad de los destinos turísticos.

Turismo

El turismo es una actividad social, cultural y económica que comprende el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar habitual de residencia por motivos de ocio, recreación, negocios u otros fines personales, generando una interacción entre los visitantes, la comunidad receptora y los diferentes servicios turísticos que conforman el destino. Más allá del desplazamiento, el turismo integra un conjunto de actividades económicas relacionadas con el alojamiento, la gastronomía, el transporte, el comercio, la recreación y otros servicios que contribuyen

a satisfacer las necesidades del visitante durante su estancia (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2024).

En la actualidad, el turismo constituye uno de los sectores con mayor capacidad para impulsar al desarrollo económico y social de los territorios, debido a su contribución en la generación de empleo, el fortalecimiento de los emprendimientos locales y la dinamización de actividades comerciales vinculadas directa e indirectamente con la atención al visitante. No obstante, la competitividad de un destino turístico depende no solo de sus atractivos naturales y culturales, sino también de su calidad, organización y diversificación de los servicios que se ofrecen, ya que estos influyen directamente en la experiencia del turista y en la imagen que construye el destino. En este contexto, los servicios turísticos, tanto formales como informales, adquieren especial relevancia para comprender como estos inciden en la percepción del visitante en destinos costeros como la playa Chipipe, ubicada en el cantón Salinas (ONU turismo, 2024)

Turismo en Chipipe

La playa Chipipe se encuentra ubicado en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, en la costa sur del Ecuador. Es considerada una de las playas más representativas del cantón debido a sus aguas tranquilas, arena fina y amplia infraestructura turística, características que la convierten en un destino apropiado para el turismo familiar y recreativo. Su localización dentro de una bahía favorece condiciones de oleaje moderado durante gran parte del año, permitiendo el desarrollo de actividades como natación, deportes acuáticos, caminatas y recreación. Además, el sector dispone de establecimientos de alojamiento, restaurantes, servicios gastronómicos, comercio formal e informal y espacios destinados al esparcimiento de los visitantes, constituyéndose en uno de las principales playas de la provincia de Santa Elena y un importante dinamizador de la actividad económica local. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, 2025).

El entorno de Chipipe concentra diversos atractivos turísticos que complementan la experiencia del visitante y fortalecen la oferta turística del cantón salinas. Entre ellos destaca La Chocolatera y La Lobería, ubicada dentro de la reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE), reconocida por el punto más sobresaliente del Ecuador continental sobre el océano Pacífico y uno de los más prominentes de la costa occidental de Sudamérica. Este sitio ofrece miradores naturales desde los cuales es posible observar un choque de las

corrientes marinas, colonias de lobos marinos, aves marinas y, durante la temporada comprendida entre junio y septiembre, el avistamiento de ballenas jorobadas. Asimismo, en las inmediaciones de Chipipe se encuentran otros atractivos como la playa San Lorenzo, el malecón de Salinas, el muelle turístico y Mar Bravo, conformando un corredor turístico que diversifica las actividades recreativas, deportivas y de naturaleza disponibles para los visitantes y fortalecer el posicionamiento de Salinas como unos de los principales destinos turísticos del litoral ecuatoriano. (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena, 2023)

Imagen 01

Vista Panorámica de la playa Chipipe



Nota. Sacada de página web descubre ecuador

<https://www.descubrecuador.com/item/playa-chipipe/>

Foto panorámica de la playa Chipipe del cantón Salinas donde se muestra la localidad sus atractivos y negocios y sus turistas.

Los negocios turísticos

Los negocios turísticos comprenden el conjunto de empresas y emprendimientos que ofrecen bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los visitantes durante su permanencia en un destino. Entre esos incluyen establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, operadores turísticos, transporte, actividades recreativas comercio de artesanías y otros servicios complementarios que, de manera integrada, contribuyen a la experiencia turística, el adecuado funcionamiento de estos negocios fortalece la competitividad del destino, mejora la satisfacción del visitante y genera beneficios económicos para la comunidad receptora, el dinamizar el empleo, el emprendimiento y la inversión local (Camilleri, 2024).

Los negocios turísticos desempeñan un papel fundamental en la creación del valor dentro de un destino, ya que la calidad de los productos y servicios ofrecidos influyen directamente en la percepción del turismo y en la imagen que este construye del lugar visitado. En destinos costeros como la playa Chipipe, estos negocios incluyen

tanto establecimientos formalmente constituidos como actividades económicas desarrolladas de manera informal, las cuales forman parte de la oferta turística y condicionan la experiencia del visitante. Por ello, resulta indispensable analizar su funcionamiento y organización para comprender su incidencia en la percepción del turista y en la competitividad del destino (Buhalis, 2023).

Negocios turísticos formales

Los negocios turísticos formales son aquellos que desarrollan sus actividades cumpliendo los requisitos legales establecidos por la normativa nacional, tales como el registro de funcionamiento, permisos municipales, licencias, obligaciones tributarias y regulaciones sanitarias. La formalización permite ofrecer mayores garantías de calidad, seguridad y protección tanto para los turistas como para los propios prestadores de servicios, favoreciendo además al acceso a programas de capacitación, financiamiento y promoción institucional (Organización Internacional del Trabajo., 2023).

En la playa Chipipe, las personas que laboran de manera formal necesitan llevar a cabo con los requerimientos establecidos por la legislación ecuatoriana y por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Salinas para desempeñar sus labores de forma legal. Entre los primordiales requisitos se encuentran la obtención, del registro de turismo, cuando la actividad está regulada por el Ministerio de Turismo, la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC); la patente municipal el permiso de funcionamiento por el GAD Municipal de Salinas; el certificado de inspección del Cuerpos de Bomberos, los permisos sanitarios otorgados por la autoridad establecida para asegurar el uso adecuado de alimentos y bebidas. El cumplimiento de los requerimientos asegura que los negocios operen bajo circunstancia de legalidad, seguridad, higiene y calidad, reforzando así la certeza de los turistas, simplificando el desarrollo de control institucional y contribuyendo a una gestión turística ordenada y sostenible del destino.

Negocios turísticos informales

Por el contrario, los negocios turísticos informales corresponden actividades económicas que ofrecen bienes o servicios turísticos sin cumplir total o parcialmente con los requisitos legales exigidos para su funcionamiento. Estas actividades suelen desarrollarse en espacio públicos y representan una fuente de ingresos para numerosos hogares; sin embargo, también puede generar dificultades relacionadas con el

ordenamiento territorial, la competencia desleal, el control sanitario y la percepción de la calidad del destino turístico (Chen & Carré, 2020).

Los negocios informales corresponden a actividades económicas que ofrecen bienes y servicios dirigidos a los visitantes sin cumplir total o parcialmente con los requisitos legales, administrativos o tributarios establecidos con la normativa vigente. Estas actividades constituyen una fuente de ingresos para numerosos emprendedores y forman parte de la dinámica económica de muchos destinos turísticos; sin embargo, también generan desafíos relacionados con la regulación, la calidad del servicio, la competencia con los establecimientos formales y la gestión del espacio público. En este sentido, la informalidad turística representa un fenómeno complejo que requiere estrategias de gestión orientadas a equilibrar el desarrollo económico local con la sostenibilidad y la competitividad del destino (Lei et al., 2022).

Percepción del Turista

La percepción del turista constituye el proceso mediante el cual los visitantes valoran e interpretan los atributos de un destino turístico a partir de las experiencias obtenidas durante su visita. Esta valoración construye considerando aspectos como la calidad de los servicios, la atención recibida, la seguridad, la limpieza, la infraestructura, el entorno y las interacciones que el turista mantiene con la comunidad local, factores que influyen directamente en su satisfacción y en la imagen que desarrolla el destino. (Stylidis, 2022).

La percepción del turista es un elemento fundamental para comprender como los visitantes forman la imagen de un destino y evalúan la calidad de su experiencia. Esta percepción no depende únicamente de los atractivos turísticos, sino también de las interacciones con los residentes, la organización del espacio, la prestación de los servicios y las actividades económicas presentes en el destino. En lugares de sol y playa, la presencia de negocios turísticos formales e informales constituyen uno de los factores que pueden influir en la percepción del visitante, al incidir en aspectos como el orden, la seguridad, la accesibilidad y la calidad de la experiencia turística (Telma, Arnaldo, & Cristela, 2021).

Imagen del destino turístico

La imagen del destino turístico es el conjunto de percepciones, creencias e impresiones que un turista desarrolla sobre un lugar a partir de la información recibida y de la experiencia vivida. Una imagen positiva fortalece la competitividad del destino,

incrementa la satisfacción del visitante y favorece su intención de recomendarlo y volver a visitarlo (Wang et al., 2023).

Motivaciones de Turistas

Las motivaciones del turista corresponden al conjunto de necesidades, intereses y deseos que impulsan a una persona a realizar un viaje y a seleccionar un destino determinado. Estas motivaciones pueden estar asociadas con la búsqueda de descanso, recreación, contacto con la naturaleza, interacción social, aprendizaje, cultural o nuevas experiencias, conviniendo en factores que orientan el comportamiento del visitante y condicionan su proceso de toma de decisiones. Asimismo, las motivaciones influyen en las expectativas que el turista genere antes del viaje y en la forma en que evalúa la experiencia vivida durante su estancia (Chen et al., 2022).

Las motivaciones del turista también desempeñan un papel fundamental en la formación de la imagen del destino y en la intención de visitarlo o recomendarlo. Los factores internos o de impulso motivan el deseo de viajar, mientras que los factores externos o de atracción, como la calidad de los servicios, los recursos naturales, la seguridad, la organización y la oferta turística, influyen en la elección del destino. En consecuencia, comprender las motivaciones del visitante permite diseñar estrategias que fortalecen la competitividad turística y mejoran la experiencia ofrecida en destinos de sol y playa. (Dila, Fang, & Joanne, 2022).

Impacto turístico

El impacto turístico se entiende como el conjunto de transformaciones económicas, socioculturales y ambientales que se generen como consecuencia de la interacción entre los turistas, la comunidad receptora y el entorno donde se desarrolla la actividad turística. Estos impactos pueden ser positivos, al contribuir al crecimiento económico, la generación de empleo y la valorización del patrimonio local, o de manera negativa cuando producen presión sobre los recursos naturales, cambios socioculturales o afectaciones en la dinámica de la comunidad receptora (Mathieson & Wall, 1982).

