



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

**TEMA:**

**“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE LOS JÓVENES VIAJEROS  
DE PARTICIPAR EN EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA COLONCHE,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

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

**AUTOR:**

**BORBOR SANTIANA ANTONIO ADOLFO**

**TUTOR:**

**LIC. ORDEN MEJÍA MIGUEL ÁNGEL. PhD.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2026**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Factores que Influyen en la Intención de los Jóvenes Viajeros de Participar en el Agroturismo en la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena** “, elaborado por el **Sr. Antonio Adolfo Borbor Santiana**, egresado de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Turismo**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**



---

Lcdo. Miguel Ángel Orden Mejía. PHD.

**Profesor tutor**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Factores que Influyen en la Intención de los Jóvenes Viajeros de Participar en el Agroturismo en la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Antonio Adolfo Borbor Santiana** con cédula de identidad número **0923338453**, 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.

Atentamente



---

**Antonio Adolfo Borbor Santiana**

**C.C. No.: 0923338453**

## AGRADECIMIENTO

Infinitamente a la Universidad Península de Santa Elena por darme la oportunidad como joven de prepararme en esta carrera universitaria, para así tener un futuro competitivo en un mundo lleno de conocimientos avanzados.

A mis maestros que forman parte de la cátedra de la carrera, por compartir sus conocimientos tanto éticos y profesionales cada día, fue fundamental para fortalecer mi proyecto y seguir con el objetivo de terminar a tiempo.

A mi profesor guía por brindarme su tiempo posible, sobre todo su apoyo y conocimiento obtenido a la largo de la carrera, que me permitió direccionarme en mi trabajo de investigación en base a su experiencia laboral impartidas en reuniones a lo largo de este periodo.

A mis padres por sus consejos diarios y darme la motivación de seguir preparándome profesionalmente y tener una oportunidad en lograr mis metas.

*Borbor Santiana Antonio Adolfo*

## **DEDICATORIA**

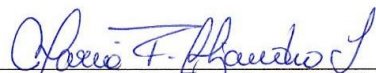
A Dios por darme la vida, la sabiduría y la paciencia para no desfallecer en el transcurso de mi carrera de preparación universitaria y fortalecerme cada día para lograr una mejor calidad de vida entorno a mi formación académica.

A mi familia, padre, madre, hermanos que han sido partícipes de todo este trayecto, que en lo personal no ha sido nada fácil y que se verá reflejado por la motivación de terminación de mi proyecto de investigación.

A mí mismo por la responsabilidad y el compromiso asumidos en cada objetivo planteado. Esta dedicación ha sido la base para ampliar mis conocimientos y forjar mi camino hacia un perfil profesional, ético y proactivo.

*Borbor Santiana Antonio Adolfo*

## TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN




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



Lcda. Tannia K. Aguirre Suárez. Mgs.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



Lcdo. Miguel A. Orden Mejía. PhD.  
**PROFESOR TUTOR**



Ing. Edinson P. Palacios Trujillo. PhD.  
**PROFESOR GUÍA DE LA UIC**



Secret. Eject. Grace M. Lindao Quimí.  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA.....	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	7
INDICEDE TABLAS .....	8
ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12-17
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>18</b>
MARCO REFERENCIAL .....	18
1.1 Revisión de literatura.....	18-19
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos .....	20
1.2.1 Generalidades del turismo .....	21
1.2.1.1 Aspectos generales del Agroturismo .....	22
1.2.1.2 Importancia del agroturismo en el desarrollo local y sostenible .....	22
1.2.1.3 El perfil del turista joven .....	23
1.2.1.4 Factores que influyen en la intención de participación de los jóvenes turistas.....	24-25
1.2.1.5Atractivos del destino .....	26
1.2.1.6 Precios del servicio.....	27
1.2.1.7 Marketing .....	28
1.2.1.8Motivación del viaje.....	28
1.2.1.9 Percepción del destino .....	29
1.2.1.10 Grupo de referencia .....	30
1.2.1.11 Decisión de participación .....	31
1.2.1.12 Relación entre los factores y la decisión del joven turista.....	31-32
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>33</b>
METODOLOGÍA .....	33
2.1 Diseño de la investigación.....	33
2.2 Enfoque cuantitativo.....	33

2.2.1 Investigación exploratoria .....	33
2.3 Método de la investigación.....	33
2.3.1 Método explicativo .....	34
2.4 Población y muestra .....	34
2.4.1 Población.....	34
2.4.2 Muestra.....	34
3.3 Tipo de muestreo .....	35
3.3.1 Justificación del tamaño muestral. ....	36
3.3.1.2 Contexto .....	36
4.1 Diseño del cuestionario .....	37
4.2 Recolección de datos.....	38
4.2.1 Análisis de datos.....	38
4.2.1.2 Recolección y procesamiento de datos .....	39
<b>CAPITULO III</b> .....	40
<b>RESULTADOS E INTERPRETACIÓN</b> .....	40
Análisis de resultados de las encuestas dirigida a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. ....	40-69
<b>DISCUSIÓN</b> .....	70-72
<b>CONCLUSIONES</b> .....	73
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	74
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	75-80
<b>ANEXOS</b> .....	81-88

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Género</i> .....	40
<i>Tabla 2. Edad</i> .....	41
<i>Tabla 3 Empleo</i> .....	42
<i>Tabla 4 Ingresos</i> .....	43
<i>Tabla 5 Nivel de instrucción</i> .....	44
<i>Tabla 6. Compañía</i> .....	45
<i>Tabla 7. Gasto diario</i> .....	46
<i>Tabla 8 Residencia</i> .....	47
<i>Tabla 9. Estado civil</i> .....	48
<i>Tabla 10 Días promedio de estadía</i> .....	49
<i>Tabla 11 Atractivo del destino</i> .....	50

<i>Tabla 12 Precios del servicio</i> .....	52
<i>Tabla 13. Marketing</i> .....	54
<i>Tabla 14 Motivación del viaje</i> .....	56
<i>Tabla 15 Percepción</i> .....	58
<i>Tabla 16 Grupo de referencia</i> .....	60
<i>Tabla 17. Decisión de participación</i> .....	62
<i>Tabla 18 Tabla de Indicadores</i> .....	64
<i>Tabla 19 Fiabilidad y Confiabilidad</i> .....	66
<i>Tabla 20 Resultado de la validez discriminante</i> .....	67
<i>Tabla 21 Resultado de validez discriminante</i> .....	67
<i>Tabla 22 Resultado de validez discriminante</i> .....	68
<i>Tabla 23 Modelo estructural</i> .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Factores que influyen participación de los turistas jóvenes</i> .....	26
<i>Figura 2. Género</i> .....	40
<i>Figura 3. Edad</i> .....	41
<i>Figura 4. Empleo</i> .....	42
<i>Figura 5. Ingresos</i> .....	43
<i>Figura 6. Nivel de instrucción</i> .....	44
<i>Figura 7. Compañía</i> .....	45
<i>Figura 8. Gasto diario</i> .....	46
<i>Figura 9. Residencia</i> .....	47
<i>Figura 10. Estado civil</i> .....	48
<i>Figura 11. Días promedio de estadía</i> .....	49
<i>Figura 12. Atractivo del destino</i> .....	51
<i>Figura 13. Precios del servicio</i> .....	53
<i>Figura 14. Marketing</i> .....	55
<i>Figura 15. Motivación del viaje</i> .....	57
<i>Figura 16. Motivación del viaje</i> .....	59
<i>Figura 17. Grupo de referencia</i> .....	61
<i>Figura 18. Decisión de participación</i> .....	63



## **“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE LOS JÓVENES VIAJEROS DE PARTICIPAR EN EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**AUTOR:**

Antonio Adolfo Borbor Santiana

**TUTOR:**

Lcdo. Miguel Ángel Orden Mejía. PhD.

### **RESUMEN**

El presente estudio tuvo como propósito analizar los factores que influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en actividades de agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional, utilizando encuestas aplicadas a una muestra de 384 jóvenes turistas. El objetivo fue identificar cómo las características sociodemográficas, los factores internos del destino y las motivaciones personales inciden en la decisión de participar en este tipo de turismo sostenible. Los resultados evidenciaron que los jóvenes entre 21 y 25 años representan el segmento predominante, caracterizado por su interés en experiencias naturales, culturales y educativas. Se determinó que la edad, el nivel de instrucción y el poder adquisitivo influyen en la forma en que los visitantes perciben y valoran el agroturismo. Asimismo, factores como la belleza paisajística, la hospitalidad local, la gastronomía y la accesibilidad económica fortalecen la percepción positiva del destino, mientras que las estrategias de marketing y la calidad de los servicios aún requieren optimización. Las conclusiones demostraron que la intención de participar está estrechamente relacionada con la búsqueda de bienestar personal, la interacción con la naturaleza y el aprendizaje agrícola. Colonche posee un alto potencial para consolidarse como un destino de turismo rural sostenible, siempre que se promuevan políticas de gestión participativa, diversificación de servicios y promoción digital orientada al público joven. Finalmente, se recomienda fortalecer la articulación entre comunidad, instituciones y sector turístico, con el fin de impulsar un modelo de desarrollo equilibrado que integre el crecimiento económico, la preservación ambiental y la participación activa de la juventud como eje transformador del agroturismo local.

**Palabras claves:** Agroturismo, experiencias auténticas, desarrollo local



**“FACTORS INFLUENCING YOUNG TRAVELERS' INTENTION TO PARTICIPATE IN AGRITOURISM IN COLONCHE PARISH, SANTA ELENA PROVINCE”**

**AUTOR:**

Antonio Adolfo Borbor Santiana

**TUTOR:**

Lcdo. Miguel Ángel Orden Mejía. PhD

**ABSTRACT**

The present study aimed to analyze the factors that influence the intention of young travelers to participate in agritourism activities in the parish of Colonche, province of Santa Elena. The research followed a quantitative, descriptive, and correlational approach, using surveys applied to a sample of 384 young tourists. The main objective was to identify how sociodemographic characteristics, internal destination factors, and personal motivations affect the decision to participate in this type of sustainable tourism. The findings revealed that young people between 21 and 25 years old represent the predominant segment, characterized by their interest in natural, cultural, and educational experiences. It was determined that age, educational level, and purchasing power influence how visitors perceive and value agritourism. Likewise, elements such as scenic beauty, local hospitality, gastronomy, and economic accessibility strengthen the positive perception of the destination, while marketing strategies and service quality still require improvement to reach higher levels of competitiveness. The conclusions demonstrated that the intention to participate is closely related to the search for personal well-being, interaction with nature, and agricultural learning. Colonche has great potential to establish itself as a sustainable rural tourism destination, provided that participatory management policies, service diversification, and digital promotion strategies targeting young audiences are implemented. Finally, it is recommended to strengthen coordination among the local community, institutions, and the tourism sector to promote a balanced development model that integrates economic growth, environmental preservation, and active youth participation as the driving force behind the sustainable transformation of agritourism in the region.

**Keywords:** Agritourism, authentic experiences, local development

## INTRODUCCIÓN

El agroturismo se ha consolidado como una estrategia relevante para impulsar el desarrollo económico de zonas rurales, al integrar la conservación del entorno natural con un uso equilibrado de los recursos autóctonos. En este escenario, la parroquia Colonche, ubicada en la provincia de Santa Elena, se destaca por la riqueza en su biodiversidad además de las prácticas tradicionales y su proximidad a los destinos turísticos reconocidos lo que le posiciona como un sitio con gran proyección agroturística. Es importante por parte de las autoridades fortalecer esta modalidad turística en este sector dado que no solamente se diversificaría la oferta que existe, sino que se fortalecería la participación activa de las comunidades locales y de esta forma se estimularía acciones de protección ambiental.

En ese enfoque el turismo en sus múltiples formas de expresión demuestra ser un motor de desarrollo económico social a nivel local y mundial. Actualmente los viajeros buscan experiencias más reales y auténticas cercanas a la cultura local y al contacto con la naturaleza y esto ha dado lugar a las tendencias como el turismo rural o también llamado el turismo agroturístico. Este último tipo de turismo integra las prácticas agrícolas con actividades recreativas y educativas que se convierte en una opción atractiva para quienes desean vincularse con los estilos de vida sostenible y sustentables.

Desde ese contexto, la parroquia Colonche, posee características que permiten integrar la dinámica con la zona frente al agroturismo. Es importante además acotar que la potencialidad que recibe no radica únicamente en los recursos naturales o las culturas disponibles sino también la capacidad de alinearse con los intereses de los viajeros principalmente los jóvenes. De ello, es importante consolidar los destinos competitivos siendo clave conocer los factores que determinan la intención del turista y de esta manera optar con actividades que brinde una opción más juvenil y obviamente cómoda.

Dentro de estas tendencias, los jóvenes turistas constituyen un segmento de especial interés debido a su creciente participación en los flujos turísticos globales. Los jóvenes viajeros constituyen un grupo heterogéneo con intereses diversos. Algunos se orientan hacia experiencias de aprendizaje, otros hacia la aventura y el contacto con la

naturaleza, mientras que un sector creciente valora la sostenibilidad y el impacto social de sus viajes. Es decir, este segmento se caracteriza por su dinamismo, apertura al cambio y preferencia por vivencias únicas que combinen ocio, aprendizaje y compromiso ambiental. En consecuencia, comprender sus motivaciones y preferencias se vuelve indispensable para fortalecer las estrategias de destinos emergentes.

Las diferencias y similitudes que presentan el segmento joven de turistas motivados por el agroturismo obligan a que los proveedores de servicios turísticos diseñen productos o servicio en función de los factores que impulsan en sus decisiones de compra. Por lo tanto, este estudio se centra en examinar las variables asociadas a la oferta turística (el atractivo del destino, la estrategia de marketing, el precio de los servicios, las motivaciones y las percepciones que guían la elección de los jóvenes viajeros) y su influencia en la decisión de participar en actividades agroturísticas en Colonche. De este modo, se busca generar aportes tanto teóricos como prácticos que fortalezcan la comprensión de este segmento y permitan desarrollar propuestas alineadas con las tendencias actuales del turismo juvenil y sostenible.

### **Planteamiento del problema**

En el escenario turístico contemporáneo, los jóvenes representan un segmento clave para la dinamización del mercado, pues su movilidad, sus preferencias innovadoras y su disposición a explorar destinos alternativos los convierten en un grupo de alto potencial. No obstante, el poder captar el interés hacia modalidades como el agroturismo dependerá mucho de la existencia de una buena oferta que esté estructurada y de forma comunicada con la capacidad de responder a las expectativas de los turistas.

Desde ese enfoque uno de los problemas que se identifican en el agroturismo de Colonche, es la falta de conocimiento sobre los factores que condicionan la decisión de los viajeros jóvenes dado a que se reconoce la riqueza natural y cultural de la zona pero se desconoce en la medida que influyen estas variables como lo que es el precio de la promoción, las motivaciones personales y las percepciones, sobre el destino en la intención de visita lo que limita la creación de estrategias efectivas de atracción.

En cuanto a lo que es el atractivo del destino, se considera además, que es un factor fundamental para el joven viajero, dado que no solamente con la experiencia de

obtener recursos turísticos y gozo de aquello sino presentarlos como una experiencia auténtica diferenciada y alineada con los intereses de forma que se pueda transmitir mensajes directos y creativos capaces de conectar a través del papel del marketing con la sensibilidad juvenil caracterizándola por su cercanía al entorno digital y a las tendencias de consumo responsable en el turismo sostenible.

Se analiza además el precio de los servicios que constituyen también otro determinante puesto que los jóvenes al encontrarse en etapas formativas o de inicio laboral disponen de presupuestos que no son muy abiertos por lo que en relación a costo beneficio adquiere importancia la toma de decisiones frente a la capacidad adquisitiva es por ello que los destinos turísticos deben brindar opciones competitivas pero no muy costosas de manera que no se corra con el riesgo de quedar fuera de sus alternativas de viaje.

De igual forma las motivaciones y las percepciones personales cumplen un papel fundamental dado que son factores como el deseo de escapar de la rutina aprender nuevas alternativas de habilidades una conexión con la naturaleza y la participación con las experiencias sostenibles lo que convierte en impulsores potenciales de la decisión.