Asimismo, los impactos del turismo son dinámicos y su magnitud depende de diversos factores, entre ellos la capacidad de gestión del destino, la planificación turística, las políticas públicas implementadas, la calidad de los servicios ofertados, es contexto sociocultural y la intensidad con la que se desarrolla la actividad turística. Una adecuada gestión permite potenciar los beneficios del turismo y minimizar sus

efectos negativos, favoreciendo el desarrollo sostenible de los destinos (ONU Turismo, 2025)

Impacto económico

El impacto económico del turismo hace referencia a los efectos que generan esta actividad sobre la economía de un territorio mediante la creación de empleo, el aumento de ingresos, la dinamización de sectores productivos y el fortalecimiento de actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos. La actividad turística puede convertirse en un instrumento de desarrollo local cuando existe una adecuada planificación, permitiendo aprovechar los recursos del destino y generar beneficios para la población residente (Cárdenas-García & Alcalá-Ordoñez, 2023).

Además, el crecimiento turístico puede impulsar otros sectores económicos vinculados al comercio, alojamiento, alimentación y transporte, favoreciendo la inversión y la circulación económica dentro de los destinos. Sin embargo, los beneficios derivados del turismo requieren de una gestión adecuada para evitar problemas como la dependencia económica, la concentración de ingresos en determinados actores y las desigualdades en la distribución de los beneficios generados por la actividad turística (Gemar, Soler, & Moniche, 2023)

Impacto medioambiental

El impacto medio ambiental del turismo emprende las alteraciones que genera esta actividad sobre los recursos naturales, los ecosistemas y el entorno físico de los destinos turísticos. Estas modificaciones pueden producir efectos positivos cuando el turismo contribuya la conservación ambiental, la valoración de los recursos naturales y la sensibilización de los visitantes; sin embargo, una gestión inadecuada puede ocasionar efectos negativos como la generación excesiva de residuos, contaminación, deterioro del paisaje y presión sobre los ecosistemas locales. (ONU Turismo, 2024).

En los destinos turísticos costeros, el crecimiento de la demanda puede generar una mayor presión sobre los recursos naturales debido al aumento del uso de playas, consumo de agua, generación de residuos y transformación del espacio físico. Por esta razón, la planificación ambiental y la implementación de prácticas sostenibles resultan esenciales para reducir los efectos negativos del turismo y garantizar la conservación de los recursos naturales que constituyen parte fundamental del atractivo turístico de estos territorios (Zhang, 2023)

Impacto sociocultural

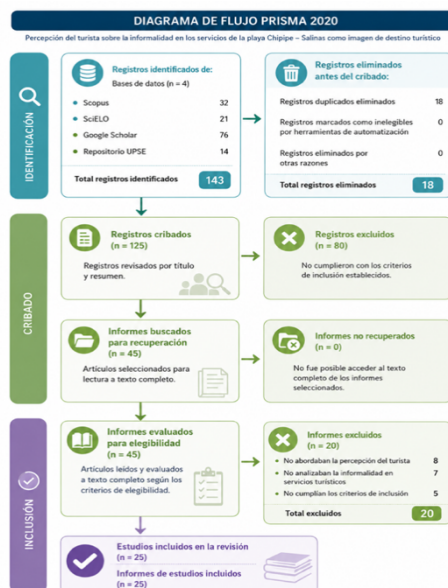
El impacto sociocultural del turismo comprende las transformaciones que esta actividad genera en la estructura social, las prácticas culturales, los valores y las relaciones entre visitantes y las comunidades receptoras. Estos cambios pueden producir efectos positivos cuando favorecen el intercambio cultural, la conservación de tradiciones y la valoración del patrimonio local; más, sin embargo, también pueden generar efectos negativos cuando ocasionan modificaciones en los estilos de vida, pérdida de identidad cultural, desigualdades sociales o conflictos entre residentes y turistas (Turismo ONU, 2024).

En los destinos turísticos con alta afluencia de visitantes, la interacción constante entre turistas y comunidades locales pueden provocar procesos de adaptación social y cultural, modificando determinadas prácticas comunitarias y formas de relación dentro del territorio. Dado este motivo, la gestión turística debe considerar la participación de la población residente como un elemento fundamental para alcanzar un desarrollo sostenible, donde la actividad turística contribuya al bienestar de la comunidad y al fortalecimiento de la identidad cultural del destino (ONU Turismo, 2024).

Desde la perspectiva del visitante, la percepción del turista se construye mediante la interpretación de las experiencias vividas, la información recibida y los diferentes elementos que forman parte del entorno turístico durante su estancia. Aspectos como la calidad de los servicios, la organización del espacio, la interacción con los prestadores y las condiciones generales del destino influyen en la imagen que el turista desarrolla sobre el lugar visitado. En este sentido, las actividades comerciales informales pueden convertirse en un elemento que influyen en la percepción del destino, dependiendo de la valoración que los visitantes otorguen a factores como atención, accesibilidad y orden dentro del espacio turístico (Stylidis, Shani, & Belhassen, 2017).

Imagen 02

Diagrama de flujo PRISMA



Nota. Diagrama de flujo realizado en el programa Prisma Flow Studio, página <https://prismaflow-studio.netlify.app>

La revisión bibliográfica se desarrolló mediante metodología PRISMA, considerando registros obtenidos de la base de datos de Scopus, Scielo, Google Scholar y Repositorio UPSE. La búsqueda estuvo orientada a verificar investigaciones relacionadas con la informalidad en los servicios turísticos, la percepción del turista y la imagen del destino, mediante el uso de palabras claves y criterios de elección previamente establecidos. Los estudios fueron evaluados considerando su pertinencia temática, actualidad, aporte científico y relación directa con las variables de investigación, permitiendo seleccionar la literatura que fundamenta el desarrollo teórico y metodológico del presente estudio.

Bibliometrix

Red de coocurrencia

Muestra una red de coocurrencia de palabras clave, donde cada círculo representa un tema o concepto encontrado en los documentos analizados. El tamaño de los nodos indica la frecuencia de aparición y las líneas muestran la relación entre conceptos.

La distribución morfológica de la red de coocurrencia trasciende la mera categorización de palabras clave, revelando una marcada transición teórica en el objeto

Permite identificar los temas de investigación y sus relaciones dentro del conjunto de documentos analizados. Cada grupo de nodos representa un tema o línea de investigación específica.

Referente a la imagen, el presente mapa organizada da un entendimiento científico sobre los ilustres especializados, el cual hace referencia al turismo de baja california y las dinámicas de autonomía en México resaltan como los núcleos principales.

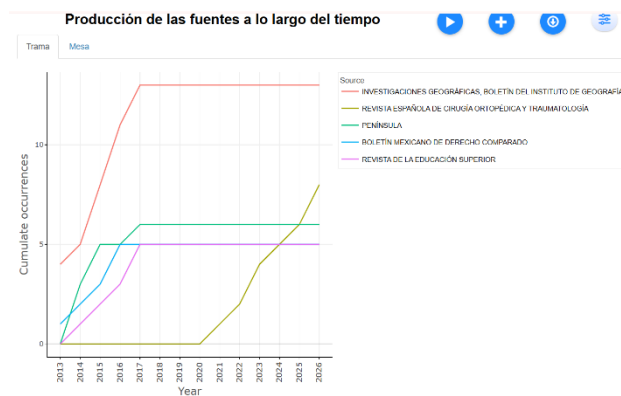
De la misma manera, mantiene un bloque de mayor densidad centrada mayormente en la problemática social critica por medio de los eventos de migración, vulnerabilidad social y derechos humanos, la red reparte en su periferia de manera individual campos activamente aplicados como la promoción de salud, la atención primaria y la traumatología.

Distribución bibliométrica de las fuentes mediante la Ley de Bradford

Para determinar la dispersión de la literatura científica y clasificar la relevancia de las revistas dentro del campo de estudio, se aplicó el modelo de la Ley de Bradford. Este análisis dividió el ecosistema de publicaciones en tres zonas concéntricas de productividad decreciente, sumando un total de 42 fuentes bibliográficas distribuidas de la siguiente manera:

- **Zona 1 (Núcleo o Core):** Constituida por apenas 5 fuentes principales, las cuales concentran el núcleo duro de la investigación con una alta densidad de artículos publicados en el área temática analizada.
- **Zona 2 (Zona de dispersión media):** Compuesta por 9 fuentes, que representan un cuerpo editorial complementario y de productividad moderada respecto al objeto de estudio.
- **Zona 3 (Zona periférica):** Integrada por la gran mayoría de los canales de difusión, sumando 28 fuentes. Esta zona evidencia una alta dispersión metodológica o temática, donde un gran número de revistas aporta una cantidad mínima o aislada de artículos.

Imagen 05 Bibliometría



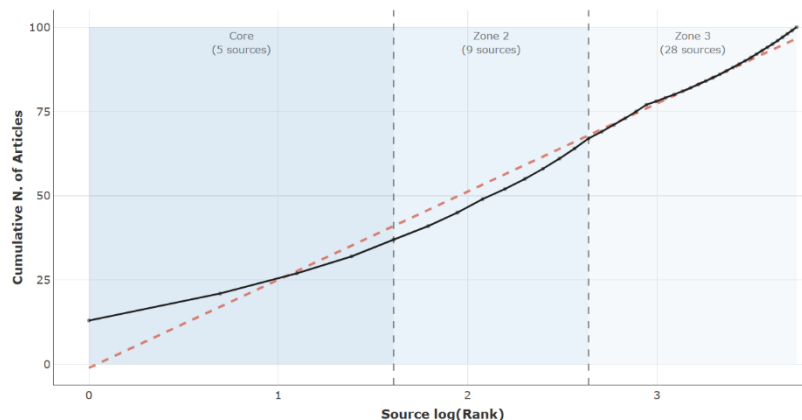
Nota. Bibliometrías tras la fuente de ley de Bradford.

Análisis de la producción científica de las fuentes a lo largo del tiempo (2013-2026)

El análisis evolutivo del número acumulado de publicaciones por fuente bibliográfica durante el periodo 2013-2026 permite identificar dos patrones de comportamiento claramente diferenciados entre las revistas analizadas.

En primer lugar, se observa un grupo de cuatro revistas cuya actividad productiva se concentró de manera exclusiva en el periodo 2013-2017. Entre ellas destaca la revista Investigaciones Geográficas (Boletín del Instituto de Geografía).

Imagen 06 Producción científica



Nota. Acumulación de fuentes bibliográficas basados en R Studio.

La figura presenta la distribución de la producción científica mediante la Ley de Bradford, evidenciando la concentración de la literatura en tres zonas de productividad. El núcleo (Core), conformado por cinco fuentes, reúne las publicaciones de mayor relevancia y productividad sobre la temática de estudio, mientras que las zonas 2 y 3 agrupan un número progresivamente mayor de fuentes (9 y 28 específicamente), las cuales aportan un menor volumen de artículos. Este comportamiento confirma el patrón de dispersión característico de la literatura científica, donde un reducido grupo de revistas concentra la mayor producción académica y un conjunto más amplio de fuentes completa el desarrollo del marco teórico de la investigación sobre la percepción del turista frente a la informalidad en los servicios de la playa Chipipe. Elaboración propia a partir del análisis bibliométrico realizado en RStudio.

Capítulo II. Metodología

Diseño de la Investigación

La presente investigación posee un enfoque cuantitativo, debido a que busca medir y cuantificar la percepción de los turistas respecto a la informalidad en los servicios de la playa Chipipe - Salinas y cómo esta influye en la imagen del destino turístico, mediante la recopilación de datos numéricos que permiten analizar estadísticamente la relación entre la informalidad y la imagen del destino turístico. Este enfoque facilita la obtención de instrumentos estructurados y el análisis de las variables de estudio.

Asimismo, la investigación muestra un alcance descriptivo-correlacional, dado que busca describir las características de la informalidad en los servicios turísticos e identificar la relación estadística existente entre la percepción del turista y la imagen del destino turístico durante el periodo 2025-2026.

Métodos de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se empleará el método descriptivo, el cual permitirá detallar las características de la informalidad en los servicios turísticos y las percepciones que tienen los turistas sobre esta problemática en la playa Chipipe - Salinas.

De igual manera, se utilizará el método analítico, debido a que facilitará examinar e interpretar la información recopilada sobre la relación existente entre la informalidad y la imagen del destino turístico.

Finalmente, se empleará el método bibliográfico-documental para recopilar y analizar información científica proveniente de artículos académicos, tesis, libros y documentos especializados relacionados con comercio informal, percepción del turista e impactos turísticos, fortaleciendo el sustento teórico de la investigación.

Técnica e instrumento de recolección de datos

Para poder llevar a cabo la recolección de datos en la investigación presente, se optó por la opción de encuestas. Esta selección fue clave, ya que así se pudo verificar y obtener la información directamente del turista que se encontró visitando la Playa Chipipe, en el cantón Salinas, sobre como ellos perciben la informalidad en los servicios turísticos y como este afecta o no en la imagen del destino mencionado. Las encuestas son altamente utilizadas en estudios cuantitativos, ya que facilita la

recolección de datos del mayor número de turistas de manera organizada, objetiva y sistemática.

La presente investigación considero los principios éticos fundamentales aplicables a estudios con participación de personas, garantizando el respeto, la confidencialidad y la protección de la información proporcionada por el participante. Antes de la recolección de datos, se informó a los turistas sobre el propósito del estudio, con la finalidad académica de la información recopilada y su participación voluntaria previamente informado.

Así mismo, se les aseguro que todo era de manera anónima de los datos recolectados, evitando la recopilación de información que permitiera identificar directamente a los participantes. La información recopilada fue utilizada exclusivamente con fines académicos y analizada de manera agregada, preservando la privacidad y confidencialidad de los encuestados.

Para garantizar la adecuada delimitación de la población de estudio, se establecieron criterios de inclusión y exclusión independientes de las características sociodemográficas de los participantes. Se delimito a los turistas considerando su calidad de visitante temporal y no únicamente su edad, permitiendo diferenciar entre turistas, residentes locales y personas vinculadas a actividades informales dentro del estudio.

Tomamos en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

Personas mayores de 18 años que se encontraban en la playa Chipipe durante el levantamiento de información.

Visitantes cuyo lugar de residencia habitual se encontraba fuera del cantón salinas.

Personas cuya permanencia en el destino estaba relacionada con actividades de recreación, descanso, ocio o visita turística.

Turista que aceptaron voluntariamente colaborar con la encuesta.

Y para los criterios de exclusión tomamos en cuenta los siguientes:

Personas que residen en el cantón, ya que no cumplían con la condición de turista.

Comerciantes informales, vendedores ambulantes o trabajadores que presentaban algún tipo de servicio dentro de la playa, ya que podría crear un sesgo en la percepción evaluada.

La aplicación de estos criterios permitió asegurar que la información recopilada correspondiera exclusivamente a la percepción de los turistas visitantes de

la playa Chipipe, fortaleciendo la validez de los resultados relacionados con la informalidad en los servicios turísticos y la imagen del destino.

Para recolectar la información, se procedió a diseñar un cuestionario, basado en una revisión de la literatura científica relacionada con las variables de estudio y adaptado a la investigación presente. El cuestionario consta de 20 ítems, los cuales se dividen en dos dimensiones: la primera en la percepción del turista sobre la informalidad en los servicios turísticos (ítems del 1 al 10), mientras que la segunda se indaga sobre la imagen del destino turístico (ítems del 11 al 20). Adicional, se incluyó al inicio del cuestionario una sección para recopilar datos sociodemográficos de los participantes, como su sexo, edad, lugar de procedencia y la frecuencia con la que visitan a la playa Chipipe.

Las respuestas fueron medidas mediante una escala tipo Likert de cinco categorías, donde 1= Totalmente desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo y 5= Totalmente de acuerdo. Esta escala nos permite cuantificar la percepción de los turistas encuestados mediante cada enunciado planteado, facilitando posteriormente el análisis estadístico de la información.

Población y muestra

En este caso de estudio, se eligió como espacio geográfico y demográfico la playa Chipipe del cantón Salinas, dado que Chipipe es uno de los lugares con mayor inclinación de turismo en la provincia, el cual tiene un elevado número de visitantes durante la alta y baja demanda

Población

Para la elaboración de la presente investigación, la población de estudio está formada para los turistas, tanto nacionales como extranjeros, que visitan la playa Chipipe, ubicada en el cantón Salinas, debido a la alta demanda de la zona turística y a la ausencia de un registro censal acumulativo preciso que establezca el número total de visitantes en un lapso de tiempo exacto, esta población se establece como infinita. Las encuestas se basaron solamente en individuos que se encontraban en condición de visitantes al momento de aplicar al instrumento.

Muestra

El muestreo es no probabilístico – aleatorio simple por conveniencia, dado que la población fue obtenida mediante formula estadística para población infinita.

El estudio se basó en un planteamiento cuantitativo, aplicando así encuestas, para las cuales están dirigidas a personas entre 18 a 55 años o más.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

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

$$n = 384.16$$

$$n = 385$$

Recolección y Procesamiento de los datos.

Como instrumento de recolección de datos se utilizará la encuesta estructurada (Apéndice), dirigida a los turistas que visitan la playa Chipipe - Salinas. Este instrumento estará conformado por preguntas cerradas y de selección múltiple, elaboradas con la finalidad de obtener información sobre la percepción de los visitantes respecto a la informalidad en los servicios turísticos y su incidencia en la imagen del destino turístico.

La encuesta permitirá recopilar información relacionada con la percepción del turista, impacto económico, impacto medioambiental, impacto sociocultural y nivel de aceptación de la informalidad en el sector turístico.

Asimismo, el instrumento será aplicado de manera presencial a los turistas durante el período de investigación 2025-2026, garantizando la confidencialidad y el uso académico de la información obtenida.

El procesamiento de datos se lo realizará usando la herramienta estadística Minitab versión 17.

Capítulo III. Resultados y Discusión

Análisis de datos (cuantitativos)

Primero se valida el instrumento de medición (encuesta) usando el Alfa de Cronbach. Para ello se analiza la encuesta en dos dimensiones; dimensión 1: Percepción sobre la informalidad en los servicios turísticos correspondiente a las preguntas del 1 al 10; dimensión 2: Imagen del destino turístico correspondiente a las preguntas del 11 al 20. El valor obtenido para la dimensión 1 es de $\alpha = 0.877$, mientras que para la dimensión 2 es de $\alpha = 0.831$.

La tabla 1 mostramos el análisis de la consistencia interna de la caracterización por genero nos enseña un marco metodológico muy sólido y representado desde el punto de vista demográfico para descubrir la realidad de los negocios informales en el destino. Al calcular el alfa de Cronbach, se encontró una fiabilidad en las dos dimensiones que se evaluaron en el instrumento: la percepción sobre la informalidad en los servicios turísticos ($\alpha=0.877$) y la imagen del destino turístico ($\alpha=0.831$). Dichos resultados sobrepasan ampliamente el mínimo aceptable de 0.70, lo que asegura el vigor científico de los datos recolectados. Dicho esto, se observa una notable predominancia de la participación femenina, con un 62.6% (241 encuestadas) en comparación con el 34.3 % de participación masculina (132 encuestados). Este dato es crucial para la investigación, dado de que las mujeres son un pilar fundamental en el consumo y la toma de decisiones familiares en los espacios recreativos, sus opiniones sobre la organización del espacio público, la higiene en los puestos informales de alimentos y la seguridad en el entorno costero ofrecen una perspectiva esencial y muy sensible a las dinámicas de estos comercios ambulantes en Playa Chipipe.

Por otro lado, al analizar la composición de la muestra en la edad y procedencia geográfica, se revela un perfil del consumidor joven-adulto que tiene impacto directo en su tolerancia y relación con el comercio informal. La gran mayoría de los encuestados (93,5%) se encuentra en el rango de edad de 18 a 45 años, distribuyéndose de manera bastante equilibrada entre 18-25 años (30,1%), 26-35 años (33,3%) y 36-45 años (30,1%). Esto indica que estamos tratando con una población activa muy móvil que interactúa con la oferta informal en la playa de manera habitual. En cuanto a su procedencia, mayormente reside en la región costa, representando un 62,6% (241 personas) mientras que un 23,9% (92 personas) se derivan de la Sierra. Los turistas de

la Sierra tienden a solicitar una mayor regulación, digitalización y estandarización de precios de los servicios, mientras que aquellos que vienen de la costa tienen un mayor conocimiento y costumbres culturales relacionadas con el comercio informal. Entendiendo así, que dicha aceptación y percepción de los negocios informales no es uniforme, si no que está fuertemente influenciada por el origen y la edad del consumidor.