Desde ese escenario surge el problema central del presente trabajo de investigación cómo es la ausencia de un análisis profundo sobre los factores que inciden en la intención que tienen los jóvenes de participar en el agroturismo de la parroquia Colonche. Por ello, comprender la dinámica de estas variables, permitirá a los servidores turísticos y gestores de destino diseñar propuestas ajustadas a la demanda real de este segmento. De este modo, se podría incrementar la competitividad del destino y posicionarlo como una alternativa innovadora en la provincia de Santa Elena.

### **Formulación del problema**

Es necesario y pertinente desarrollar la siguiente interrogante como es la formulación del problema: ¿Cuáles son los factores influyen en la intención de los jóvenes turistas de participar en actividades agroturísticas en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena?

### **Sistematización del problema**

¿Cuál es el perfil sociodemográfico del turista que visita la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena por motivos agroturísticos?

¿Cuáles son los patrones de comportamiento y preferencias por los jóvenes turistas en relación con las actividades agroturísticas?

¿Cuáles son los factores clave —como el atractivo del destino, el precio del servicio, el marketing, las motivaciones y las percepciones— que influyen en la decisión de los jóvenes turistas de participar en el agroturismo?

### **Objetivo General**

Analizar los factores que influyen en la intención de los jóvenes turistas de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

### **Objetivos específicos**

1. Analizar el perfil sociodemográfico del turista que visita la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena por motivos agroturísticos.
2. Identificar los patrones de comportamiento y preferencias por los jóvenes turistas en relación con las actividades agroturísticas.
3. Determinar los factores clave —como el atractivo del destino, el precio del servicio, el marketing, las motivaciones y las percepciones— que influyen en la decisión de los jóvenes turistas de participar en el agroturismo.

### **Justificación del problema**

En el ámbito teórico, la investigación aporta al conocimiento académico sobre turismo juvenil, un segmento poco explorado en la literatura latinoamericana, especialmente en lo referente a modalidades alternativas como el agroturismo. Analizar los factores que influyen en su intención de participación contribuye a comprender cómo se comporta este público frente a propuestas de turismo rural y sostenible.

En el plano metodológico, este estudio se justifica porque propone un análisis sistemático de variables de la oferta turística atractivo del destino, precio, marketing, motivaciones y percepciones que permiten construir un modelo explicativo del comportamiento del joven viajero. Desde ese escenario, se precisa el otorgamiento y pertinencia, de forma que propicie resultados enfocados a otros lugares de destinos con las características similares.

Desde un enfoque práctico, los resultados del presente trabajo de investigación ofertan insumos estratégicos para el desarrollo de diseños de productos jurídicos más atractivos y acordes con las tendencias juveniles siendo que estas medidas en su intención de participar se orienten a campañas promocionales ajustar los precios y crear experiencias auténticas que respondan directamente con las expectativas del turista joven.

Desde el enfoque social y económico, la conformación y consolidación de la idea del agroturismo en la parroquia Colonche, se desarrolla como una opción viable para los jóvenes que pueden dinamizar el mercado turístico y de esta manera brindar una oferta a la provincia y también al mundo atrayendo oportunidades de generar ingresos fomentar la sostenibilidad y posesionar el destino en un nicho competitivo que cada día crece.

Por último, la presente investigación es pertinente porque se enfoca en analizar el comportamiento del joven turista y también el consumidor, a la vez que se evidencia en las tendencias del sector. Al analizar los factores que orientan su decisión de viajar, se fortalece la posibilidad de consolidar un turismo más consciente, innovador y sostenible, capaz de responder a las demandas del presente y los retos del futuro.

## **Introducción**

La introducción del estudio estará orientada a describir de manera clara y precisa la problemática existente en torno a la escasa participación de los jóvenes viajeros en actividades agroturísticas en la Parroquia Colonche. En este apartado se establecerán los objetivos generales y específicos que guiarán la investigación, junto con la justificación del estudio, destacando el agroturismo como una alternativa sustentable que puede contribuir significativamente al desarrollo económico local y a la conservación del entorno natural y cultural en los diversos factores que influyen en la intención de los jóvenes de involucrarse en el agroturismo y el impacto positivo que dicha participación puede generar en el eje social y económico de la zona.

## **Capítulo I: Marco Referencial**

Este capítulo estará centrado en el desarrollo del marco teórico y conceptual del estudio. Incluirá una revisión bibliográfica sobre el agroturismo, haciendo énfasis en su potencial desde la óptica de los jóvenes viajeros. Se abordarán los aportes del agroturismo en la dinamización de las economías rurales y su papel en la sostenibilidad ambiental. Además, se examinarán teorías relevantes vinculadas al turismo sostenible, las motivaciones juveniles y la responsabilidad social en el turismo.

## **Capítulo II: Metodología**

Este capítulo describirá el diseño metodológico del estudio, especificando el tipo de investigación (cuantitativa, cualitativa o mixta) y el enfoque adoptado. Se explicarán los métodos de recopilación de información, tales como encuestas, entrevistas y grupos focales dirigidos a jóvenes viajeros, agricultores locales y prestadores de servicios turísticos en la zona. También se detallará la delimitación de la población y muestra, así como los criterios de selección de los participantes. Finalmente, se describirá el proceso de análisis de los datos, con el fin de interpretar las motivaciones, percepciones y limitaciones que inciden en la participación de los jóvenes en actividades agroturísticas en la Parroquia Colonche.

## **Capítulo III: Resultados y Discusión**

En este capítulo se desarrolló en función de los instrumentos que se aplicaron en los turistas jóvenes en relación a los factores que inciden en la decisión de visitar la parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena, realizándose un análisis descriptivo de las preguntas demográficas y explícitamente de los factores como fueron de los atractivos del destino, precios del servicio, marketing, motivación, percepción, grupo de referencia y decisión de participación. Luego de ello, se procedió a realizar la discusión de los resultados, continuo a las conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1 Revisión de literatura

Rivero et al., (2022) en su artículo científico titulado “Turismo de naturaleza en la modalidad de agroturismo para el desarrollo local sostenible en Guamuhaia” refieren que: El estudio resalta la alta fragilidad y riqueza biológica de los ecosistemas de montaña en Cuba, los cuales reciben atención prioritaria por su valor estratégico para el desarrollo sostenible. Se identifica que el aprovechamiento agropecuario en estas zonas puede convertirse en una solución viable para problemas nacionales, siempre que se combine con el turismo de naturaleza, particularmente el agroturismo. Es pertinente además acotar que la sinergia faculta la generación de ingresos, además de la conservación de los recursos naturales, finalmente, se establecen directrices para mejorar la calidad de vida en las comunidades rurales.

En cuanto los resultados que se obtiene en el siguiente trabajo de investigación se enfoca en la valoración económica de los servicios ecosistémicos esencialmente para la toma de decisiones de forma acertadas que eviten la degradación lo que va a permitir que exista un turismo eficaz para integrar la producción agrícola con la actividad turística de esta manera se generan beneficios ambientales, sociales y económicos. Las acciones propuestas se alinean con las políticas agroindustriales y turísticas nacionales, contribuyendo a los Lineamientos del período 2021-2026 y fortaleciendo la sostenibilidad del desarrollo territorial en zonas montañosas.

Flores y Ríos (2021) en su artículo profesional “El agroturismo como estrategia de diversificación de la cadena agroalimentaria del Amaranto en Nativitas, Tlaxcala, México” determinaron que: La investigación resalta el valor histórico, cultural y alimentario del cultivo del amaranto, especialmente en el municipio de Nativitas, Tlaxcala, donde esta gramínea ha formado parte esencial de las tradiciones mesoamericanas desde hace milenios. No obstante, la producción actual enfrenta riesgos

en el escenario económico por el alza de insumo; además de la escasez de mano de obra y la alta intermediación, lo que frente a este problema se plantea la revalorización del amaranto como un eje principal del agroturismo de esta manera se busca diversificar los ingresos rurales y la conservación de una práctica agrícola con las raíces culturales profundas.

Importante además que los resultados que se han obtenido en el presente trabajo de investigación reflejan que existe un entorno favorable para la articulación del turismo con la cadena alimentaria del amaranto siendo una de las riquezas patrimoniales del cultivo y que es importante que se establezca una base sólida para el diseño de experiencias turísticas vinculadas con la producción agrícola. De esa forma se identifica la alternativa de la re-utilismo como la rentabilidad del cultivo al atraer visitantes a la vez de promover productos derivados y fortalecer la identidad local lo que sugiere el establecimiento de estrategias viables desarrollo sostenible en la región.

Garaicoa et al., (2023) en su artículo profesional titulado “Agroturismo: Una alternativa sostenible para el desarrollo local en San Francisco de Milagro, Guayas, Ecuador” determinaron que: La importancia estratégica del agroturismo es una alternativa viable y sostenible para el desarrollo local en Ecuador, aprovechando su diversidad geográfica, riqueza cultural y potencial económico en base a su investigación señala que este enfoque turístico puede mejorar el bienestar ciudadano, especialmente en comunidades rurales como San Francisco de Milagro, al generar oportunidades económicas para fincas y ranchos mediante la integración del turismo con las actividades agrícolas tradicionales.

Desde ese enfoque los resultados más sobresalientes se revelan que el Ecuador ya cuenta con una base institucional con el PLANDETUR 2020 que fortalece la promoción del turismo sostenible incluyendo el agroturismo. A más de ello conocer la relación estrecha entre el agroturismo y el desarrollo local que permite el planteamiento de un plan estratégico que fortalezca la economía local además que conserve los recursos naturales y culturales del sector.

Bumbila y Garcés (2023) en su trabajo de titulación “Turismo en el espacio rural con enfoque de género: Principios para llevar a cabo proyectos de autodesarrollo comunitario”, Manabí; determinaron que: El turismo en espacios rurales se presenta

como una herramienta estratégica para impulsar el desarrollo comunitario en América Latina y el Caribe, especialmente desde una perspectiva de género. Su potencial transformador radica en la posibilidad de empoderar a las mujeres rurales, tradicionalmente marginadas, mediante proyectos que articulen turismo, producción local y participación social.

El presente estudio permitió la identificación de contradicciones estructurales en torno al desarrollo comunitario y la aplicación limitada enfoque de género en los proyectos turísticos rurales siendo que se generan procesos sostenibles y se articulan desde el autodesarrollo. Importante, además, considerar la transversalización del enfoque de género que no solamente se visibiliza como las necesidades específicas, sino que además se fortalece el tejido social.

Tapia (2023) en su trabajo de investigación titulado “Agroturismo como estrategia de diversificación en los emprendimientos de la comuna Dos Mangas, establece que el presente estudio resalta la importancia del agroturismo como una estrategia para diversificar la economía local mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y los saberes ancestrales. Desde ese enfoque, esta propuesta no solamente promueve el rescate cultural sino también que fomenta la creación de nuevos emprendimientos rurales sostenibles además que se apoya de un marco teórico sólido y las herramientas como las encuestas y entrevistas para la identificación de las percepciones de turismo y residencias sobre los potenciales del territorio.

En ese contexto, entre los principales resultados se evidenció un alto nivel de aceptación del turismo Porta la comunidad y de los actores sociales quiénes son los que reconocen como una alternativa real de desarrollo económico y social. Las actividades agropecuarias tradicionales son vistas como oportunidades para generar experiencias turísticas auténticas, permitiendo nuevos modelos de negocio. La planificación técnica y participativa se perfila como un factor clave para el éxito, consolidando al agroturismo como un motor de emprendimiento e integración social en la zona.

## **1.2 Desarrollo de teorías y conceptos**

### 1.2.1 Generalidades del turismo

La Organización de las Naciones Unidas define el turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas fuera de su entorno habitual por un periodo consecutivo inferior a un año, y que se orienta principalmente al ocio, la recreación y el descanso. Asimismo, este concepto incluye los viajes con fines de negocios o con motivos que implican actividades remuneradas en el lugar de destino, por lo que el turismo abarca un amplio espectro de movimientos humanos que generan interacciones sociales, culturales y económicas; en consecuencia, se reconoce su capacidad de influir de manera significativa en el desarrollo de las comunidades receptoras y en los diferentes ámbitos donde se lleva a cabo (ONU Turismo, 2025).

En cuanto a los aspectos generales el turismo es una actividad socioeconómica que consiste en el desplazamiento temporal de las personas de un lugar donde habitúan hasta otro lugar donde quieren recrear con fines turísticos culturales religiosos deportivos o también de emprendimiento. Es importante considerar además que, esa es una de las industrias que aporta al estado y que genera empleo a la vez que dinamiza la economía y promueve el intercambio cultural entre los pueblos.

Desde ese enfoque entre los principios principales se encuentra la temporalidad del desplazamiento voluntario y el consumo de bienes y servicios turístico dado que no solamente se trata de brindar un servicio de calidad sino también una red de actores como comunidades locales empresa gobierno y organizaciones internacionales que aporten de forma mancomunada a un turismo de calidad (Bumbila & Garcés, 2023).

El turismo sigue siendo uno de los medios que se tiene como inversión para poder desarrollar actividades de diferentes tipos como es el turismo del Sol y la playa el ecoturismo el agroturismo el turismo cultural de aventura religioso gastronómico entre otros. Provincial de ello Es que cada modalidad responde intereses específicos y requiere una planificación adecuada de esta manera se garantiza la sostenibilidad del destino y la satisfacción de los visitantes

Hoy en día, el turismo se enfrenta a nuevos retos como el cambio climático, la masificación y la necesidad de fomentar modelos más sostenibles e inclusivos. Por ello,

se busca promover un turismo responsable que valore los recursos naturales y culturales, respete a las comunidades anfitrionas y contribuya al desarrollo local.

### **1.2.1.1 Aspectos generales del Agroturismo**

El agroturismo es una modalidad del turismo rural que se desarrolla en espacios agrícolas o ganaderos, donde los visitantes tienen la oportunidad de convivir con la vida del campo, participar en actividades productivas y conocer tradiciones locales (Chilán, 2022). Esta forma de turismo combina recreación, educación, cultura y producción, promoviendo un contacto directo con la naturaleza y con las prácticas agropecuarias propias del territorio.

Una de las principales características del agroturismo es la valorización del entorno rural y de los saberes ancestrales de las comunidades. A través de esta experiencia, los turistas no solo descansan y disfrutan del paisaje, sino que también aprenden sobre cultivos, crianza de animales, elaboración de productos artesanales y gastronomía típica. Esto fortalece el sentido de identidad local y la transmisión intergeneracional de conocimientos.

El agroturismo impulsa el desarrollo económico de las zonas rurales al diversificar los ingresos de las familias campesinas, fomentar el emprendimiento y revalorizar los productos locales. Asimismo, promueve la sostenibilidad ambiental, ya que suele basarse en prácticas agroecológicas, uso responsable de los recursos y conservación del entorno natural y cultural.

El agroturismo impulsa el desarrollo económico de las zonas rurales al diversificar los ingresos de las familias campesinas, fomentar el emprendimiento y revalorizar los productos locales. Asimismo, promueve la sostenibilidad ambiental, ya que suele basarse en prácticas agroecológicas, uso responsable de los recursos y conservación del entorno natural y cultural.

### **1.2.1.2 Importancia del agroturismo en el desarrollo local y sostenible**

Especialmente en comunidades rurales que enfrentan limitadas oportunidades de empleo y producción. En ese contexto al diversificar las actividades tradicionales del escenario rural como la agricultura y la ganadería adicionando los servicios turísticos esto

propicia nuevas fuentes de ingresos que fortalecen la economía comunitaria y familiar de sus habitantes. Esta relación permite que las zonas rurales se integren de forma activa a la dinámica tanto local como regional y nacional.

En cuanto a los principales impactos que tendría el agroturismo es la dinamización de las economías locales mediante la creación de emprendimientos directos e indirectos. En dónde los pequeños productores ofertan alojamiento alimentación típica recorridos guiados y ventas de productos agrícolas como los procesados en este caso por ejemplo la mermelada los lácteos o artesanías (Godoy, 2023). Uno de los factores de beneficio es que aquello estimula la demanda de bienes y servicios complementarios como es el transporte el comercio y las ferias comunitarias.