Tabla 01
Datos sociodemográfico

Grupo demográfico	Categorías	Frecuencia	%
Género	Femenino	241	62.6
	Masculino	132	34.3
	Otro	2	0.5
	Prefiero no responder	10	2.6
Edad (años)	18-25	116	30.1
	26-35	128	33.3
	36-45	116	30.1
	46-55	19	4.9
	> 55	6	1.6
Procedencia	Costa	241	62.6
	Sierra	92	23.9
	Amazonía	25	6.5
	Región Insular	22	5.7
	Extranjero	5	1.3
Frecuencia de visita	Primera vez	94	24.4
	Una vez al año	89	23.1
	Dos o tres veces al año	116	30.1
	Más de tres veces al año	86	22.4

Nota. La caracterización sociodemográfica permitió contextualizar el perfil de los turistas encuestados y fundamentar el análisis de la percepción sobre la informalidad en los servicios turísticos. Fuente: Elaboración propia 2026.

La Tabla 2 muestra la distribución de los visitantes encuestados de la playa Chipipe que agrupados según las variables edad, seguido por el lugar de procedencia, el género y finalmente la frecuencia de visitas durante el año. La tabla cruzada permite identificar tendencias descriptivas dentro de los grupos analizados, considerando aquellos valores con una frecuencia igual o superior a 10 casos, con la finalidad de reconocer características predominantes del perfil de los visitantes que participaron en la investigación.

La tabla presenta una distribución de las variables sociodemográficas y de comportamiento turísticos, permitiendo observar la concentración de determinados grupos según. Su edad, procedencia y frecuencia de visita al destino. Estos resultados contribuyen a caracterizar a los turistas encuestados y proporcionar información relevante sobre sus patrones de llegada a la playa Chipie; sin embargo, al tratarse de un análisis descriptivo basado en frecuencias, los resultados no permiten establecer relaciones causales entre las variables ni determinar que un grupo específico presente una mayor preferencia hacia los servicios informales.

En el grupo de visitantes con edades comprendidas entre 18 y 25 años, principalmente provenientes de la región Costa, se observa una distribución diversa respecto a la frecuencia de visita al destino. Dentro de este segmento destacan 17 personas que dijeron encontrarse en su primera visita y 18 turistas que indicaron acudir una vez al año. Esta distribución evidencia la presencia de turistas con una relación inicial u ocasional con el destino, lo cual permite identificar diferentes niveles de familiaridad con la dinámica turística en la playa. Desde una perspectiva descriptiva, estos resultados podrían relacionarse con la búsqueda de alternativas accesibles durante la experiencia turística; no obstante, se requiere de análisis estadísticos adicionales para determinar si existe una relación significativa entre la edad y el comportamiento frente a los servicios informales.

Por otro parte, en los rasgos de edad comprendidos entre 26 y 35 años y de 36 a 45 años se observa una mayor concentración de visitantes con frecuencia recurrente en el destino. En el primer grupo se identificaron 20 registros correspondientes a turistas que visitan la playa más de tres veces al año, mientras que en el segundo grupo se obtuvo la mayor concentración con 28 casos de visitantes que acuden entre dos y tres veces anualmente. Estos resultados reflejan una tendencia descriptiva hacia una mayor presencia de visitantes recurrentes dentro de estos rangos de edad, lo que podría

indicar una mayor familiaridad con los servicios y actividades disponibles en el destino.

Asimismo, se identificaron visitantes provenientes de la región Sierra dentro de los grupos analizados, incluyendo casos correspondientes a turistas que realizaban su primera visita al destino, como el registro de 10 hombres entre los 26 y 35 años. Estos datos permiten evidenciar la diversidad de procedencia de los visitantes de la playa Chipipe y muestran diferencias descriptivas en cuanto a la frecuencia de visitas según características sociodemográficas.

En términos generales, la tabla cruzada permite identificar patrones de distribución dentro de la muestra estudiada, destacando que la edad, procedencia y frecuencia de visita presentan comportamientos diferenciados entre los grupos analizados. Sin embargo, debido a que no se aplicaron pruebas estadísticas de asociación, como Chi-cuadrado, estos resultados deben interpretarse como tendencias descriptivas y no como relaciones estadísticamente comprobadas entre las variables. La información obtenida aporta al reconocimiento del perfil visitante y sirve como base para analizar posteriormente la percepción de los turistas respecto a la informalidad en los servicios turísticos y su relación con la imagen del destino.

Tabla 02
Sociodemográfico

Edad (años)	Procedencia	Género	Visita (anual)	Conteo
18-25	Costa	Femenino	Primera vez	17
			1 vez	18
			2 o 3 veces	15
			> 3 veces	11
26-35	Costa	Femenino	2 o 3 veces	13
		Masculino	> 3 veces	20
			2 o 3 veces	11
	Sierra	Masculino	Primera vez	10
36-45	Costa	Femenino	2 o 3 veces	28
			> 3 veces	15
	Sierra	Femenino	2 o 3 veces	10

Nota. El análisis de las variables sociodemográficas permitió identificar tendencias descriptivas en el comportamiento de visita de los turistas y fortalecer la interpretación de los resultados de la investigación. Fuente: Elaboración propia, 2026.

La Tabla 3 muestra la frecuencia y porcentaje de siete tipos de negocios o actividades informales que los visitantes han observado durante su visita a la Playa Chipipe.

Dicha tabla nos muestra y evalúa los diferentes tipos de negocios informales y actividades que interactúan con los visitantes en el destino turístico, ofreciendo una variedad tan amplia que prácticamente cubre todas las necesidades de quienes disfrutan de la playa. Al desglosar los distintos rubros, encontramos que la venta ambulante de comida y bebida se destaca con un 15.3% (59 menciones); esto es la clave, ya que comer en la playa es una necesidad básica que la oferta informal satisface de manera rápida y a precios accesibles. Sin embargo, esto también plantea serios desafíos en términos de seguridad alimentaria y la gestión de residuos orgánicos en la arena. En segundo lugar, la venta de ambulantes de artesanías y souvenirs representa un 10.9% (42 menciones), seguida de cerca por el comercio de ropa de accesorios de playa con 10.4% (40 menciones). Ambos rubros son estacionales y muy convenientes, compitiendo con los negocios formales a pesar de su naturaleza móvil, ya que aprovechan las oportunidades de venta de artículos que los turistas a menudo olvidan empacar, como gafas, sombreros y recuerdos locales. Así mismo el alquiler informal de carpas, sillas o sombrillas 8.6% (33 menciones), se destaca como una actividad que no solo ocupa el espacio público, sino que también contribuye al confort y la estética visual de la playa. Esto a su vez, simplifica y enriquece el estilo de vida del destino turístico. Por otro lado, la presentación informal de servicios turísticos 6.8% (26 menciones) completan este ecosistema periférico. En este último caso, se observa como la informalidad se extiende más allá de la arena a vías de acceso, convirtiendo la seguridad vehicular en una provisión privatizada de facto por parte de cuidadores independientes.

Por otra parte, el apartado de “todas las anteriores”, que representa la mayor parte de las respuestas en la tabla, alcanzando un 27.5% (106 menciones). Esto contrasta fuertemente con el escaso 4.2% (16 menciones) de quienes no eligen “ninguna de las anteriores”. Este dato resalta una de las conclusiones clave de la tesis: la evidencia descriptiva indica que para el 95.8% de los encuestados, la informalidad no actúa de manera aislada, sino que presenta como un ecosistema multisectorial y omnipresente que define toda la experiencia de la playa. Además, la co-ocurrencia de estos 9 servicios informales revela que el sector informal funciona como una red de apoyo, complementando o incluso sustituyendo las deficiencias del sector formal y de

la gestión municipal (como la falta de parqueaderos regulados, servicios de sombra públicos o guías autorizados). Desde una perspectiva teórica y de política pública, este análisis integral demuestra que cualquier intento de ordenamiento territorial no puede enfocarse en eliminar un solo tipo de vendedor, sino que debe buscar construir alternativas de regularización integral y de formalización asociativa, para evitar desplazarte el sustento de las familias locales, mientras se trabaja en recuperar la competitividad y la imagen del destino turístico.

Tabla 03
Tipos de negocios o actividades informales

Negocio	Frecuencia	%
Actividades recreativas sin autorización visible	31	8.0
Alquiler informal de carpas, sillas o sombrillas	33	8.6
Cobro informal de estacionamiento o parqueadero	26	6.8
Comercio informal de ropa o accesorios de playa	40	10.4
Prestación informal de servicios turísticos (guías, recorridos, etc.)	32	8.3
Venta ambulante de alimentos y bebidas	59	15.3
Venta ambulante de artesanías y souvenirs	42	10.9
Todas las anteriores	106	27.5
Ninguna de las anteriores	16	4.2

Nota. La identificación de las actividades informales permitió reconocer las principales manifestaciones de la informalidad percibidas por los turistas y su relación con el análisis de la imagen del destino turístico. Fuente: Elaboración propia, 2026.

La Tabla 4 muestra el resultado de las medias y desviación estándar que los 385 turistas opinaron en cada una de las 20 preguntas. Las preguntas del 1 al 3 permiten medir la percepción de la informalidad, las preguntas del 4 al 6 relaciona la calidad y atención al cliente, las preguntas del 7 a la 10 son respecto a la seguridad y organización, y las preguntas del 11 a la 20 miden la imagen del destino.

Tabla 4. Media y desviación estándar de cada pregunta (de la escala Likert: 1 al 5)

Los datos presentados en la tabla 4 nos brindan la oportunidad de examinar los estadísticos descriptivos, como la media y la desviación, de las veinte preguntas que

se midieron utilizando una escala de Likert del 1 al 5. Estas preguntas recogen las opiniones de los 385 turistas que participaron en la encuesta sobre el destino. Al analizar el primer bloque, que abarca de la P1 a la P3 y se centra en el fenómeno de la informalidad, notamos que la P1 tiene la media más alta del grupo (4.12; Desviación estándar: 1.02). Esto sugiere que hay un consenso en cómo se percibe este fenómeno en la playa. Por otro lado, la P3 muestra una mayor dispersión (3.92; Desviación estándar: 1.08), reflejando que las opiniones sobre este tema son más variadas, ya que no todos los turistas experimentan el mismo nivel de acoso o presión comercial. En lo que respecta a la calidad y atención al cliente (preguntas de la P4 a la P6), las medias siguen siendo bastantes altas. Sin embargo, destaca especialmente la P6 (3.96; Desviación: 0.97). Esto se debe a que, a pesar de la regulación estatal, los trabajadores informales dependen de la satisfacción inmediata del cliente para su sustento diario. Esta necesidad los impulsa a ofrecer un servicio empático, rápido y muy personalizado, lo que a veces puede compensar la falta de infraestructura y mejorar la experiencia del cliente. Por otro lado, desde la P7 hasta la P10, presenta el marco más complejo. Mientras que la P7 tiene una calificación positiva de 4.05 con una dispersión baja (0.92), la P9 muestra la media más baja de toda la tabla, con un 3.83, y la desviación estándar más alta del trabajo que es de 1.10. esta no table diferencia se debe a que el control del espacio público y la seguridad vehicular, así como el tema del parqueadero informal, son puntos de tensión constante. Los turistas locales, que ya están familiarizados con el entorno, ven estas dinámicas como parte de su rutina. A diferencia de los turistas que lo perciben como situaciones peligrosas, lo que refleja una falta de organización y de autoridad municipal. Finalmente, el bloque que va de la P11 a la P20, que se enfoca en medir la imagen del destino, presentando resultados más homogéneos. De hecho, la P20 es la que tiene la media más alta del instrumento, con un 4.17, y la menor desviación que es de 0.75.

Esta sección de la P11 a la P20 examina la dimensión de la imagen del destino turístico y produjo las puntuaciones más altas y estables de toda la investigación. Todas las medias superan el valor de 4.00 y las desviaciones positivas no sobrepasan los 0.94, lo que deja entrever una percepción muy positiva y uniforme de los encuestados.

Desde la óptica del comportamiento del consumidor turístico, estos hallazgos apuntan a que atributos como la amplitud de la playa, sus paisajes y el clima tienen una influencia sustancial en la satisfacción de los visitantes. A pesar de que la opinión

entre los encuestados se deriva en otros aspectos, donde la informalidad y la organización del espacio público estuvieron presentes, los resultados obtenidos de las preguntas P17 (media: 4.09; de: 0.83) y P19 (media: 4.11; de: 0.84) y P18 (media: 4.11; de 0.83) y P19 (media: 4.11; de 0.84) hacen pensar que nada puede hacer en contra la percepción general del lugar. Por tanto, la imagen positiva de la Playa Chipipe se convierte en un elemento motivador de la experiencia turística, permitiendo que para muchos visitantes la informalidad sea considerada un elemento menor o incluso como parte del entorno y de la identidad local.

Tabla 04

Media y desviación estándar del cuestionario aplicado a los turistas

Pregunta	Media	Desviación Estándar
P1	4.12	1.02
P2	3.91	0.94
P3	3.92	1.08
P4	3.90	0.95
P5	3.85	1.07
P6	3.96	0.97
P7	4.05	0.92
P8	3.90	0.94
P9	3.83	1.10
P10	4.02	0.92
P11	4.07	0.89
P12	4.05	0.94
P13	4.00	0.93
P14	4.08	0.86
P15	4.08	0.89
P16	3.82	1.08
P17	4.09	0.87
P18	4.11	0.83
P19	4.11	0.84
P20	4.17	0.75

Nota. La media y la desviación estándar resumen el comportamiento de las respuestas del cuestionario aplicado a los turistas. Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta aplicada (2026).

Finalmente, para responder a la pregunta planteada en la formulación del problema, acerca de cómo influye la informalidad de los servicios en la percepción de la imagen del destino turístico por parte de los turistas se usa el estadístico de correlación de Spearman dado a la naturaleza de la encuesta (escala Likert). Para ello se busca si existe correlación entre la dimensión 1: percepción de la informalidad de actividades comerciales (preguntas del 1 al 10) y la dimensión 2: imagen del destino turístico (preguntas del 11 al 20). Usando la herramienta estadística descrita anteriormente, la correlación de Spearman dio un valor de $\rho = 0.638$ con valor $p < 0.001$.

Discusión

Los coeficientes de Cronbach que se han obtenido en ambas dimensiones indican que el instrumento utilizado muestra una buena consistencia interna. Esto proporciona una base sólida para la metodología de esta investigación y asegura la fiabilidad de la información recolectada. El coeficiente ligeramente más alto en las dimensiones aplicadas de la percepción en la informalidad sugiere que los ítems relacionados con esta área miden el fenómeno de manera más regular, permitiendo captar con precisión como los turistas perciben los servicios informales que trascienden de la Playa Chipipe. por otra parte, el coeficiente para la dimensión de imagen del destino también respalda que dichas afirmaciones que se describen son coherentes entre sí, lo que fortalece la validez del análisis de las diferentes dimensiones. Estos resultados brindan la confianza necesaria para representar adecuadamente la relación entre la percepción de la informalidad y la imagen que proyecta el destino, menorando que las posibilidades de medición afecten la interpretación de las conclusiones.

La solida consistencia interna del instrumento permite que los datos obtenidos sean más confiables, ya que reduce los errores de medición y proporcionar una base sólida para representar los resultados. Además, los coeficientes que se han obtenido son ideales según la lectura científica, que los considera adecuados cuando superan 0.70 y excelentes cuando sobrepasan 0.80 (George & Mallery, 2018).

En este sentido, la confiabilidad está estrechamente relacionada con la calidad metodológica del estudio.

La composición sociodemográfica de la muestra revela que la Playa atrae, en su mayoría, a un público joven adulto y adultos en plena etapa laboral. Quiere decir que dichos turistas están más dispuestos a participar en actividades recreativas y, al

mismo tiempo, son usuarios activos de los servicios que se ofrecen en el destino. En su parte esto no implica que la notable presencia de mujeres, si no que podría ser un atributo particular de la muestra realizada. Esto quiere decir, que el análisis sociodemográfico ayuda a captar que las percepciones sobre la informalidad y la imagen del destino se centran principalmente en un tipo específico de turista, que se convierte en la principal fuente de demanda de la playa. Esto quiere decir que estos hallazgos son fundamentales para la planificación y gestión del destino.

La procedencia de los visitantes refleja que el destino turístico sigue siendo un destino principal, donde los turistas de la región Costa son los que mayormente la visitan, dado a la cercanía geográfica que les facilita la visita. También tenemos la visita de los turistas de la región Sierra, mostrando así el potencial que tiene la playa para atraer a turistas de otras partes de nuestro país, ampliando así su influencia en el mercado interno. Pero también tenemos en escasa presencia de turistas internacionales, donde debemos tener más el impulso de promocionar el destino dando una mejor oportunidad a la oferta turística. La distribución íntegra en la frecuencia de visitas es un aspecto importante para la investigación, ya que incluye la percepción de quienes han visitado el lugar durante mucho tiempo como la de aquellos que lo hacen por primera vez.

El perfil de los visitantes revela que dicho destino se ha convertido muy atractivo para el turismo nacional, especialmente para el público femenino en la región Costa, que tienen entre 26 y 45 años. Este público es visitante frecuente, lo que da a entender que conocen muy bien el lugar. La alta tasa de visitas indica que sus opiniones se basan en experiencias reales y no solo impresiones momentáneas. Por eso valoran mucho el aspecto como la informalidad, la calidad de los servicios y la imagen turística, ya que han visto cómo ha evolucionado el destino con el tiempo. Adicional, la presencia recurrente de turistas señala la importancia del mercado nacional para mantener y asegurar la sostenibilidad de la Playa Chipipe. Es importante que se mantenga la imagen del destino y se mejoren los servicios turísticos, con el objetivo de fomentar la satisfacción y lealtad del turista.

La búsqueda de la investigación deja en claro que la informalidad es un elemento muy visible en la Playa. Es notable la elección a la respuesta ‘todas las anteriores’ sugiere que los turistas no ven la informalidad como un fenómeno aislado, sino como un conjunto de prácticas comerciales y de servicio que reflejan una realidad influyente en el sector turístico. Esta realidad indica que la formalidad se ha integrado

en la vida habitual del destino, haciéndola inidentificable y natural para los turistas en su experiencia. Esta misma deducción ha llevado a que se perciban estas actividades como una necesidad de implementar estrategias de gestión turística que no solo se enfoquen en controlar la informalidad, sino que también busque entenderla y evaluar su impacto en la experiencia del visitante y en la competitividad del destino. El reconocimiento de actividades como la venta de alimentos y bebidas por parte de vendedores ambulantes, la comercialización de productos artesanales y souvenirs, así como la venta de accesorios de playa, se puede atribuir a la constante interacción con los turistas durante la visita. Esto aumenta su visibilidad y, al mismo tiempo, dificulta que se las identifique como parte de la oferta turística existente. Mientras que, por otro lado, el bajo porcentaje afirmó no haber visto ninguna actividad informal respalda la idea de que este fenómeno no solo es ampliamente reconocido, sino que también es parte integral de la oferta. La evidencia presentada nos lleva a deducir que la informalidad no escapa a la percepción de los turistas; el verdadero desafío para las autoridades radica en cómo regular la informalidad.