Además, el agroturismo fomenta el emprendimiento rural, el fortalecimiento de las microempresas y la generación de cadenas de valor locales. Esto contribuye a la circulación interna de la riqueza, reduce la dependencia de intermediarios y mejora la calidad de vida de los habitantes del campo. También favorece la revalorización de los productos locales, lo que puede abrir nuevas oportunidades en mercados especializados como el turismo gastronómico o el comercio justo.

En cuanto al impacto que genera el agroturismo este trasciende a lo económico dado que promueve la sostenibilidad ambiental además de la preservación cultural y el empoderamiento comunitario de sus habitantes (Garaicoa, Montero, Rodríguez, & León, 2023). Para consolidar estos beneficios, es necesario que las políticas públicas apoyen esta modalidad mediante capacitación, financiamiento, promoción y una adecuada infraestructura. Así, el agroturismo se convierte en un motor real y sostenible de desarrollo económico local.

### **1.2.1.3 El perfil del turista joven**

El turista joven se caracteriza por buscar experiencias auténticas y diferentes, ya que su interés va más allá de los viajes convencionales que solo ofrecen descanso o entretenimiento, pues prefieren propuestas dinámicas que impliquen contacto con la naturaleza, aventura y actividades participativas que les permitan involucrarse con el entorno (Ruiz & Ruiz, 2021). Este perfil responde a una tendencia generacional que valora el aprendizaje vivencial, el intercambio cultural y la posibilidad de fortalecer su

identidad a través de experiencias únicas que marquen una diferencia respecto a otros tipos de turismo.

Asimismo, este segmento poblacional muestra gran interés en la autonomía y flexibilidad, dado que no siempre siguen itinerarios rígidos, sino que optan por decidir de manera espontánea qué actividades realizar en el destino, lo cual refleja un estilo de viaje independiente y adaptado a sus intereses del momento (Esquivel, Caballero, & Barón, 2024). Esta característica evidencia que los jóvenes valoran más la libertad de elección que la comodidad de paquetes cerrados, lo que les impulsa a buscar alternativas que se ajusten a sus expectativas de aventura y descubrimiento personal.

Otro aspecto que define al turista joven es su fuerte vínculo con la conectividad digital, ya que las redes sociales cumplen un papel esencial en la elección del destino, en la planificación del viaje y en la forma de compartir sus vivencias, lo que convierte a la tecnología en un elemento clave en su comportamiento turístico (Bumbila & Garcés, 2023). De esta manera, las plataformas digitales no solo influyen en su proceso de decisión, sino que también generan un efecto multiplicador al convertir cada experiencia en un contenido que motiva a otros jóvenes a vivir experiencias similares.

Se observa que este grupo suele priorizar opciones accesibles en términos económicos, aunque sin renunciar a la calidad y la autenticidad de las experiencias que eligen, ya que buscan vivencias que les permitan disfrutar sin gastar en exceso. En consecuencia, muestran una mayor disposición hacia propuestas de turismo sostenible, comunitario o agroturístico que se alinean con sus valores de responsabilidad social y ambiental, reforzando su compromiso con un estilo de consumo consciente y respetuoso con el entorno.

#### **1.2.1.4 Factores que influyen en la intención de participación de los jóvenes turistas**

La intención de los jóvenes turistas de participar en actividades agroturísticas está determinada por diversos factores vinculados a sus motivaciones, intereses y percepciones. Desde ese escenario en cuanto a los factores que influyen en la intención de participación de los jóvenes turistas visitar las comunidades en donde se desarrolle el agroturismo se debe identificar que en primer lugar influyen las expectativas de beneficio personal como es la posibilidad de vivir experiencias autóctonas y disfrutar del contacto

con la naturaleza de esta forma acceder actividades recreativas que se diferencien a otras estancias (Mora, 2018).

En ese mismo contexto el interés por adquirir nuevos conocimientos sobre la producción agrícola, así como sus prácticas adicional la cultura local y la sostenibilidad ambiental constituyen elementos fundamentales que despierta la curiosidad y aquello atrae al turista fomentando la participación entre comunidades.

Por otro lado, el nivel de información en promoción que reciben los turistas antes y durante el viaje resulta relevante y determinante a su vez dado que una comunicación clara sobre este tipo de actividades además de informar sobre los costos y la seguridad que ofrece en los lugares incrementa la confianza en la decisión de participar. Es por ello necesario fortalecer estas áreas para propiciar la recomendación de familiares amigos o influenciadores en redes sociales para generar un efecto de beneficio en la disposición de los jóvenes a integrarse a este tipo de experiencia agroturísticas (Herrera, 2023).

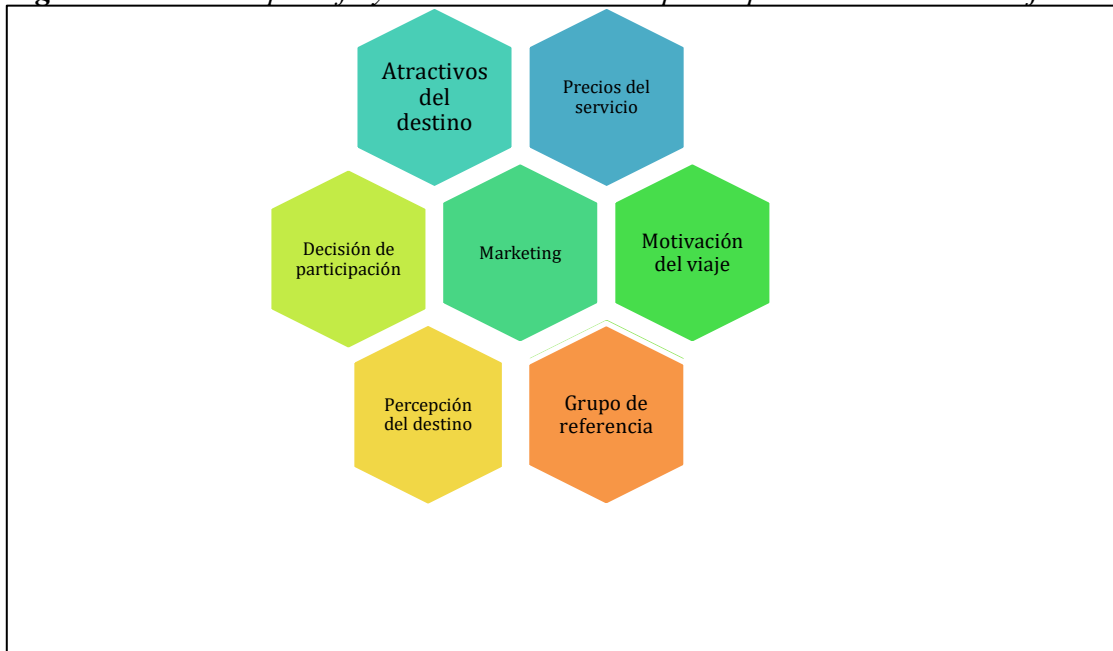
Finalmente, aspectos como la accesibilidad, el precio justo, la calidad del servicio y la adecuación de la oferta a las preferencias de este segmento poblacional constituyen factores decisivos que inciden directamente en su intención de involucrarse en actividades agroturísticas durante su estancia en Colonche.

De ello, es que las tendencias actuales del turismo juvenil muestran un crecimiento de valoración hacia las experiencias sostenibles lo que convierte al escenario del agroturismo como una alternativa tentativa y atractiva para el segmento juvenil. En donde, si bien es cierto se reconoce que la juventud busca actividades que le permitan no solamente satisfacer su entretenimiento sino conectar con valores ambientales y culturales alineándose con el interés por un consumo más consciente y sostenible (Saavedra, García, Martínez, & Mora, 2021).

En este sentido, la percepción de autenticidad, la posibilidad de compartir las vivencias en redes sociales y el sentido de pertenencia generado al participar en prácticas agrícolas locales fortalecen su intención de integrarse en este tipo de experiencias durante su visita a Colonche,

Entre los factores que influyen en la intención de participación de los turistas jóvenes, están, según muestra el gráfico 1:

**Figura 1.** Factores que influyen en la intención de participación de los turistas jóvenes



Elaboración propia, 2025

### 1.2.1.5 Atractivos del destino

Los atractivos de un destino turístico son los elementos que motivan a los visitantes a elegir un lugar determinado para viajar. Estos pueden ser de carácter natural, como montañas, ríos, playas, bosques y paisajes; cultural, como fiestas tradicionales, gastronomía, arquitectura patrimonial, museos o saberes ancestrales; o productivo, como actividades agrícolas, ganaderas o artesanales propias de la zona. La combinación de estos factores otorga identidad y valor diferenciador al destino (Buestán Carrera, 2025).

Un destino con atractivos auténticos y bien conservados tiene mayor capacidad para captar turistas interesados en experiencias enriquecedoras, educativas y responsables. En el caso del agroturismo, por ejemplo, los atractivos incluyen la participación en labores del campo, la degustación de productos locales, la convivencia con familias rurales y el aprendizaje de prácticas sostenibles. Estos elementos aportan valor agregado al viaje y fomentan el turismo vivencial.

La gestión adecuada de los atractivos del destino implica identificar, proteger y promover aquellos recursos que poseen potencial turístico, sin alterar su esencia ni dañar el entorno (Cedeño, Loor, & Ruíz, 2020). Es fundamental que las comunidades locales participen en este proceso, ya que son las principales conocedoras y guardianas de su patrimonio. El equilibrio entre aprovechamiento turístico y conservación es clave para un desarrollo sostenible.

#### **1.2.1.6 Precios del servicio**

Los precios del servicio turístico son un elemento clave dentro de la estrategia de comercialización, ya que influyen directamente en la decisión de compra del visitante y en la rentabilidad del emprendimiento. El establecimiento de un valor en estos tipos de servicio debe ser analizado dado a que se requiere considerar factores como el costo de producción agregado y la competencia en el mercado y el perfil de turista objetivo sin embargo debe ser consciente porque debe reflejar no solamente la calidad de la experiencia ofertada sino también que sea accesible para el público meta.

En el caso del agroturismo o del turismo rural, los precios suelen incluir paquetes integrales que combinan alojamiento, alimentación típica, actividades recreativas y experiencias vivenciales como siembra, ordeño o elaboración de productos artesanales (Tapia, 2023). Estos servicios deben valorarse no solo por su componente económico, sino también por el carácter educativo, cultural y sostenible que ofrecen al visitante.

Es preciso acotar que los precios deben ser transparentes y coherentes a la realidad no solamente del destino sino a la situación económica. Adicional a ellos la información que se brinden cuanto a la promoción del lugar debe ser clara y que esto incluye el servicio que genere confianza en el turista (Pérez, 2022). En ese contexto es importante resaltar que establecer tarifas diferenciadas para grupo estudiantes niños o de acuerdo con las temporadas especiales es una manera de diversificar la demanda y volver atractivo el acceso al turismo para los diferentes públicos objetivos.

### **1.2.1.7 Marketing**

El marketing es un conjunto de estrategias y acciones orientadas a identificar las necesidades del mercado, crear valor para los consumidores y lograr posicionar productos o servicios de manera competitiva. El propósito principal es la satisfacción del cliente en la forma de rentabilidad estableciendo relaciones sostenibles entre la demanda y la oferta. Mediante este medio, las organizaciones analizan su entorno definen el público objetivo y a la vez propicia el diseño de propuestas atractivas para poder promocionar y comunicar de forma efectiva sus beneficios (Rodríguez, 2021).

Desde este escenario el marketing en el área turística debe enfocarse en la transmisión de valores del territorio la autenticidad de la experiencia y el compromiso de un turismo sostenible (Rojas, Arcos, & Peña, 2020). Adicional a ello se debe integrar la participación de las comunidades locales en el diseño y la difusión de la oferta de esta forma se garantiza la coherencia entre lo que se oferta y lo que el turista vive como experiencia. Una buena estrategia de marketing no solo atrae visitantes, sino que también fortalece la identidad local y la economía del destino.

El marketing turístico debe centrarse en transmitir los valores del territorio, la autenticidad de la experiencia y el compromiso con la sostenibilidad (Rojas, Arcos, & Peña, 2020). Además, debe integrar la participación de las comunidades locales en el diseño y difusión de la oferta, para asegurar coherencia entre lo que se promete y lo que se vive. Una buena estrategia de marketing no solo atrae visitantes, sino que también fortalece la identidad local y la economía del destino.

### **1.2.1.8 Motivación del viaje**

La motivación del viaje es el impulso psicológico que lleva a una persona a tomar la decisión de desplazarse hacia un destino (Bumbila & Garcés, 2023). Este impulso está vinculado con la necesidad de escapar de la rutina, descansar, conocer nuevas culturas, buscar experiencias únicas o satisfacer intereses personales, como el contacto con la naturaleza, la gastronomía o la historia. La motivación es, por tanto, el punto de partida del comportamiento del turista.

En el turismo rural y agroturismo, las motivaciones suelen centrarse en el deseo de tranquilidad, la búsqueda de experiencias auténticas, el interés por las tradiciones locales y el aprendizaje de prácticas agrícolas o sustentables (Naranjo, 2022). El viajero no solo busca recreación, sino también conexión emocional con el entorno y las personas del lugar. Es una realidad que este tipo de turismo responde a una motivación más profunda dado a que está relacionado con la reconexión con lo esencial y lo natural y es lo que actualmente busca el turista.

En ese contexto es necesario contar que existen dos tipos principales de motivaciones. En este caso la motivación es interna en donde se tiene la necesidad de relajarse vivir aventuras o explorar y las motivaciones externas que se relacionan de manera directa con los atractivos específicos del destino como la cultura las actividades ofertadas y el paisaje. Estos tipos de motivaciones influyen en la elección del destino así mismo como la permanencia del viaje y el tipo de servicio que buscan los turistas principalmente los jóvenes que es el público objetivo en el presente trabajo de investigación.

#### **1.2.1.9 Percepción del destino**

La percepción es el proceso mediante el cual las personas interpretan y dan significado a la información que reciben del entorno a través de sus sentidos. En el ámbito del turismo, la percepción del destino, del servicio o de la experiencia influye directamente en la decisión de viaje, el nivel de satisfacción y la recomendación posterior (OMT, 2024). Cada visitante construye una imagen mental basada en sus expectativas, vivencias, creencias y emociones.

En estos parámetros la percepción no siempre coincide con la realidad objetiva del lugar o servicio que se oferta, sino que está relacionada por factores como la cultura experiencias previas medio de comunicación comentarios y otros viajeros y la calidad que reciben por el trato. De ello es importante que los prestadores de servicio cuiden todos esos aspectos que conforman la experiencia que parte desde la atención hasta los detalles del entorno.

Desde el enfoque positivo este fortalece la imagen del destino y además provoca la fidelización del visitante siendo también un referente para otros, mientras que cuando existe una percepción negativa esto puede afectar la demanda turística y desencadena un sinnúmero de desventajas. Las estrategias de marketing deben enfocarse en gestionar la percepción, resaltando los atributos del lugar, generando confianza y asegurando que lo que se ofrece corresponda con lo que se comunica.

#### **1.2.1.10 Grupo de referencia**

En cuanto al grupo de referencia sino uno de los factores analizado en el presente trabajo de investigación se refiere al conjunto de personas reales o simbólicas que influyen en el comportamiento de decisiones y actitudes de un individuo. Estos grupos funcionan como marcos de comparación o modelos de conducta, y son especialmente relevantes en el ámbito del consumo, incluyendo el turismo (Rosas, 2020). Desde ese escenario al decidir viajar muchas veces se ven condicionadas por la opinión experiencia o la preferencia de personas que tienen frente al destino turístico.

Desde ese contexto turístico los grupos de referencia pueden estar formados por amigos familiares colegas comunidades en redes sociales o figuras públicas. Además de esos criterios también existen otros elementos que inciden como las recomendaciones experiencias compartidas o incluso las publicaciones en las plataformas digitales que incide de forma directa en la elección del destino las actividades a realizar los gastos que van a incurrir la estadía y el tipo de alojamiento (Flores & Ríos, 2021). Por ello, muchas estrategias de marketing turístico apuntan a fortalecer el boca a boca y a trabajar con influencers o líderes de opinión.