Los resultados presentados hacen posible la consecución del objetivo específico relacionado con la determinación de la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales, donde se ha corroborado que los visitantes han mantenido una aproximación doble en lo que respecta a este fenómeno. Por un lado, los turistas reconocen la informalidad como parte de la cotidianidad de la Playa y como algo visible y palpable durante su visita. Los turistas le otorgan valor a cuanto tienen que ver con la calidad de los productos, la atención percibida y la seguridad en la compra, lo que significa que los comerciales informales han logrado satisfacer, en alguna medida, las necesidades de los turistas. Dicho comportamiento se da a notar que la aceptación de estos servicios no solo depende de su calidad informal, sino también su utilidad, su accesibilidad y su trato hacia el visitante. No obstante, los resultados dejan claro que la percepción positiva de la calidad del servicio no elimina la preocupación hacia los efectos que la informalidad puede acarrear dentro de la organización del destino. Para los turistas, las ocupaciones desordenadas del espacio público y la falta de regulación pueden afectar de manera negativa la seguridad y la calidad de la experiencia turística. Ante este problema, los hallazgos ponen de manifiesto que la informalidad no debe entenderse como un análisis unilateral desde una óptica de regulación económica, sino también desde la gestión del destino, ya que una regulación permitiría, por un lado, conservar todos los aspectos positivos que estos

servicios pueden ofrecer a los visitantes y, por otro lado, realizar mejoras en el orden, la seguridad y la competitividad de Playa Chipipe como destino turístico.

Los hallazgos sobre la imagen del destino revelan que, aunque los turistas reconocen que la informalidad puede afectar aspectos como la atención, la limpieza o la percepción general de Playa Chipipe, estos factores no son suficientes para que la valoración global del destino se vea gravemente afectada. Esto sugiere que los turistas forman su imagen del lugar considerando una variedad de atributos. En este sentido, los recursos naturales, el paisaje, las opciones recreativas y la calidad de los servicios turísticos pesan más que la informalidad o sus características en Playa Chipipe. Así, se puede concluir que la imagen del destino no depende únicamente de si el comercio es formal o informal, sino que está mucho más ligada a la experiencia que vive el turista durante su visita. Además, la formalización de las actividades comerciales y una mayor intervención de las autoridades podrían contribuir positivamente a la imagen turística. Esto indica que los turistas no están en contra de estos servicios, sino que más bien critican la falta de organización en algunas comunidades visitadas. Este aspecto sugiere que la regulación de la informalidad debe ir acompañada de un modelo de gestión que promueva la organización del espacio público, sin perjudicar la oferta de servicios que enriquece la experiencia de los turistas.

Finalmente, la correlación de Spearman revela que hay una relación estadísticamente significativa entre la percepción de la informalidad en los servicios comerciales y la imagen del destino ($p = 0.638$; $p < 0.001$). Esto demuestra que ambas variables están bastante conectadas, lo que indica una fuerte correlación (Evans, 1996). En este sentido, la percepción de la informalidad se convierte en un factor clave en la evaluación del destino. En otras palabras, las opiniones que los turistas forman sobre aspectos como la organización, la seguridad, la calidad de los servicios o el control de las actividades informales están estrechamente ligadas a la imagen general que ofrece la playa Chipipe.

Capítulo IV. Propuestas

Introducción

Los resultados obtenidos durante la investigación evidenciaron que la presencia de actividades comerciales informales en la playa Chipipe constituye un elemento que influye en la percepción de los turistas y, por consiguiente, en la construcción de la imagen del destino turístico. Si bien los visitantes reconocen que estas actividades forman parte de la dinámica económica local y representan una fuente de ingresos para numerosas familias, también identifican aspectos susceptibles de mejora relacionados con el ordenamiento del espacio público, la calidad del servicio, la seguridad, la higiene y el cumplimiento de normas que contribuyan a fortalecer la experiencia turística.

En este contexto, la presente propuesta plantea un conjunto de estrategias orientadas al fortalecimiento de los servicios turísticos informales mediante acciones de capacitación, organización, articulación institucional y sensibilización, buscando promover una convivencia equilibrada entre la actividad económica informal y el desarrollo turístico sostenible. La implementación de estas estrategias permitirá mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, incrementar la satisfacción de los visitantes y fortalecer la imagen turística de la playa Chipipe como uno de los principales destinos del cantón Salinas.

Objetivo general

Diseñar un conjunto de estrategias orientadas al fortalecimiento de los servicios turísticos informales presentes en la playa Chipipe, con el propósito de mejorar la experiencia de los visitantes y contribuir al fortalecimiento de la imagen del destino turístico.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos informales de la playa Chipipe a partir de los resultados obtenidos en la investigación.
- Diseñar estrategias de fortalecimiento dirigidas a mejorar la organización, calidad del servicio y articulación entre comerciantes informales e instituciones competentes.
- Establecer acciones de seguimiento que favorezcan la sostenibilidad de la propuesta y el mejoramiento continuo de la experiencia turística.

Analisis de situación actual

El análisis realizado permitió identificar que la playa Chipipe mantiene una importante afluencia de visitantes durante gran parte del año, situación que favorece el desarrollo de diversas actividades económicas informales relacionadas con la venta ambulante de alimentos y bebidas, artesanías, alquiler de equipos de playa, comercio de accesorios y prestación de servicios turísticos.

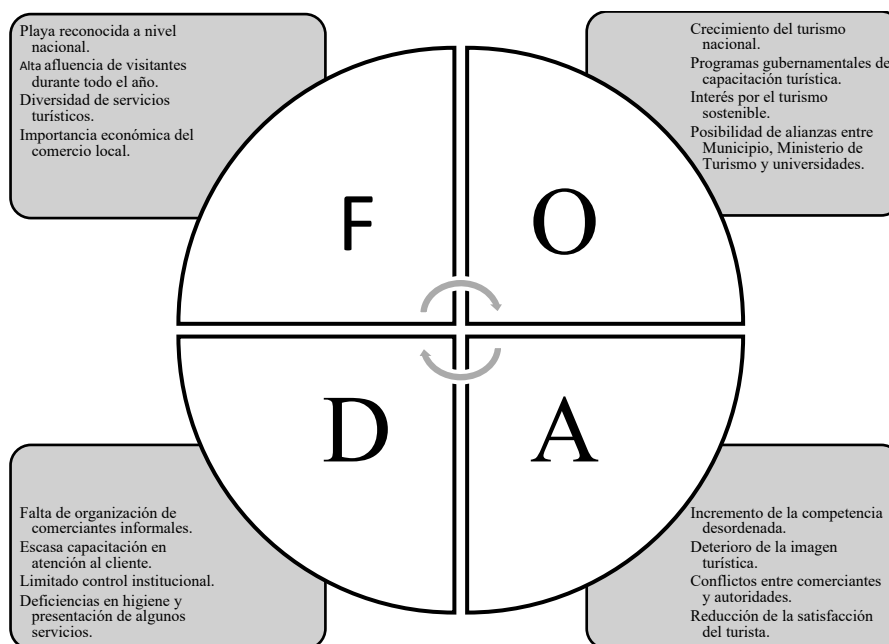
Los resultados de la encuesta reflejan que los turistas perciben la informalidad como un componente presente dentro del destino; sin embargo, consideran que aspectos como el ordenamiento del espacio, la regulación de las actividades comerciales y el fortalecimiento de la calidad del servicio contribuirían significativamente a mejorar la experiencia turística y la imagen del destino.

De igual manera, se evidenció que los visitantes mantienen una percepción positiva de la playa Chipipe y muestran disposición para recomendar el destino, aunque consideran necesario implementar estrategias que permitan equilibrar el desarrollo económico de los comerciantes con la conservación del orden, la seguridad y la calidad de los servicios turísticos.

En función de este diagnóstico se plantea la siguiente propuesta estratégica.

Imagen 07

Matriz FODA realizada para las propuestas de mejoras de la informalidad



Nota. La matriz FODA resume el diagnóstico estratégico realizado para orientar la propuesta de fortalecimiento de los servicios turísticos informales. Fuente: elaboración propia, 2026.

Propuesta estratégica

Nombre de la propuesta:

Programa Integral para el Fortalecimiento de los Servicios Turísticos Informales de la Playa Chipipe y el Mejoramiento de la Imagen del Destino Turístico.

Justificación

La propuesta surge como respuesta a los resultados obtenidos durante la investigación, los cuales evidencian la necesidad de fortalecer los servicios turísticos informales sin afectar la actividad económica desarrollada por los comerciantes. Su finalidad consiste en promover una gestión más organizada, responsable y sostenible de estas actividades, generando beneficios tanto para los visitantes como para la comunidad local.

Estrategias

<i>Estrategia</i>	<i>Actividades</i>	<i>Responsables</i>	<i>Recursos</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Indicador</i>
Capacitación en atención al cliente	Talleres sobre calidad del servicio, hospitalidad y trato al turista	Municipio - Ministerio de Turismo - UPSE	Humanos y materiales	Trimestral	Número de comerciantes capacitados
Formalización progresiva	Jornadas informativas sobre permisos y beneficios de la formalización	Municipio	Material informativo	Semestral	Comerciantes registrados
Ordenamiento del espacio turístico	Delimitación de zonas para	Municipio	Señalética	Permanente	Reducción de conflictos

	actividades comerciales				
Educación ambiental	Campañas sobre manejo de residuos y limpieza	Municipio - Comerciantes	Material educativo	Mensual	Disminución de residuos
Promoción turística responsable	Difusión de buenas prácticas mediante redes sociales y campañas locales	Municipio - Cámara de Turismo	Material publicitario	Permanente	Nivel de satisfacción del visitante

Seguimiento y evaluación

Se definirán indicadores como:

- Comerciantes capacitados.
- Nivel de satisfacción del turista.
- Reducción de quejas relacionadas con la informalidad.
- Incremento del cumplimiento de normas.
- Percepción positiva de la imagen del destino.

Impacto esperado

La implementación de la propuesta permitirá fortalecer las capacidades de los comerciantes informales, mejorar la organización de las actividades turísticas y promover una experiencia más satisfactoria para los visitantes. Asimismo, contribuirá a consolidar una imagen turística más ordenada, segura y competitiva de la playa Chipipe, favoreciendo el desarrollo sostenible del destino y el bienestar de la comunidad local.

CONCLUSIONES

En cuanto al objetivo general, que busca analizar como perciben los turistas la informalidad en los servicios de la playa Chipipe y su impacto en la imagen del destino turístico, se llega a la conclusión de que la informalidad es un fenómeno bien conocido por los visitantes y forma parte de la rutina diaria en la playa. Sin embargo, los resultados muestran que existe una relación estadísticamente significativamente, aunque los turistas priorizan otros atributos en su valoración global. Los turistas tienden a valorar más aspectos como la belleza natural, el ambiente recreativo la calidad de los servicios y la experiencia vivida durante su visita. Esto pone de manifiesto que la imagen turística de la Playa Chipipe se construye a partir de una evaluación completa del destino, donde la informalidad juega un papel importante, pero no es el factor decisivo en la satisfacción del visitante.