Existen distintos tipos de grupos de referencia: grupos normativos, que establecen normas de conducta aceptables (como la familia); grupos comparativos, que sirven para evaluar decisiones o actitudes; y grupos aspiracionales, aquellos a los que el individuo desea pertenecer (Pilataxi, Prado, & Carvajal, 2022). En cuanto al nivel de afectación, todos afectan, en mayor o menor medida, el comportamiento del turista y su percepción de valor sobre la experiencia ofrecida.

### **1.2.1.11 Decisión de participación**

La decisión de participación es el proceso mediante el cual una persona evalúa y determina si se involucra o no en una actividad, proyecto o iniciativa, ya sea de carácter social, económico, cultural o turístico. Esta decisión está influenciada por factores personales (intereses, necesidades, motivación), sociales (influencia de grupos de referencia, normas comunitarias), y contextuales (recursos disponibles, accesibilidad, confianza en la organización). En cuanto a la decisión del turista de acceder a un escenario agroturístico es un elemento clave que refleja la disposición activa que tiene frente a la oportunidad de intervención o colaboración y disfrute.

En el escenario del turismo agroturístico la decisión de participación a través de la comunidad es importante para el éxito de los proyectos. Por ello, es que las personas al momento de percibir su participación esto va a provocar beneficios tangibles como la generación de ingresos fortalecimiento de la identidad cultural o también las mejoras de calidad de vida sin dejar a un lado la intención de colaborar. La claridad en la comunicación del proyecto, la inclusión real de la comunidad en la toma de decisiones y el respeto por sus saberes tradicionales son elementos que facilitan este proceso.

Asimismo, la confianza en las instituciones o promotores del proyecto, el reconocimiento del valor propio y colectivo, y el sentido de pertenencia territorial también influyen directamente en la voluntad de participar. Cuando estos factores están ausentes o debilitados, pueden surgir barreras como la indiferencia, el escepticismo o la resistencia al cambio.

### **1.2.1.12 Relación entre los factores y la decisión del joven turista**

La decisión del joven turista está fuertemente influida por los atractivos del destino, ya que su interés se centra en vivir experiencias auténticas, naturales y culturales que se diferencien de la oferta turística tradicional y masiva. En ese enfoque la singularidad de los paisajes además de la riqueza cultural y la posibilidad de participar en actividades interactivas son elementos sustanciales que despiertan la motivación para elegir un lugar determinado en la zona en donde escoja el turista.

Es importante acotar que otro de los factores decisivos en cuanto a la elección de lugar son los precios de servicio porque muchos jóvenes buscan propuestas que se adapten principalmente a sus gustos pero que hace contraste con las limitaciones en el aspecto económico dado a que no quieren sacrificar la calidad de la experiencia, pero a su vez al tomar una decisión final va a estar sostenido de acuerdo a su condición económica. De ello es que es relevante que exista la relación costo beneficio que se convierte en un aspecto fundamental que puede propiciar el incentivo como el rechazo a la intención de participar en una actividad turística dentro del escenario agroturístico.

En ese contexto es preciso aportar que el marketing también cumple un rol fundamental en la formación de la decisión dado a que esta información que se transmite a través de las redes sociales por medio de influencers o campañas promocionales influyen de manera directa en la percepción del valor del destino. De aquello es que una estrategia comunicacional clara atractiva y adaptada a los códigos de los jóvenes puede aumentar de manera significativa la disposición a integrarse experiencias agroturísticas.

La motivación del viaje es otro elemento fundamental, puesto que los jóvenes suelen desplazarse con el propósito de obtener entretenimiento, aprendizaje, conexión cultural o desarrollo personal, lo cual marca la orientación de sus elecciones. En este sentido, los destinos que logran responder a dichas motivaciones incrementan sus posibilidades de ser seleccionados frente a otras alternativas disponibles.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

#### 2.1 Diseño de la investigación

#### 2.2 Enfoque cuantitativo

El presente trabajo de investigación titulado “Factores que influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena” se aplicó bajo en enfoque cuantitativo, dado a que se permitió discriminar los factores y a la vez la forma en la que aquello incide en la decisión de visitar el destino turístico en análisis.

Como lo refiere Álvarez (2021) el enfoque cuantitativo, se sostiene en la recopilación de datos e información relevante mediante instrumentos como las encuestas y entrevistas con la finalidad de conocer la incidencia o aspectos que abordan el fenómeno de estudio; desde ese punto de vista, se precisó aplicar las encuestas para la obtención de información a los jóvenes tanto nacionales y extranjeros que visitan la parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena.

##### 2.2.1 Investigación exploratoria

En cuanto a la identificación de los aspectos que inciden en la decisión que tienen los turistas jóvenes para visitar la parroquia Colonche, se aplicó la investigación exploratoria, de ello, Ramos (2020) refiere la importancia de aplicar la investigación exploratoria, dado a que se sostiene de la exploración y excursión a la población de estudio para obtener mediante fuentes primarias los hallazgos que detallan el fenómeno.

Desde ese enfoque, se aplicó la investigación exploratoria, con la finalidad de identificar los factores que determinan a los turistas jóvenes visitar la parroquia Colonche.

#### 2.3 Método de la investigación

### 2.3.1 Método explicativo

De acuerdo a Lahera (2022) el método explicativo, como su nombre lo indica, sostiene el criterio de menoscabo, con la acción de discriminar los elementos de incidencia, factores de afectación y criterios de aporte científico y práctico en un fenómeno de estudio. Desde ese enfoque, la presente investigación se establece bajo este método porque implicó la forma en la que se deben buscar los factores que inciden en la decisión de los turistas viajeros para visitar la parroquia Colonche, como es los atractivos turísticos, precios del servicio, escenario del marketing, percepción y decisión de participación, entre otros.

## 2.4 Población y muestra

### 2.4.1 Población

Para Chero (2024) la población como un todo de un grupo focal, o más bien un conjunto de elementos donde el fenómeno en estudio es representativo, por lo que, al escogerlo, se debe tener las características comunes del problema identificado. En este caso, se escogió la población infinita, como lo determina Tarrillo et al., (2024) como un conjunto de personas tan grande que es imposible contabilizar su número con exactitud, lo cual se asume como población ilimitada para fines estadísticos; de ello, fue necesario aplicar este tipo de población dado a que se desconoce la cantidad de jóvenes turistas que visitan la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

### 2.4.2 Muestra

En cuanto a la muestra, Méndez (2021) refiere que la muestra es un fragmento o una fracción de la población, y se debe tener en cuenta que no se pierda las características de la población. En relación a la muestra aplicada, debido al tamaño de la población, en este caso se aplicará una fórmula de muestreo para población finita, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%; como se muestra a continuación:

Para calcular el tamaño de la muestra de una población infinita, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

- **n** = tamaño de la muestra
- **Z** = valor de la distribución normal estándar según el nivel de confianza
  - 90% → 1.645
  - 95% → 1.96
  - 99% → 2.576
- **p** = probabilidad de éxito (se suele usar 0.5 si se desconoce)
- **q** = 1 – p (probabilidad de fracaso, también 0.5 si p = 0.5)
- **e** = margen de error permitido (ej. 0.05 = 5%, 0.03 = 3%)

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Como se puede observar, el tamaño de la muestra necesaria para una población infinita es de 384 jóvenes.

### 3.3 Tipo de muestreo

El muestreo probabilístico se caracteriza por otorgar a cada miembro de la población la misma probabilidad conocida y cuantificable de ser seleccionado. En cuanto a este enfoque garantiza que la muestra obtenida tenga la característica de ser representativa de la población en estudio reduciendo el sesgo y a la vez permite realizar inferencias estadísticas válidas. Según el enfoque metodológico este tipo de muestreo es el más eficiente cuando se pretende obtener resultados generalizables y confiables específicamente en investigaciones desde el escenario descriptivo o explicativo (Chero, 2024).

En ese contexto el muestreo probabilístico es pertinente en el trabajo de investigación actual dado que la población objetivo que en este caso son los jóvenes turistas es amplia y de comportamiento heterogéneo. Al aplicar este tipo de muestreo de selección basado al azar se garantiza que cada individuo tenga la misma oportunidad de formar parte del estudio lo que fortalece la precisión tanto de las estimaciones como las técnicas estadísticas robustas para el análisis de los datos recopilados.

### **3.3.1 Justificación del tamaño muestral.**

En cuanto a la determinación del tamaño muestral este se justifica a partir de la necesidad de la obtención de resultado de forma estadística y que sea confiable en una población considerada infinita puesto que no existe un registro exacto de los números de jóvenes turistas que visitan la zona de estudio. De esta forma para garantizar la precisión de las estimaciones y minimizar el error de la interpretación de los datos recopilados se aplicó la fórmula de muestreo para poblaciones infinitas basándose en los parámetros universales aceptados en estudios cuantitativos como es el nivel de confianza del 95% y el 5% del margen de error con una probabilidad de éxito del 50% cuando no se dispone de una información previa sobre la cantidad de muestra.

La aplicación de estos parámetros se respalda por el carácter conservador dado que permite obtener un tamaño de muestra que es suficiente para representar adecuadamente a la población amplia (Álvarez, 2021). El cálculo resultante de 384 participantes asegura que los datos recopilados posean un nivel adecuado de precisión y que las conclusiones derivadas del estudio puedan generalizarse con un alto grado de confiabilidad. Asimismo, este tamaño muestral fortalece la validez estadística del análisis, permitiendo aplicar pruebas inferenciales y comparativas con un margen aceptable de error y una adecuada potencia estadística.

#### **3.3.1.1 Contexto**

El presente estudio se desarrolló en una de las parroquia más extensa y rica en agricultura de la provincia de Santa Elena, como es la parroquia Colonche, Ecuador; con una extensión de 1.149,33 Km<sup>2</sup>, con una población de 40.058 habitantes. Limita al norte con la parroquia Manglaralto y el cantón Pedro Pablo Gómez de la provincia de Manabí, al Sur la parroquia Simón Bolívar y Santa Elena, al Este se encuentra los cantones Pedro

Carbo de la provincia del Guayas y Cascol de Manabí, y al Oeste, el Océano Pacífico (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2022).

El nombre la parroquia Colonche, proviene del Cacique Colonche que era líder indígena que gobernaba la tribu Colonchi, parte del estado de los Huancavilcas; siendo una parroquia próspera con cultivos como maíz, yuca, camote, entre otros, y rodeada de una vegetación abundante, además de habitar en ella animales silvestres como venados. Su agricultura es amplia, derivada de los saberes ancestrales tradicionales como por ejemplo los agricultores mayores que son los que conservan la selección de semillas para su posterior cultivo, utilizando fertilizantes orgánicos y técnicas de riesgo tradicionales.

Adicional a ello, la parroquia Colonche mantiene sus nombres ancestrales de comunidades que poseen identidad cultural propia que reflejan la relación entre la tierra, la historia y la cultura que se presentó en la colonización. Es un lugar rico en sembríos que sirven de sustento y riqueza para sus habitantes, lo que garantiza que es un lugar atractivo para los visitantes locales y extranjeros (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2022).

#### **4.1 Diseño del cuestionario**

Para el alcance de los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado en base a la revisión crítica de la literatura relacionada con los factores que influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena. El cuestionario fue adaptado de acuerdo a un estudio realizado en la ciudad de Dalat, Vietnam, desarrollado por Lan et al., (2023), la misma que constó de dos secciones. La primera sección se refirió a los datos sociodemográficos compuestas por 10 preguntas cerradas como fueron el género, edad, empleo, ingresos económicos, nivel de educación, compañía, gastos diarios, residencia, estado civil y días promedios de estadías.

La segunda sección abordó los factores que influyen en la intención de los jóvenes turistas, basado en el mismo estudio de Lan et al., (2023), con la escala de Likert, teniendo 7 puntos donde el 1 representaba estar Muy en desacuerdo y el 7 representaba a estar muy de acuerdo. Entre los ítems desarrollados fueron los atractivos del destino con diez indicadores de elección; precios del servicio con tres indicadores, marketing con tres

indicadores, motivación del viaje con cinco indicadores, percepción con tres indicadores, grupo de referencia con cuatro indicadores y, por último, decisión de participación con tres indicadores.

## **4.2 Recolección de datos**

Para la recolección de datos de los resultados obtenidos, el presente estudio empleó la metodología CAWI (2024) que en sus siglas en inglés es *Computer Assisted Web Interviewing*. Este método fue elegido por el alcance en cuanto a rapidez y capacidad de llegar a la población objetivo, lo cual resultó propicio por la cantidad de número de muestra escogida y la complejidad de visitar a los turistas.

Se elaboró, además, un cuestionario en la plataforma Google Forms, compartiendo el link del mismo mediante contactos individuales, grupales y a través de las redes sociales, garantizando un amplio alcance y accesibilidad, a la vez de la confiabilidad en sus respuestas. La utilización del sistema CAWI permitió, además que los participantes respondan de forma anónima e individual, dando aval a la objetividad, confiabilidad y sinceridad en las respuestas. Para ello, es importante resaltar que se les otorgó el consentimiento informado, aplicando los estándares éticos de las ciencias sociales y siguiendo las normas de protección de datos.

El conjunto de los datos recibidos fue sometido a un riguroso proceso de limpieza para garantizar la confiabilidad de los instrumentos y sus respuestas, depurando respuestas de los participantes que presentaban datos inconsistentes y que estaban incompletas, además que mostraban valores atípicos estadísticos. Tras ese proceso, se conservaron 358 cuestionarios válidos de un total inicial de 384 respuestas, lo que resultó una tasa de retención final del 93,23%. Este tamaño de muestra fue considerada pertinente para las técnicas estadísticas como el análisis factorial exploratorio y la segmentación por conglomerados.

### **4.2.1 Análisis de datos**

En virtud de realizar el procesamiento de la información y consecuente a ello, el análisis de los datos que se receptaron fue pertinente abordar el análisis descriptivo, como lo refieren Moromi et al., (2021) es una técnica que permite discriminar factores y

características principales de un conjunto de datos obtenidos de una forma más clara y entendible, sin ser necesario a determinar inferencias o predicciones. De ello, es pertinente en el presente trabajo de investigación aplicar este análisis para identificar la incidencia y correlación tanto de las variables como sus indicadores.

Así mismo, se aplicó el análisis multivariado, donde según Alaminos (2019) es un conjunto de técnicas que facultan de forma simultánea estudiar dos o más variables para entender la relación entre ellos y la forma en la que inciden en un estudio de un fenómeno determinado, de forma que busca un abordaje más complejo que represente la realidad de manera integral. Desde ese enfoque, fue necesario aplicar para conocer la relación entre los factores que inciden en la decisión de visitar la parroquia Colonche.

#### **4.2.1.2 Recolección y procesamiento de datos**

En cuanto a la recolección y el procesamiento de los datos que se obtengan tanto en la encuesta y la entrevista; la primera constaba de 31 indicadores de preguntas, cada una con 7 opciones de respuesta, todas basadas en la escala de Likert, que se determina en la escala del 1 al 7, Donde el número 1 es En desacuerdo y gradualmente termina en el número 7 como estar de acuerdo.

Al momento de recopilar la información se procedió a tabular y de allí, se realizaron los procesos de análisis de los cuadros y de los gráficos, y seguido a ello, se realizó el análisis de cada ítem para realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

En cuanto a la entrevista aplicada al presidente de la parroquia Colonche, para conocer sobre los ámbitos en los que inciden la elección de los jóvenes de visitar el lugar, siendo elemental para analizar los factores de incidencia. Estos resultados serán categorizados para obtener los criterios de soluciones oportunas.

## CAPITULO III

### RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

**Análisis de resultados de las encuestas dirigida a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.**

Género

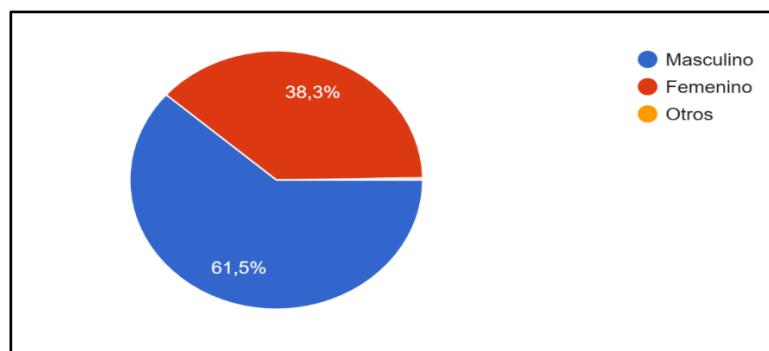
**Tabla 1.** Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	237	61,5%
Femenino	147	38,3%
Otros	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche.