En base al primer objetivo específico, enfocado en caracterizar los servicios informales presentes en Playa Chipipe, se completa que existe una amplia diversidad de actividades desarrolladas dentro del entorno turístico, predominando la venta ambulante de alimentos y bebidas, artesanías, souvenirs y accesorios de playa. La investigación evidenció que estas actividades son ampliamente identificadas por los turistas, quienes las consideran parte habitual de la forma existencia. Asimismo, determinó que la informalidad cumple con la función económica importante para numerosos comerciales locales, al tiempo que satisface necesidades inmediatas de los visitantes.

Con relación al segundo objetivo específico, dirigido a determinar la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales, se determina que los visitantes mantienen una valoración favorable respecto a la atención recibida, la calidad de los productos y la confianza al realizar compras. No obstante, también consideran que la ausencia de una adecuada regulación genera desorden en el espacio público y afecta aspectos relacionados con la limpieza y la seguridad. Por tanto, los resultados demuestran que la percepción del turismo depende más de la forma en que estos servicios son gestionados que de su condición de informalidad.

En relación con el tercer objetivo específico, que busca desarrollar estrategias para mejorar los servicios informales, llegamos al punto de que la investigación resalta la urgencia de llevar a cabo acciones de organización, capacitación y una formalización gradual. Esto permitiría optimizar la calidad de estos servicios sin perjudicar a quienes dependen de ellos para su sustento. Los hallazgos indican que una

gestión adecuada de la informalidad podría enriquecer la experiencia turística, aumentar la satisfacción de los visitantes y fortalecer una imagen más competitiva y sostenible para la Playa.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos para el objetivo general, se sugiere que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, en colaboración con el Ministerio de Turismo y las asociaciones de comerciantes, ponga en marcha un modelo integral para gestionar los servicios informales. Este modelo debería incluir procesos de organización, regulación y una formalización gradual. Con estas acciones, se podrá mejorar la calidad del espacio turístico, enriquecer la experiencia de los visitantes y preservar una imagen positiva del destino.

En cuanto al primer objetivo específico, lo ideal sería crear y llevar a cabo un registro oficial y al día de los prestadores de servicios informales que están activos en Playa Chipipe. Esto incluiría identificar qué tipo de actividades realizan, dónde estén ubicados y cuáles son sus principales necesidades. Contar con esta información será fundamental para planificar acciones de ordenamiento territorial, así como programas de formalización y estrategias de apoyo que busquen fortalecer este sector.

El segundo objetivo específico, se sugiere poner en marcha programas de capacitación continua para los comerciantes informales, abarcando temas como atención al cliente, manipulación segura de alimentos, buenas prácticas ambientales, gestión de residuos, seguridad y cultura turística. Además, sería útil establecer mecanismos de seguimiento y asesoría periódicos que aseguran la calidad de los servicios que se ofrecen a los visitantes.

Por último, en cuanto al tercer objetivo específico, se recomienda crear e implementar un plan integral para Fortalecer los Servicios Informales de Playa Chipipe. Este plan debería incluir procesos de formalización gradual, la delimitación de áreas autorizadas para el comercio, incentivos para cumplir con los estándares de calidad y espacios de coordinación entre las autoridades locales, el sector turístico y las acciones de comerciantes. La implementación de estas estrategias ayudará a mejorar la organización del destino, aumentar su competitividad y fomentar un desarrollo turístico sostenible.

Bibliografía

Asamblea Nacional del Ecuador. (2002). Ley de Turismo. Asamblea Nacional del Ecuador.

Buhalis, D. (2023). Gestión de empresas y destinos turísticos, competitividad e innovación.

Camilleri, M. A. (2024). *Tourism, Hospitality and Events Management: Principles and Practices*. Springer.

Chen, Junwei, Z., Jianyi, D., Lei, W., & Shengjun, Y. (2022). Use self-construction theory to understand Daka destination information sources and motivation impact on tourism intention. *Frontiers in Psychology*, 13.

Chen, M. A., & Carré, F. (2020). *The Informal Economy Revisited: Examining the Past, Envisioning the Future*. London: Routledge.

Chen, M. A. (2012). *The informal economy: Definitions, theories and policies. Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO)*.

Crompton, J. L. (1997). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.

Cárdenas-García, P. J., & Alcalá-Ordoñez, A. (2023). Tourism and Development: The Impact of Sustainability—Comparative Case Analysis. *Sustainability*, 15(2).

Dila, M., Fang, L., & Joanne, S. (2022). Understanding Potential and Repeat Visitors' Travel Intentions: The Roles of Travel Motivations, Destination Image, and Visitor Image Congruity. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1121–1137.

Dimitrios, S. (2022). Exploring Resident–Tourist Interaction and its Impact on Tourists' Destination Image. *Journal of Travel Research* Año, 61(1), 186–201.

Dimitrios, S. (2022). Exploring Resident–Tourist Interaction and its Impact on Tourists' Destination Image. *Journal of Travel Research*, 61(1), 186–201.

Evans, J. D. (1996). *Straightforward statistics for the behavioral sciences*. Thomson Brooks/Cole Publishing Co.

Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, 555–581

Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555–581.

Gemar, G., Soler, I. P., & Moniche, L. (2023). Exploring the impacts of local development initiatives on tourism: A case study analysis *Revista: Heliyon*. 9(9).

George, D., & Mallery, P. (2018). Liderazgo de pequeñas empresas y atributos éticos que influyen en la satisfacción laboral de los empleados.

George, D., & Mallery, P. (2018). IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A Simple Guide and Reference (15th ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351033909>

George, D., y Mallery, P. (2018). Estadísticas de IBM SPSS 25 paso a paso.
<https://doi.org/10.4324/9781351033909m>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena (marca la casilla "Autor corporativo"). (15 de enero de 2025). FITUR 2025, Santa Elena lista para conquistar turistas en España. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena: <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/noticias-menu/boletines/1333-fitur-2025-santa-elena-lista-para-conquistar-turistas-en-espana-2>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas. (2024). Ordenanza para la Licencia Anual de Funcionamiento de los establecimientos turísticos del cantón Salinas. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas. (2025). Historia y generalidades del cantón Salinas. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas: <https://www.salinas.gob.ec/index.php/turismo/historia-y-generalidades>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena. (2023). Salinas. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena: <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/salinas>

Lei, T., Wang, X., & Morrison, A. M. (2022). Is it a persistent ailment for the city? Urban resident perceptions and attitudes toward informal employment in tourism. *Current Issues in Tourism*, 26(17), 2745–2761.

Maslow, A. H. (1994). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman

ONU Turismo. (2025). World Tourism Barometer. ONU Turismo.

Servicio Ecuatoriano de Normalizació. (2020). NTE INEN 2631: Playas turísticas. Requisitos para la certificación. Instituto Ecuatoriano de Normalización, Quito.

ONU Turismo. (2024). Glosario de términos de turismo.

ONU Turismo. (2025). World Tourism Barometer.

ONU Turismo. (2024). Promotion of sustainable and resilient tourism, including ecotourism, for poverty eradication and environmental protection.

ONU Turismo. (2024). xPromotion of sustainable and resilient tourism, including ecotourism, for poverty eradication and environmental protection.

ONU Turismo. (2024). Promotion of sustainable and resilient tourism, including ecotourism, for poverty eradication and environmental protection. United Nations.

ONU turismo. (2024). Promotion of sustainable and resilient tourism, including ecotourism, for poverty eradication and environmental protection. United Nations.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). OECD Tourism Trends and Policies 2024. OECD Publishing.

Organización Internacional del Trabajo. (2023). World Employment and Social Outlook: Trends 2023.

Plaza Moreno, E. (2026). PrismaFlow Studio (Version 1.1.0) [Software]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18618426>. Disponible en <https://prismaflow-studio.netlify.app/>

Apéndice

Encuesta para turistas

La percepción del turista sobre la informalidad en los servicios de la Playa Chipipe - Salinas, como imagen de destino turístico, período 2025-2026

Instrucciones

Estimado(a) turista:

La presente encuesta tiene fines exclusivamente académicos. Su participación es voluntaria y anónima. Marque con una (X) la opción que mejor represente su opinión.

Escala de Likert:

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

I. Datos sociodemográficos

1. Edad

- ☐ 18 – 25 años
- ☐ 26 – 35 años
- ☐ 36 – 45 años
- ☐ 46 – 55 años
- ☐ Más de 55 años

2. Lugar de procedencia

- ☐ Costa
- ☐ Sierra
- ☐ Amazonía
- ☐ Región Insular
- ☐ Extranjero

3. Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro
- ☐ Prefiero no responder

4. Frecuencia de visita a la Playa Chipipe

- ☐ Primera vez
- ☐ Una vez al año

- ☐ Dos o tres veces al año
- ☐ Más de tres veces al año
- ☐ Frecuentemente

5. ¿Qué tipos de negocios o actividades informales ha observado durante su visita a la playa Chipipe?

- ☐ Venta ambulante de artesanías y souvenirs
- ☐ Alquiler informal de carpas, sillas o sombrillas
- ☐ Prestación informal de servicios turísticos (guías, recorridos, etc.)
- ☐ Comercio informal de ropa o accesorios de playa
- ☐ Actividades recreativas sin autorización visible
- ☐ Cobro informal de estacionamiento o parqueadero
- ☐ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

II. Percepción sobre la informalidad en los servicios turísticos

Marque una opción según su nivel de acuerdo.