**Figura 2.** Género



#### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que el 61,5% de los encuestados son hombres, mientras que el 38,3% son mujeres, sin registrarse participación de otros géneros. Este predominio masculino sugiere una mayor inclinación de los varones jóvenes hacia las actividades rurales o recreativas vinculadas al agroturismo. La diferencia de participación indica que los hombres perciben estas experiencias como una oportunidad para la aventura y el contacto directo con la naturaleza. Esta tendencia evidencia la necesidad de promover estrategias inclusivas que motiven la participación femenina, fomentando un equilibrio de género dentro de las actividades agroturísticas en Colonche.

Edad

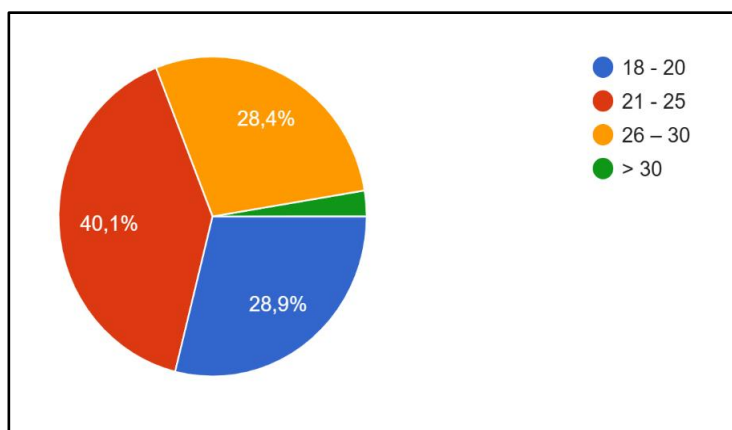
**Tabla 2.** Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18 – 20	111	28,9%
21 – 25	154	40,1%
26 – 30	109	28,4%
> 30	10	2,6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 3.** Edad



### **Análisis e interpretación:**

El 40,1% de los turistas jóvenes tiene entre 21 y 25 años, seguido del 28,9% entre 18 y 20 años, y el 28,4% entre 26 y 30 años. La mayoría pertenece a un rango etario universitario o de jóvenes profesionales, caracterizado por su interés en experiencias nuevas y sostenibles. Estos resultados demuestran que los visitantes jóvenes buscan alternativas de turismo vivencial y educativo. En consecuencia, Colonche puede consolidarse como un destino atractivo para este segmento, adaptando su oferta agroturística a las expectativas y hábitos de ocio de la población joven adulta.

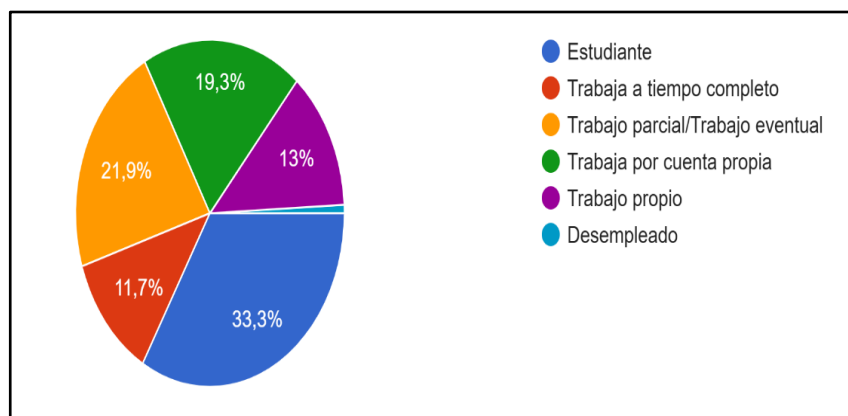
## Empleo

**Tabla 3. Empleo**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes	128	33,3%
Trabaja a tiempo completo	45	11,7%
Trabajo parcial/Trabajo eventual	84	21,9%
Trabaja por cuenta propia	74	19,3%
Trabajo propio	50	13,0%
Desempleado	3	0,8%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 4. Empleo****Análisis e interpretación:**

El 33,3% de los encuestados son estudiantes, el 21,9% trabaja de forma parcial o eventual y el 19,3% por cuenta propia. La presencia significativa de jóvenes que aún estudian o realizan actividades laborales temporales refleja un perfil económico moderado y flexible. Este grupo busca opciones turísticas accesibles que les permitan disfrutar de la naturaleza sin grandes gastos. Estos resultados sugieren que el agroturismo en Colonche puede fortalecerse mediante propuestas económicas, participativas y educativas que integren la sostenibilidad con el aprendizaje práctico.

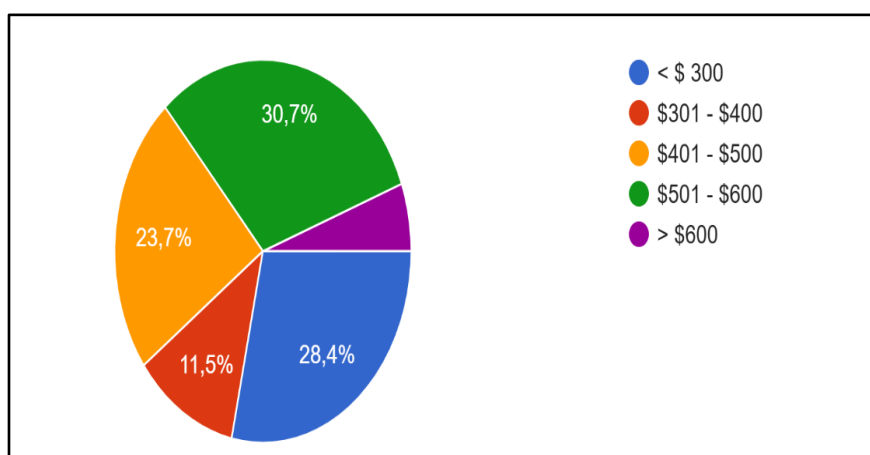
## Ingresos

**Tabla 4.** Ingresos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
< \$ 300	109	28,4%
\$301 - \$400	44	11,5%
\$401 - \$500	91	23,7%
\$501 - \$600	118	30,7%
> \$600	22	5,7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 5.** Ingresos**Análisis e interpretación:**

En cuanto los resultados el 30,7% de los jóvenes declaró ingresos entre 500 a \$600 seguido de un 28,4% que refiere que reciben menos de \$300 lo que evidencia estos resultados que existe una población con ingresos medios y bajos. Desde este enfoque la capacidad económica de los encuestados influye de forma directa en el comportamiento como turista dado a que optan por alternativas que tengan bajos costos. Es por ello que se representa una oportunidad para consolidar el agroturismo como una opción accesible y que pueda el visitante tener experiencias de calidad adaptadas al poder adquisitivo del mismo.

Nivel de instrucción

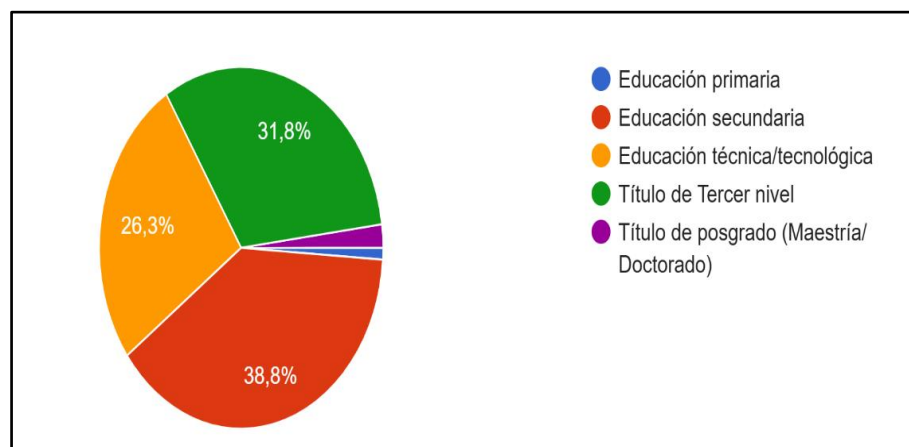
**Tabla 5.** Nivel de instrucción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Educación primaria	4	1,0%
Educación secundaria	149	38,8%
Educación técnica/tecnológica	101	26,3%
Título de Tercer Nivel	122	31,8%
Título de Posgrado (Maestría/Doctorado)	8	2,1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 6.** Nivel de instrucción



### **Análisis e interpretación:**

El 38,8% posee educación secundaria, el 31,8% título de tercer nivel y el 26,3% formación técnica o tecnológica. La mayoría cuenta con formación media o superior, lo cual se traduce en un mayor nivel de comprensión sobre temas ambientales y culturales. Este nivel educativo favorece la apreciación del turismo rural y de las actividades sustentables. En este contexto, el conocimiento adquirido impulsa a los jóvenes a valorar la importancia del contacto con la naturaleza y las tradiciones, potenciando su interés por participar en experiencias de agroturismo.

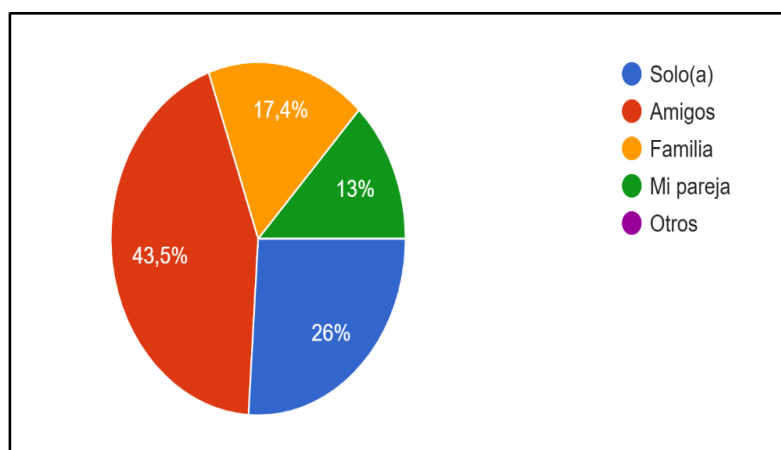
## Compañía

**Tabla 6.** *Compañía*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Solo (a)	100	26,0%
Amigos	167	43,50%
Familia	67	17,4%
Mi pareja	50	13,0%
Otros	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 7.** *Compañía***Análisis e interpretación:**

El 43,5% de los turistas jóvenes viaja con amigos, el 26% lo hace solo y el 17,4% con su familia. Este resultado refleja que el agroturismo es percibido como una experiencia recreativa que se disfruta principalmente en grupo. Los jóvenes valoran la convivencia y el intercambio social que ofrecen estas actividades. En este sentido, Colonche debe fortalecer su oferta de experiencias grupales, promoviendo dinámicas colaborativas que estimulen la diversión, el aprendizaje compartido y el vínculo con el entorno rural.

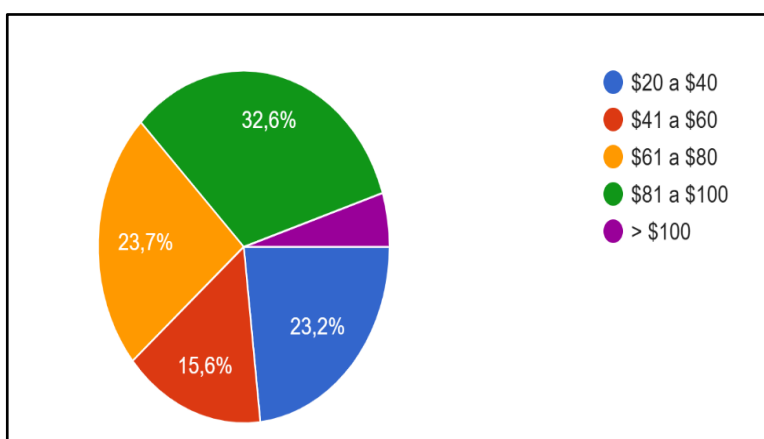
## Gasto diario

**Tabla 7.** Gasto diario

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20 a \$ 40	89	23,2%
\$ 41 a \$ 60	60	15,60%
\$ 61 a \$ 80	91	23,7%
\$ 81 a \$ 100	125	32,6%
> \$100	19	4,9%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 8.** Gasto diario**Análisis e interpretación:**

El 32,6% de los encuestados gasta entre \$81 y \$100 diarios, seguido del 23,7% que destina entre \$61 y \$80. Esto indica una disposición moderada de gasto, propia de un segmento que busca equilibrio entre economía y calidad. Los jóvenes viajeros muestran interés en opciones accesibles que les permitan disfrutar de nuevas experiencias sin comprometer su presupuesto. Esta característica convierte al agroturismo en una alternativa viable, siempre que se ofrezcan actividades auténticas, sostenibles y con precios competitivos que favorezcan la decisión de visitar Colonche.

Residencia

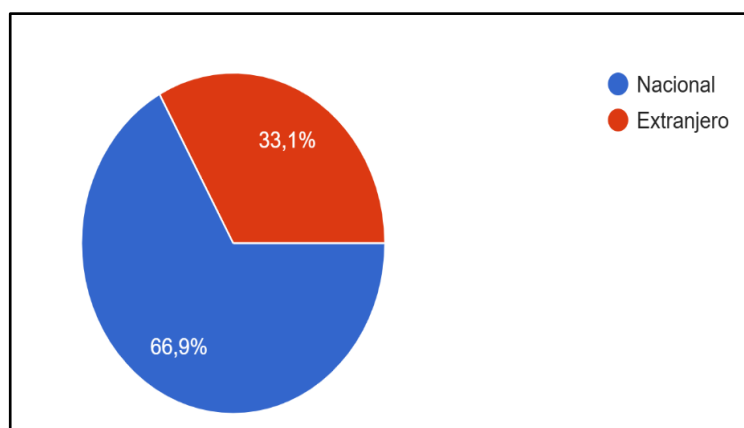
**Tabla 8.** Residencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	257	66,9%
Extranjero	127	33,1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 9.** Residencia



### **Análisis e interpretación:**

El 66,9% de los turistas son nacionales y el 33,1% extranjeros, lo que evidencia una mayor afluencia de visitantes locales. Este resultado resalta el potencial del turismo interno como base para el desarrollo del agroturismo. La presencia de turistas internacionales, aunque menor, demuestra interés por descubrir entornos naturales y rurales ecuatorianos. Potenciar la promoción nacional e internacional permitiría diversificar el mercado y consolidar a Colonche como un referente del turismo rural sostenible en la provincia de Santa Elena.

Estado civil

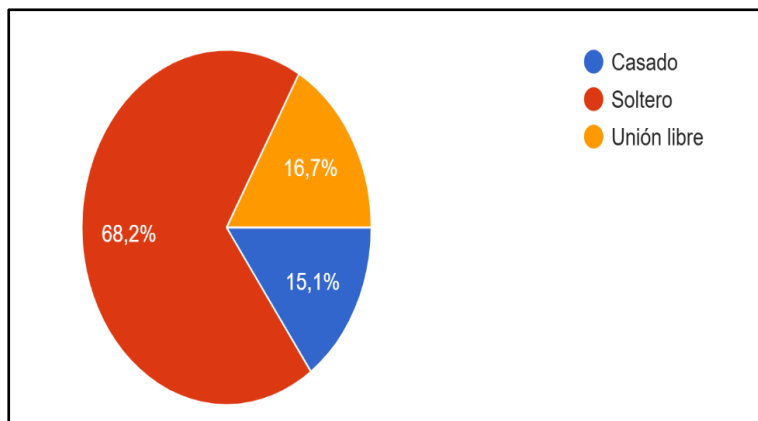
**Tabla 9.** Estado civil

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Casado	58	15,1%
Soltero	262	68,2%
Unión libre	64	16,7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 10.** Estado civil



### Análisis e interpretación:

El 68,2% de los encuestados son solteros, el 16,7% vive en unión libre y el 15,1% está casado. La predominancia de jóvenes sin compromisos familiares evidencia una población con mayor libertad para realizar viajes cortos y espontáneos. Este grupo busca actividades de aventura, recreación y aprendizaje. Colonche puede aprovechar este perfil para promover experiencias dinámicas y de contacto directo con la naturaleza, fortaleciendo su imagen como destino atractivo para el turismo juvenil y sostenible.

Días promedio de estadía

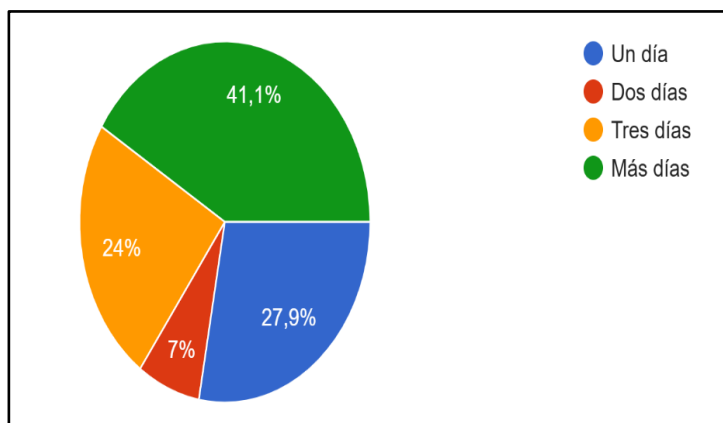
**Tabla 10.** *Días promedio de estadía*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Casado	58	15,1%
Soltero	262	68,2%
Unión libre	64	16,7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 11.** *Días promedio de estadía*



### **Análisis e interpretación:**

En estos resultados se evidenció que la mayoría de los jóvenes visitantes permanecen pocos días en la parroquia colonche lo que se puede observar que los fines de semana se concentran en cuanto a la visita a estas zonas. Esta concurrencia refleja la preferencia por experiencias cortas pero que son significativas dado a las limitaciones tanto del presupuesto como del tiempo. Por ello Es que los actores turísticos deben aprovechar esta tendencia para ofertar paquetes de corte de adoración que integren actividades culturales gastronómicas y sobre todo agrícola de forma que se estimula la satisfacción del visitante y se incrementa la fidelización.

## Atractivo del destino

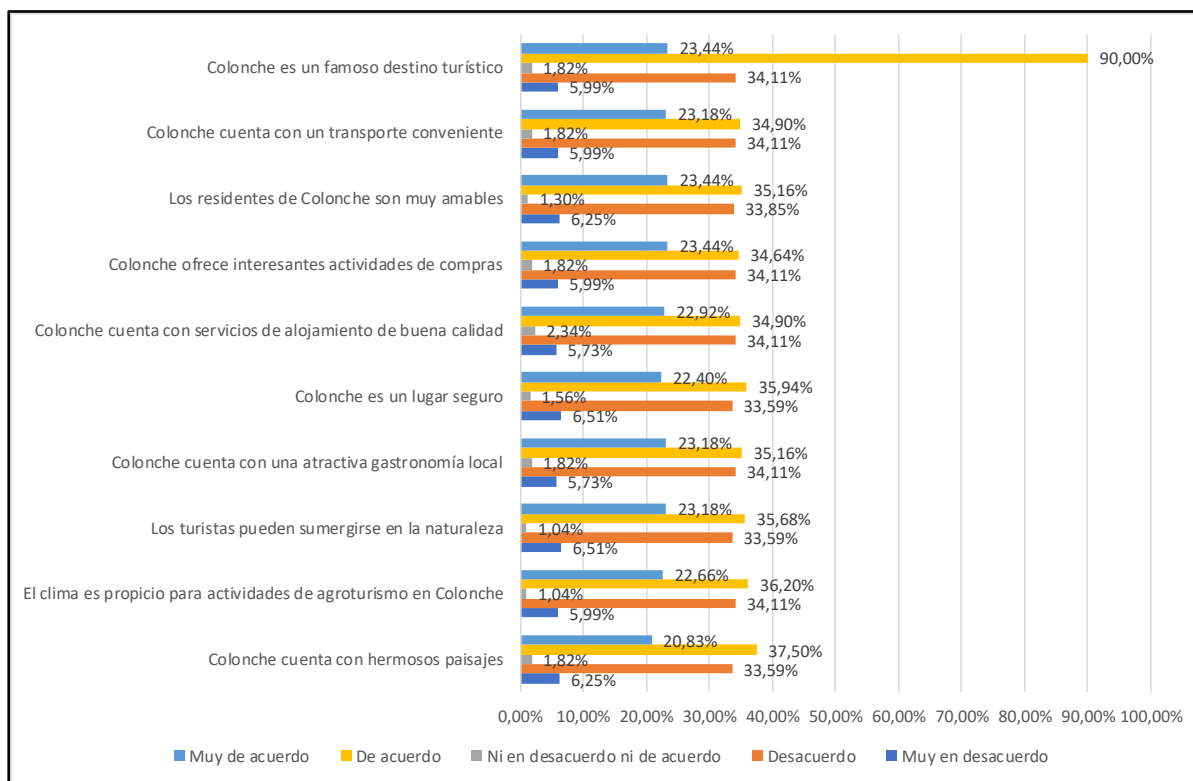
**Tabla 11.** *Atractivo del destino*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Colonche cuenta con hermosos paisajes	24	6,25%	129	33,59%	7	1,82%	144	37,50%	80	20,83%
El clima es propicio para actividades de agroturismo en Colonche	23	5,99%	131	34,11%	4	1,04%	139	36,20%	87	22,66%
Los turistas pueden sumergirse en la naturaleza	25	6,51%	129	33,59%	4	1,04%	137	35,68%	89	23,18%
Colonche cuenta con una atractiva gastronomía local	22	5,73%	131	34,11%	7	1,82%	135	35,16%	89	23,18%
Colonche es un lugar seguro	25	6,51%	129	33,59%	6	1,56%	138	35,94%	86	22,40%
Colonche ofrece interesantes actividades de compras	23	5,99%	131	34,11%	7	1,82%	133	34,64%	90	23,44%
Los residentes de Colonche son muy amables	24	6,25%	130	33,85%	5	1,30%	135	35,16%	90	23,44%
Colonche cuenta con un transporte conveniente	23	5,99%	131	34,11%	7	1,82%	134	34,90%	89	23,18%
Colonche es un famoso destino turístico	23	5,99%	131	34,11%	7	1,82%	133	90,00%	90	23,44%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 12. Atractivos del destino**



### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que entre el 34% y el 37% de los encuestados está de acuerdo con que Colonche posee paisajes hermosos, un clima propicio y una naturaleza que permite sumergirse en experiencias rurales, mientras cerca del 22% se manifestó muy de acuerdo. Estos datos evidencian que los jóvenes valoran positivamente los recursos naturales y el entorno rural del lugar. Sin embargo, alrededor del 33% mostró desacuerdo en ciertos aspectos, lo que indica la necesidad de fortalecer la percepción general del destino. En conjunto, la belleza natural, la gastronomía local y la amabilidad de los residentes son atributos esenciales que influyen en la intención de visita, siempre que se mantenga la calidad en servicios y la seguridad del entorno.

## Precios del servicio

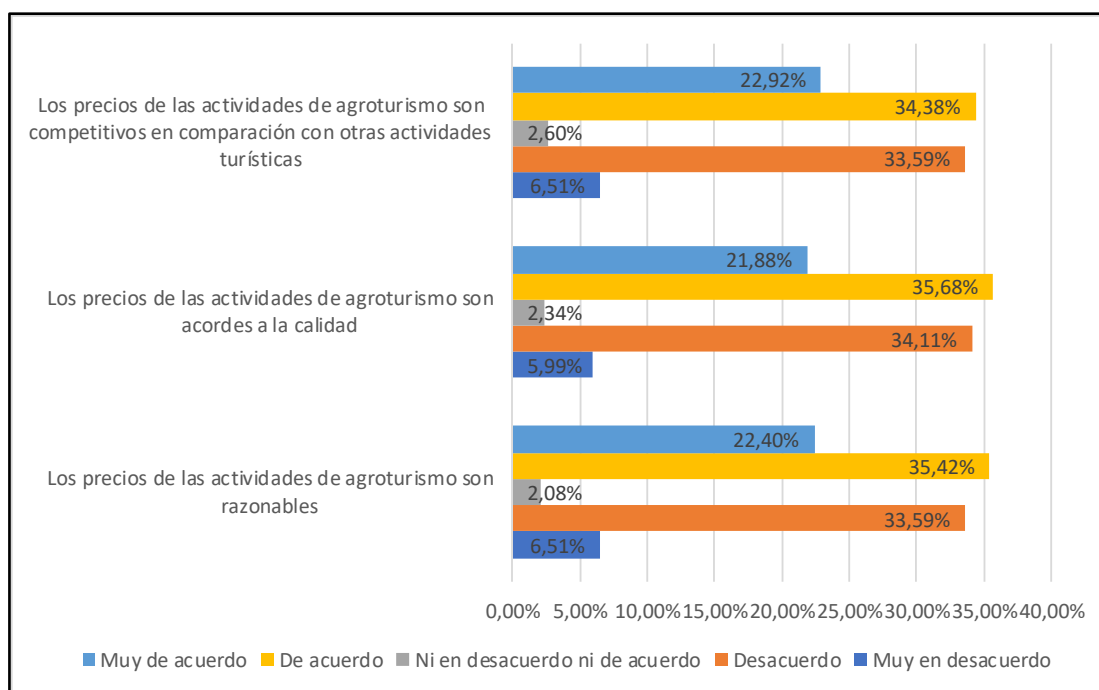
*Tabla 12. Precios del servicio*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Los precios de las actividades de agroturismo son razonables	25	6,51%	129	33,59%	8	2,08%	136	35,42%	86	22,40%
Los precios de las actividades de agroturismo son acordes a la calidad	23	5,99%	131	34,11%	9	2,34%	137	35,68%	84	21,88%
Los precios de las actividades de agroturismo son competitivos en comparación con otras actividades turísticas	25	6,51%	129	33,59%	10	2,60%	132	34,38%	88	22,92%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 13. Precios del servicio**



### **Análisis e interpretación:**

En cuanto a los precios de las actividades agroturísticas, cerca del 35% de los jóvenes estuvo de acuerdo en que son razonables, mientras un 22% los consideró muy adecuados. Se pudo también observar un porcentaje similar del 33% que se muestra en desacuerdo lo que refleja que las percepciones están divididas respecto a la relación entre el costo y la calidad. Estos resultados revelan la importancia de establecer precios competitivos y que sean coherentes con el poder adquisitivo actual de los turistas y el valor del servicio priorizando que las experiencias sean auténticas.

## Marketing

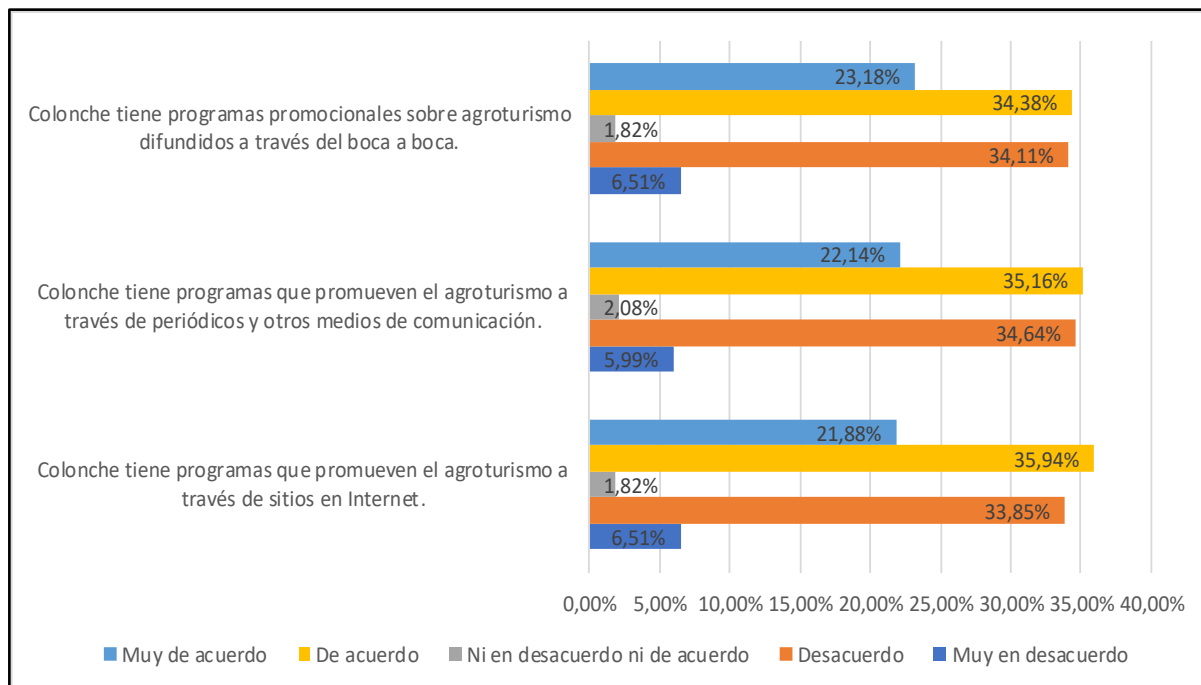
*Tabla 13. Marketing*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de medios en Internet.	25	6,51%	130	33,85%	7	1,82%	138	35,94%	84	21,88%
Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de periódicos y otros medios de comunicación.	23	5,99%	133	34,64%	8	2,08%	135	35,16%	85	22,14%
Colonche tiene programas promocionales sobre agroturismo difundidos a través del boca a boca.	25	6,51%	131	34,11%	7	1,82%	132	34,38%	89	23,18%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 14. Marketing**



### **Análisis e interpretación:**

En cuanto a los precios de las actividades agroturísticas, cerca del 35% de los jóvenes estuvo de acuerdo en que son razonables, mientras un 22% los consideró muy adecuados. Se pudo también observar un porcentaje similar del 33% que se muestra en desacuerdo lo que refleja que las percepciones están divididas respecto a la relación entre el costo y la calidad. Estos resultados revelan la importancia de establecer precios competitivos y que sean coherentes con el poder adquisitivo actual de los turistas y el valor del servicio priorizando que las experiencias sean auténticas pero que tengan las características de ser accesibles para ello se debe establecer políticas de precios que puedan fortalecer la intención de la participación del turista en la comunidad.