Nº	Afirmación	1	2	3	4	5
1	La presencia de vendedores informales es evidente en la Playa Chipipe.	☐	☐	☐	☐	☐
2	La informalidad forma parte de la experiencia turística de la playa.	☐	☐	☐	☐	☐
3	La presencia de comercio informal afecta mi comodidad durante la visita.	☐	☐	☐	☐	☐
4	Los vendedores informales suelen ofrecer productos y servicios de calidad aceptable.	☐	☐	☐	☐	☐
5	Me siento seguro(a) al adquirir productos o servicios de comerciantes informales.	☐	☐	☐	☐	☐
6	La atención brindada por comerciantes informales es cordial y adecuada.	☐	☐	☐	☐	☐
7	La informalidad genera desorden en las áreas turísticas de la playa.	☐	☐	☐	☐	☐
8	La informalidad afecta negativamente la percepción de seguridad del destino.	☐	☐	☐	☐	☐
9	Existe un adecuado control por parte de las autoridades sobre las actividades comerciales informales.	☐	☐	☐	☐	☐

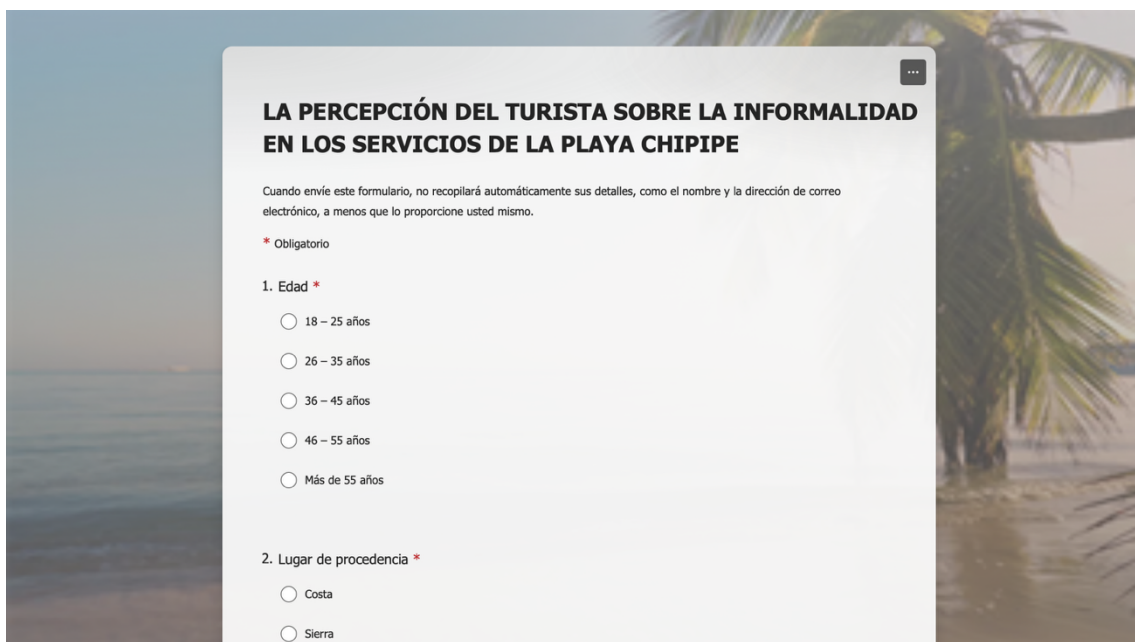
10	La regulación de las actividades informales contribuiría a mejorar la experiencia turística.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
----	--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

III. Imagen del destino turístico

Marque una opción según su nivel de acuerdo.

Nº	Afirmación	1	2	3	4	5
11	La informalidad influye en la imagen turística de la Playa Chipipe.	☐	☐	☐	☐	☐
12	La presencia de comercio informal afecta la limpieza y el orden de la playa.	☐	☐	☐	☐	☐
13	La informalidad influye en mi decisión de regresar a este destino turístico.	☐	☐	☐	☐	☐
14	La formalización de los comerciantes mejoraría la imagen turística de Chipipe.	☐	☐	☐	☐	☐
15	El comercio informal genera oportunidades económicas para la comunidad local.	☐	☐	☐	☐	☐
16	Es posible mantener un equilibrio entre el turismo y las actividades comerciales informales.	☐	☐	☐	☐	☐
17	Las autoridades deberían implementar estrategias para regular el comercio informal sin afectar el sustento de los comerciantes.	☐	☐	☐	☐	☐
18	Recomendaría la Playa Chipipe como destino turístico a familiares y amigos.	☐	☐	☐	☐	☐
19	Considero que la Playa Chipipe proyecta una imagen turística positiva.	☐	☐	☐	☐	☐
20	La calidad de los servicios turísticos influye más en mi percepción del destino que la presencia de comercio informal.	☐	☐	☐	☐	☐

Encuesta a turistas de forms



LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE LA INFORMALIDAD EN LOS SERVICIOS DE LA PLAYA CHIPIPE

Cuando envíe este formulario, no recopilaremos automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.

*** Obligatorio**

1. Edad *

- ☐ 18 – 25 años
- ☐ 26 – 35 años
- ☐ 36 – 45 años
- ☐ 46 – 55 años
- ☐ Más de 55 años

2. Lugar de procedencia *

- ☐ Costa
- ☐ Sierra

QR de encuesta virtual a turistas



Matriz de consistencia



Nombres y Apellidos Completos: María Fernanda Holguín Anastacio

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la propuesta de Investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Idea a defender / Producto a
“La percepción del turista sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe - salinas, como imagen de destino turístico, período 2025-2026”	Problema General: De qué manera la informalidad en los servicios ofrecidos en la playa Chipipe influye en la percepción de los turistas y en la construcción de la imagen del destino turístico durante el período 2025-2026	Objetivo General: Analizar la percepción de los turistas sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe, en Salinas, y su influencia en la construcción de la imagen del destino turístico.	La percepción de los turistas sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe influye en la imagen del destino turístico, ya que la forma en que los visitantes valoran aspectos como la organización, la seguridad, la calidad del servicio y la regulación de las actividades informales condiciona la imagen que construyen del destino y su experiencia turística.
Alineación con el eje de investigación	Sistematización del problema: ¿Qué tipos de servicios informales se ofrecen en la playa Chipipe y cuáles son sus principales características? • ¿Cuál es la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales de la playa Chipipe, considerando aspectos como atención, seguridad, limpieza y organización? • ¿Qué estrategias de mejora pueden proponerse para fortalecer la experiencia turística y la imagen de la playa Chipipe como destino turístico?	Objetivos específicos: • Caracterizar los servicios informales presentes en la playa Chipipe-Salinas, identificando sus tipos, actividades y formas de operación dentro del entorno turístico. • Determinar la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios informales, considerando aspectos relacionados con la atención al cliente, seguridad, limpieza y organización. • Proponer estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento de los servicios informales, con el fin de mejorar la experiencia turística de los visitantes y contribuir al fortalecimiento de la imagen del	
Fuente de información	Línea de investigación: Planificación, gestión y desarrollo sostenible de destinos turísticos.		
	Sublínea de investigación: Gestión de destinos turísticos		
	Libros digitales biblioteca UPSE:	1	
	Tesis grado:	5	
	Tesis posgrado:	20	
	Artículos alto impacto	11	
	➤ Artículos alto impacto Wos:		4

Operacionalización de las variables



OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título	Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicador	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
La percepción del turista sobre la informalidad en los servicios de la playa Chipipe - Salinas, como imagen de destino turístico, período 2025-2026.	Percepción del turista sobre la informalidad	La percepción del turista sobre la informalidad corresponde a la valoración que realizan los visitantes respecto a las actividades comerciales y de servicios que operan fuera de los mecanismos formales de regulación en un destino turístico. Esta percepción se construye a partir de la experiencia del visitante y considera aspectos relacionados con la calidad del servicio, la atención recibida, la organización, la seguridad y el orden del espacio turístico, elementos que influyen en la experiencia de viaje y en la valoración del destino (Stylidis, 2020; Van-Dunem, Coelho, & Bairrada, 2021).	• Presencia de la informalidad • Calidad percibida de los servicios informales • Organización y seguridad	Dimensión: Presencia de la informalidad • Presencia de vendedores informales. • Informalidad como parte de la experiencia turística. • Comodidad del visitante frente a la informalidad. Dimensión: Calidad percibida de los servicios informales • Calidad de productos y servicios. • Seguridad durante la compra. • Atención brindada por comerciantes informales. Dimensión: Organización y seguridad • Orden en las áreas turísticas. • Percepción de seguridad del destino. • Control de las autoridades. • Necesidad de regulación.	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Aplicada Alcance: Correlacional Diseño: No experimental, transversal	Población Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la playa Chipipe, cantón Salinas, durante el período de estudio. Muestra 385 turistas seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario estructurado tipo Likert (1 = Totalmente en desacuerdo; 5 = Totalmente de acuerdo).



Imagen del destino	La imagen del destino turístico representa la percepción global que el visitante construye sobre un lugar a partir de la evaluación de sus atributos físicos, ambientales, sociales y de servicios, así como de las experiencias vividas durante la visita. Esta imagen influye en la satisfacción, la intención de regresar y la recomendación del destino a otros turistas (Stylidis, 2020).	• Imagen del destino • Percepción del desarrollo turístico • Comportamiento del turista	Dimensión: Imagen del destino • Influencia de la informalidad en la imagen turística. • Limpieza y orden del destino. • Formalización de comerciantes. • Imagen turística positiva. Dimensión: Percepción del desarrollo turístico • Oportunidades económicas para la comunidad. • Equilibrio entre turismo e informalidad. • Estrategias de regulación. Dimensión: Comportamiento del turista • Intención de regresar. • Recomendación del destino. • Influencia de la calidad del servicio sobre la percepción del destino.	$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$ $n = \frac{1.96^2 \times 0.5}{0.05^2}$ $n = 384.16$ $n = 385$	
---------------------------	---	---	--	---	--

PLAGIO



Página 1 de 31 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::1:3616121476

MARIA FERNANDA HOLGUIN ANASTACIO
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Revisión de Similitud - Trabajos de Integración Curricular Turismo 2026-1



Revisión de Similitud



Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3616121476

Fecha de entrega

23 jul 2026, 11:50 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

23 jul 2026, 12:44 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

HOLGUIN_ANASTACIO_MARIA_FERNANDA.docx

Tamaño del archivo

49.5 KB

29 páginas

9750 palabras

55.513 caracteres



Página 1 de 31 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::1:3616121476



Página 2 de 32 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3616121476

3% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

• Bibliografia

Fuentes principales

0%  Fuentes de Internet

0% Publicaciones

3% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 de 32 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3616121476