## Motivación del viaje

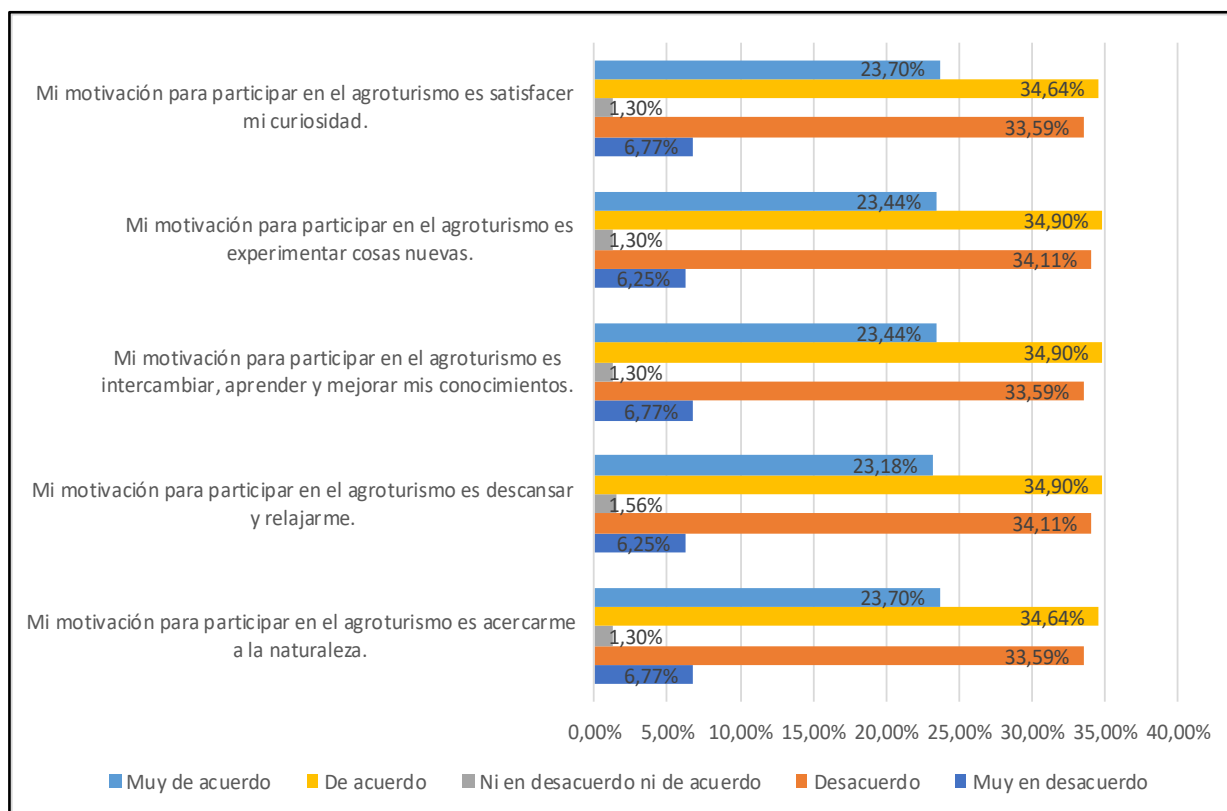
*Tabla 14. Motivación del viaje*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mi motivación para participar en el agroturismo es acercarme a la naturaleza.	26	6,77%	129	33,59%	5	1,30%	133	34,64%	91	23,70%
Mi motivación para participar en el agroturismo es descansar y relajarme.	24	6,25%	131	34,11%	6	1,56%	134	34,90%	89	23,18%
Mi motivación para participar en el agroturismo es intercambiar, aprender y mejorar mis conocimientos.	26	6,77%	129	33,59%	5	1,30%	134	34,90%	90	23,44%
Mi motivación para participar en el agroturismo es experimentar cosas nuevas.	24	6,25%	131	34,11%	5	1,30%	134	34,90%	90	23,44%
Mi motivación para participar en el agroturismo es satisfacer mi curiosidad.	26	6,77%	129	33,59%	5	1,30%	133	34,64%	91	23,70%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 15. Motivación del viaje**



### **Análisis e interpretación:**

Los resultados evidencian que entre el 34% y el 35% de los encuestados manifestó estar de acuerdo en que su motivación para participar en el agroturismo es acercarse a la naturaleza, descansar y aprender nuevas experiencias. De ello el 23% evidenció estar muy de acuerdo lo que refleja un alto nivel de interés emocional educativo hacia estos tipos de turismo. Cabe recargar que las principales motivaciones que giran alrededor de aquellos el bienestar la curiosidad y la búsqueda de experiencias auténticas siendo esto valorado para que los viajeros puedan desarrollar actividades rurales como medio para desconectarse con la rutina y a la vez estar en contacto con la naturaleza.

## Percepción

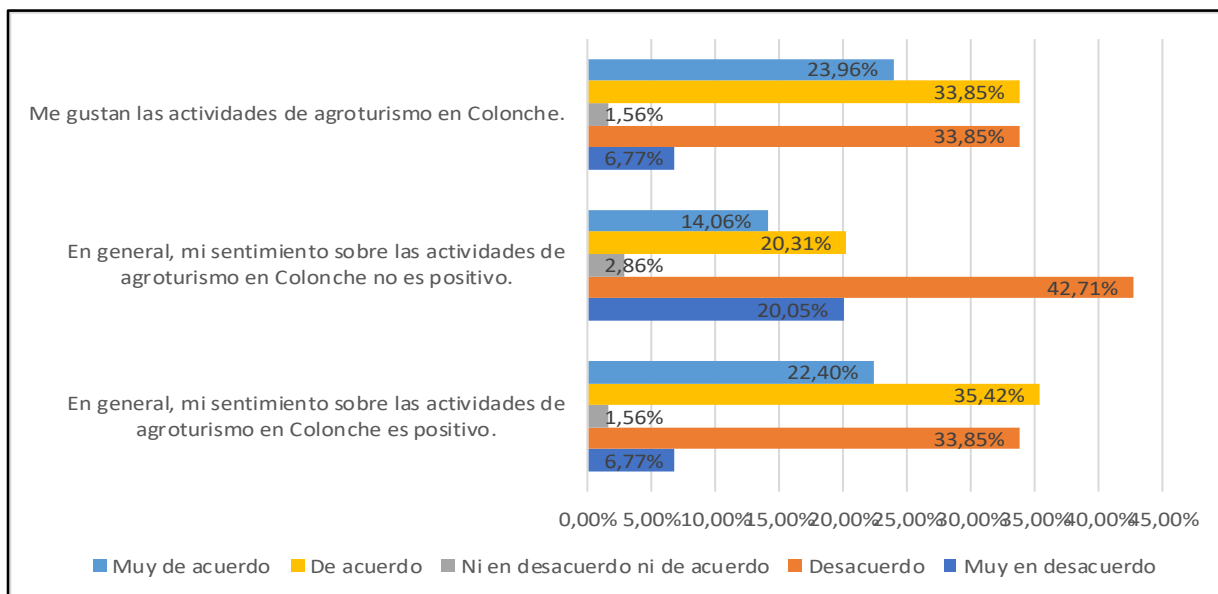
*Tabla 15. Percepción*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche es positivo.	26	6,77%	130	33,85%	6	1,56%	136	35,42%	86	22,40%
En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche no es positivo.	77	20,05%	164	42,71%	11	2,86%	78	20,31%	54	14,06%
Me gustan las actividades de agroturismo en Colonche.	26	6,77%	130	33,85%	6	1,56%	130	33,85%	92	23,96%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 16. Percepción**



### **Análisis e interpretación:**

En general, el 35% de los encuestados considera positivas las actividades de agroturismo en Colonche, mientras que un 22% las valora muy positivamente. Sin embargo, un grupo menor (20%) mantiene opiniones contrarias, lo que sugiere la existencia de aspectos mejorables en la experiencia del visitante. La percepción positiva se asocia con la calidad del entorno, la hospitalidad y el aprendizaje que ofrece el destino. Este panorama demuestra que, aunque la imagen general es favorable, se requiere reforzar la comunicación de los beneficios del agroturismo y garantizar servicios consistentes que consoliden la satisfacción y confianza del turista joven.

## Grupo de referencia

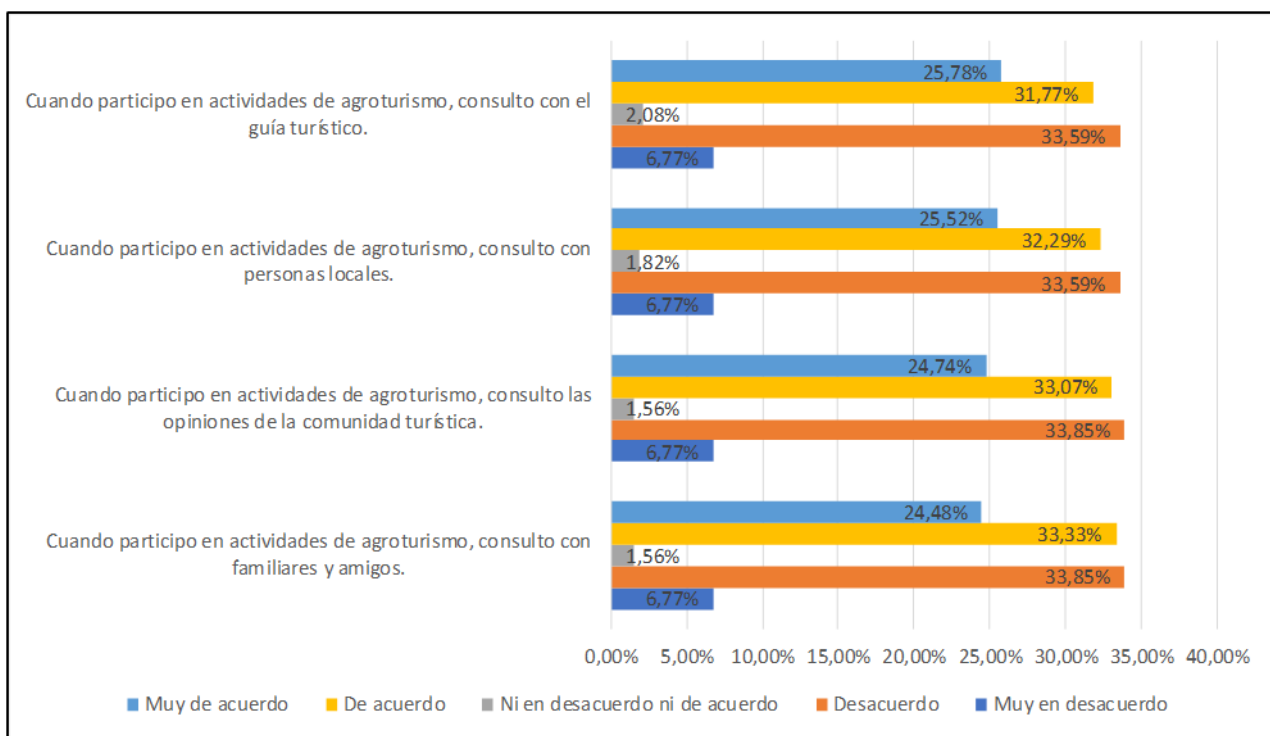
*Tabla 16. Grupo de referencia*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con familiares y amigos.	26	6,77%	130	33,85%	6	1,56%	128	33,33%	94	24,48%
Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto las opiniones de la comunidad turística.	26	6,77%	130	33,85%	6	1,56%	127	33,07%	95	24,74%
Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con personas locales.	26	6,77%	129	33,59%	7	1,82%	124	32,29%	98	25,52%
Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con el guía turístico.	26	6,77%	129	33,59%	8	2,08%	122	31,77%	99	25,78%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 17. Grupo de referencia**



### **Análisis e interpretación:**

Aproximadamente el 33% de los encuestados está de acuerdo en que consulta con familiares, amigos y guías turísticos antes de participar en actividades agroturísticas, mientras cerca del 25% se mostró muy de acuerdo y las recomendaciones de confianza siendo esta la opinión de terceros de actuar como un factor determinante al momento de elegir destinos rurales es importante incentivar el marketing relacional y el testimonio de Los visitantes que ya han experimentado el servicio de calidad y que se sostiene como una estrategia efectiva para fortalecer la intención de participación.

## Decisión de participación

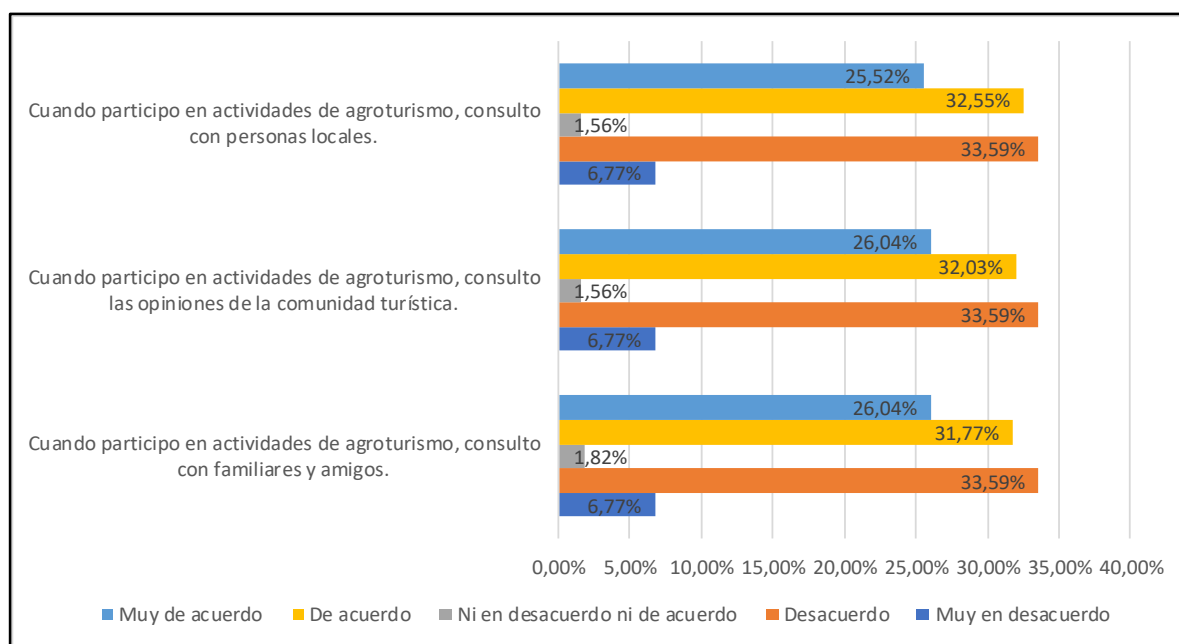
*Tabla 17. Decisión de participación*

Preguntas/ITEMS	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en desacuerdo ni de acuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mi decisión de participar en actividades de agroturismo fue correcta.	26	6,77%	129	33,59%	7	1,82%	122	31,77%	100	26,04%
Decidir participar en actividades de agroturismo me ayuda a entender más sobre la agricultura.	26	6,77%	129	33,59%	6	1,56%	123	32,03%	100	26,04%
Continuaré participando en actividades de agroturismo y recomendaré a otros que participen	26	6,77%	129	33,59%	6	1,56%	125	32,55%	98	25,52%

**Elaborado por:** Antonio Adolfo Borbor Santiana, (2025)

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas jóvenes que visitan la parroquia Colonche (2025)

**Figura 18. Decisión de participación**



+

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que más del 31% de los jóvenes está de acuerdo en que su decisión de participar en el agroturismo fue correcta, y alrededor del 26% se mostró muy satisfecho. Asimismo, un 32% considera que estas actividades les ayudan a comprender mejor la agricultura y la vida rural. Estos indicadores reflejan un nivel alto de aceptación y satisfacción con la experiencia vivida. De ello también se considera que la intención de continuar participando y recomendando el destino a otros ponen evidencia el potencial de fidelización del turista joven dado que ha recibido un servicio de calidad y por ello se consolida como un destino modelo en turismo rural sostenible.

El presente trabajo de investigación también incorpora el Modelo de Ecuaciones Estructurales en como una herramienta esencial y analítica para comprender las relaciones entre los factores que inciden en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el turismo de la parroquia colonche. Este tipo de análisis permite evaluar de manera simultánea las variables latentes como la motivación actitud percepción del destino y los beneficios esperados a partir de indicadores observables. Este método ofrece un enfoque robusto para la validación de los instrumentos y a la vez hacer el contraste en el modelo teórico propuesto donde su aplicación garantiza un análisis integral de las interacciones entre los factores estudiados identificando quiénes son los que tienen mayor

incidencia en la intención de participación. De esta manera, se obtiene una comprensión más precisa y fundamentada del comportamiento turístico juvenil en el contexto agroturístico de Colonche.

### **Modelo de Medición**

Los constructos presentaron que en el modelo de medición hubo participaciones destacadas en la carga indicadores que mostraron valores entre **0.992 y 0.999** que supero el rango recomendado de 0.708 (Hair et al., 2019). Esto evidencio que cada ítem tuvo con su variable tubo una mayor asociación que garantizo una validez convergente.

Los valores del Alfa de Cronbach, Fiabilidad compuesta y Varianza promedio extraída (AVE) alcanzaron unos niveles superiores en todos los indicadores que mostraron 0.995 y 0.999 en fiabilidad compuesta, mientras que 0.988 y 0.996 se obtuvo una varianza media extraída y que mostraron resultados de niveles de equilibrio interna, constructos **de solidez reflectivos y validez convergente nivelada.**

**Tabla 18.** *Tabla de Indicadores*

	Cargas exteriores
AD1 <- Colonche cuenta con hermosos paisajes	0.992
AD10 <- Colonche es un famoso destino turístico	0.992
AD2 <- El clima es propicio para actividades de agroturismo en Colonche	0.992
AD3: Los turistas pueden sumergirse en la naturaleza	0.994
AD4 <- Colonche cuenta con una atractiva gastronomía local	0.996
AD5 <- Colonche es un lugar seguro	0.993
AD6 <- Colonche cuenta con servicios de alojamiento de buena calidad	0.993
AD7 <- Colonche ofrece interesantes actividades de compras	0.995
AD8 <- Los residentes de Colonche son muy amables	0.995
AD9 <- Colonche cuenta con un transporte conveniente	0.995
DP1 <- Mi decisión de participar en actividades de agroturismo fue correcta.	0.997

DP2 <- Decidir participar en actividades de agroturismo me ayuda a entender más sobre la agricultura.	0.997
GR1 <- Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con familiares y amigos.	0.995
GR2 <- Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto las opiniones de la comunidad turística.	0.995
GR3 <- Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con personas locales	0.996
GR4 <- Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con el guía turístico.	0.996
MK1 <- Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de sitios en Internet.	0.996
MK2 <- Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de periódicos y otros medios de comunicación	0.996
MK3 <- Colonche tiene programas promocionales sobre agroturismo difundidos a través del boca a boca	0.998
MV1 <- Mi motivación para participar en el agroturismo es acercarme a la naturaleza.	0.999
MV2 <- Mi motivación en el agroturismo es descansar y relajarme	0.996
MV3 <- Mi motivación en el agroturismo es intercambiar, aprender y mejorar mis conocimientos	0.999
MV4 <- Mi motivación para participar en el agroturismo es experimentar cosas nuevas.	0.998
MV5 <- Mi motivación para participar en el agroturismo es satisfacer mi curiosidad	0.999
PE1 <- En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche es positivo	0.998
PE3 <- Me gustan las actividades de agroturismo en Colonche	0.998
PS1: Los precios de las actividades de agroturismo son razonables	0.998
PS2 <- Los precios de las actividades de agroturismo son acordes a la calidad	0.996

PS3 <- Los precios de las actividades de agroturismo son competitivos en comparación con otras actividades turísticas	0.998
---	-------

Elaboración propia

Los valores del Alfa de Cronbach, Fiabilidad compuesta y Varianza promedio extraída (AVE) alcanzaron unos niveles superiores en todos los indicadores que mostraron 0.995 y 0.999 en fiabilidad compuesta, mientras que 0.988 y 0.996 se obtuvo una varianza media extraída y que mostraron resultados de niveles de equilibrio interna, constructos de solidez reflectivos y validez convergente nivelada.

**Tabla 19. Fiabilidad y Confiabilidad**

	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Fiabilidad compuesta (rho_a)</b>	<b>Fiabilidad compuesta (rho_c)</b>	<b>Varianza promedio extraída (AVE)</b>
Atractivos Destino	0.999	0.999	0.999	0.988
Decisión	0.995	0.995	0.997	0.995
Grupo Referencia	0.997	0.997	0.998	0.991
Marketing	0.996	0.996	0.998	0.993
Motivaciones	0.999	0.999	0.999	0.996
Percepción	0.996	0.996	0.998	0.996
Precio Servicio	0.997	0.997	0.998	0.995

Elaboración propia.

## 2. Validez Discriminante

La validez discriminante se evaluó por medio del criterio de Fornell-Larckery y dado los resultados la raíz cuadrada del AVE en relación a los demás constructos fue mayor lo que confirmo que cada variable obtuvo distintos resultados de los demás indicadores.

**Tabla 20.** Resultado de la validez discriminante

	Atractivos Destino	Decisión	Grupo Referencia	Marketing	Motivaciones	Percepción	Precio Servicio
Atractivos Destino	0.994						
Decisión	0.979	0.997					
Grupo Referencia	0.976	0.995	0.995				
Marketing	0.987	0.984	0.981	0.997			
Motivaciones	0.985	0.989	0.987	0.987	0.998		
Percepción	0.976	0.985	0.987	0.982	0.986	0.998	
Precio Servicio	0.988	0.986	0.986	0.996	0.990	0.984	0.997

Elaboración propia.

**Tabla 21.** Resultado de validez discriminante

	Atractivos Destino	Decisión	Grupo Referencia	Marketing	Motivaciones	Percepción	Precio Servicio
Atractivos Destino							
Decisión	0.982						
Grupo Referencia	0.978	0.999					

Marketing	0.989	0.988	0.984				
Motivaciones	0.986	0.992	0.989	0.989			
Percepción	0.978	0.990	0.990	0.986	0.988		
Precio Servicio	0.990	0.990	0.989	0.999	0.992	0.987	

Elaboración propia

### 3. Modelo Estructural

El modelo estructural reveló efectos diferenciados entre los constructos exógenos y la variable dependiente en la decisión de participación que se situaron dentro de los parámetros legibles y nivelados ( $\beta$ ), con valores t y p, que permitieron concluir la estadística de las relaciones de la participación del turista joven.

#### 3.1. Relaciones no significativas

Cuadro de constructos que no mostraron cambios sobre la decisión del turista joven en la decisión de participación.

*Tabla 22. Resultado de validez discriminante*

Atractivos Destino → Decisión	( $\beta = 0.027$ ; $p = 0.766$ )
Marketing → Decisión	( $\beta = 0.319$ ; $p = 0.096$ )
Motivaciones → Decisión	( $\beta = 0.242$ ; $p = 0.217$ )
Percepción → Decisión	( $\beta = -0.038$ ; $p = 0.740$ )
Precio Servicio → Decisión	( $\beta = -0.309$ ; $p = 0.199$ )

Elaboración propia

#### 3.2. Relación significativa

El Grupo Referencia y la Decisión de participación determinó los siguientes valores para  $\beta$ , t, p.

$$\beta = 0.759$$

$$t = 4.120$$

$$p = 0.000$$

Mientras que los hallazgos coincidieron la influencia interpersonal del ocio en la decisión de participación por actividades agroturísticas entro en el círculo social cercado del joven turista que busca experiencias auténticas.

**Tabla 23.** Modelo estructural

	<b>Muestra original</b>	<b>Media muestra</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Estadística</b>	<b>Valores</b>
Atractivos Destino -> Decisión	0.027	0.042	0.090	0.297	0.766
Grupo Referencia -> Decisión	0.759	0.828	0.184	4.120	0.000
Marketing -> Decisión	0.319	0.327	0.191	1.667	0.096
Motivaciones -> Decisión	0.242	0.234	0.196	1.235	0.217
Percepción -> Decisión	-0.038	-0.084	0.113	0.332	0.740
Precio Servicio -> Decisión	-0.309	-0.347	0.240	1.284	0.199

Elaboración propia

#### **4. Desempeño Global del Modelo** un elevado poder explicativo, reflejado en el

El modelo estructural muestro un valor reflejado de  $R^2 = 0.993$  mientras que la variable decisión, indico un conjunto de factores estimados a 99.3 % decisión de participación del agroturismo, siendo así un nivel altamente elevado en investigaciones SEM-PLS que respalda la validez del modelo.

## DISCUSIÓN

El análisis en cuanto a las variables de género se puede beneficiar que la mayoría de los participantes en el agroturismo de la parroquia colonche son varones con el 61,5% lo que coincide con lo señalado por Barrera (2022) quien afirma que las actividades rurales son más frecuentes en los varones jóvenes que son interesados en la aventura y la interacción con la naturaleza. Este modelo evidencia un desequilibrio de género que debe ser considerado el momento de planificar estrategias inclusive dado que la promoción de experiencia asegure participativa tiene que fomentar también la presencia femenina empleando el alcance social de agroturismo.

En cuanto al ítem de empleo se evidencian los resultados que el 33,3% son estudiantes y el 21,9% trabajan de forma eventual lo que refleja un poder adquisitivo moderado. Vargas (2021) define el criterio que los jóvenes con ocupaciones parciales prefieren opciones turísticas que sean breves, pero a la vez accesibles y con un propósito educativo. Estos hallazgos evidencian que el agroturismo representa una alternativa viable para este tipo de segmento al combinar el aprendizaje práctico pero que tenga bajos costos. De ello es que en la zona de estudio se debe fortalecer programas formativos y participativos que conecten con la experiencia rural combinado con la educación ambiental.

Otro de los tópicos analizados fue el nivel de los ingresos de los participantes donde se evidencia que la mayoría percibe entre 501 a \$600 mensuales lo que se asocia con la capacidad de un gasto que es controlado. Castillo (2020) refiere que el poder adquisitivo condiciona la intención del viaje dado a que se priorizan de acuerdo a la situación económica sin embargo también se debe considerar que se equilibre la calidad y el servicio que ofrecen. Desde este enfoque el agroturismo de colonche debe ser una oportunidad para que el turista se posicione con una experiencia que tenga servicios accesibles y auténticos y que pueda incrementar la fidelización y a la vez la frecuencia de visita.

En torno a la compañía que presentan los turistas al momento de visitar las zonas de recreación se pudo evidenciar que el 43,5% de los turistas viaja con amigos confirmando que la naturaleza social es un atractivo por parte de los jóvenes. Muñoz (2022) Determina que las experiencias grupales siempre van a generar satisfacción y el fortalecimiento de las intenciones de retorno es por ello que se debe reforzar el espacio de convivencia y

cooperación además que se debe aprovechar el comportamiento desarrollado por estas actividades para promover la participación colectiva y el sentido de pertenencia al ambiente rural y agrícola.

En cuanto al ítem del gasto diario se puede evidenciar que la mayoría refiere entre 81 y \$100 lo que evidencia un perfil económico medio que busca optimizar los recursos sin renunciar a la calidad del turismo. Según Rivera (2021), en ese enfoque el turista joven suele priorizar experiencias de bajo costo pero que tengan un valor simbólico. Es por ello que de acuerdo a esta tendencia la parroquia colonche debe ofertar una alternativa equilibrada entre lo que es el disfrute y la sostenibilidad de forma que se fomente los servicios accesibles y los productos locales de cuál permitirá sostener la demanda y beneficiar de forma directa los productores rurales de la parroquia.

Así mismo en consideración al estado civil refleja que 68,2% de los visitantes son solteros que coincide con el criterio de Fernández (2022) quien señala que los jóvenes cuando no tienen compromiso alguno tienen la mayor libertad para poder participar en actividades de aventura. Este segmento busca la interacción social a través de las experiencias recreativas y por ello es que la fábrica colonche debe aprovechar este perfil de manera que se establezcan programas dinámicos donde la exploración y el contacto con la naturaleza sean los ejes principales de la experiencia turística.

En el contexto de los factores atractivos que tiene el destino turístico los encuestados destacaron que más les gusta los paisajes el clima y la gastronomía que son elementos esenciales para la satisfacción del visitante. Pérez y Rivas (2020) refieren que estos aspectos son muy importantes para poder determinar la calidad en el servicio turístico y de esta manera se puede determinar la intención del retorno. De esta expectativa, es importante que la región analizada presente las condiciones naturales de manera favorable así mismo requerir reforzar la infraestructura y la comunicación turística sumado a la promoción del patrimonio natural y cultural para consolidar al destino turístico como un destino competitivo dentro del agroturismo nacional.

En cuanto a los precios de los servicios que oferta la región cerca del 35% consideró que son razonables y que solamente el 22% refieren que es adecuado demostrando un tercio que hay un desacuerdo en lo absoluto. Castillo (2020) determina que la percepción del precio y que este sea justo influye de manera directa en la satisfacción de visitante por ello es importante garantizar la coherencia entre el valor del servicio y el costo. Desde

este enfoque es importante que la parroquia colonche determine precios accesibles de esta manera que exista por parte del turista la autenticidad y la atracción de cada actividad.

Otro de los aspectos analizados fue el factor marketing en donde de acuerdo a los resultados obtuvo que el 35% reconoció esfuerzos de promoción, aunque otro porcentaje similar. De ello, Herrera (2023) refiere el que no percibe en este tipo de promociones. Establece que la difusión digital y las redes sociales son importantes para la captación del público joven dado que esa es la tendencia del uso de las redes sociales evidenciando la necesidad de fortalecer la presencia en línea de todo lo que oferta la zona turística siendo una estrategia comunicacional moderna que permitiera aumentar la visibilidad y atraer nuevos segmentos a los visitantes.

En concordancia con los resultados en cuanto a la motivación del viaje refirieron más del 34% de los jóvenes que buscan descanso así mismo con aprendizaje y contacto con la naturaleza lo que se confirma de acuerdo al estudio de Gómez (2021) sobre la tendencia señalada de que el turismo vivencial como medio desarrollo personal es importante que se lo promoció porque estas motivaciones van a reflejar La búsqueda del bienestar y conexión ambiental. Desde ese punto es importante que la parroquia colonche en este caso sus autoridades y operadores turísticos aprovechen ese interés potenciando programas que integren experiencias culturales ecológicas y agrícolas de manera que se fortalezca la identidad ecoturística y la sostenibilidad del territorio.

Asimismo, desde el enfoque de percepción general sobre las actividades agro turísticas según Los criterios de la respuesta fue positiva dado a que el 35% refleja una aceptación y el 22% una alta valoración en cuanto este tipo de actividades. En contraste con aquello Pérez (2020) refiere que la percepción favorable del entorno rural impulsa a que se mejoren todas las alternativas de brindar un servicio de calidad de manera que se oferten también estrategias que tengan el fortalecimiento en cuanto a los estándares de calidad y hospitalidad de manera que puede esto propiciar la fidelización del turista joven.

## CONCLUSIONES

- De acuerdo a los resultados obtenidos como primera conclusión se desarrolló que el estudio permitió determinar que los factores sociodemográficos influyen de manera significativa en la intención de los jóvenes de Virginia de participar en turismo de la parroquia colonche. Desde ese punto de estas características que están relacionadas con la edad a nivel educativo y la ocupación revelan un perfil de visitante consciente con el interés de disfrutar de experiencias sostenibles y que tengan el contacto con la naturaleza configurándose además esta población como un motor de desarrollo turístico y comunitario dado a que experimentan motivaciones y expectativas en cuanto a experiencias diferentes.
- Así mismo en cuanto a los resultados que demostraron sobre los factores internos del destino como lo que es la infraestructura el clima la gastronomía y otros aspectos que se determinan en cuanto a la percepción positiva hacia turismo se puede evidenciar que la satisfacción de los jóvenes se asocia con la autenticidad y la calidad de las experiencias vividas dentro del entorno rural lo que refuerza aquello en la zona de estudio siendo un espacio de aprendizaje para la conexión con la naturaleza. Desde ese punto es importante identificar las necesidades fortalecer la gestión turística local para la incorporación de estrategias de promoción capacitación comunitaria y la sostenibilidad que garantiza un desarrollo competitivo y equilibrado en el territorio.
- Finalmente, en cuanto a la intención de participación en algo turismo esto depende mucho de la combinación de las motivaciones personales además de la influencia sociales y la apreciación del valor de la experiencia donde los jóvenes muestran disposición integrarse en actividades que promuevan la interacción cultural el conocimiento agrícola y la conservación ambiental. Siendo importante que este comportamiento confirma que el agroturismo en la parroquia Colonche ya no solamente debe representar una alternativa de distracción sino también un medio para el desarrollo sostenible local

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda diseñar estrategias turísticas enfocadas en atraer y fidelizar al público juvenil, integrando propuestas que respondan a sus intereses formativos, recreativos y ambientales. Es necesario diversificar las experiencias agroturísticas mediante actividades educativas, culturales y participativas que fortalezcan el vínculo del visitante con el entorno natural. La implementación de programas de sensibilización ambiental y voluntariado rural permitirá afianzar una relación más consciente y duradera entre los jóvenes y la comunidad. Asimismo, se sugiere mantener una comunicación constante con las instituciones educativas y asociaciones juveniles para fomentar el turismo responsable.
- Es importante dentro de las recomendaciones que las autoridades locales junto con los prestadores de servicios turísticos fortalezcan infraestructura a través de alianzas estratégicas con los organismos competentes además de garantizar la comodidad seguridad y la sostenibilidad ambiental. Otros de los aspectos de suma importancia es la promoción que se debe desarrollar a través de campañas digitales nacionales y las estrategias de marketing territorial para fortalecer el patrimonio natural y cultural. Desde ese enfoque es importante desarrollar procesos de capacitación para los actores locales orientados a mejorar la atención de visitante Y lograr la fidelización del mismo.
- Por último, se sugiere que se establezcan las políticas locales que impulsen la innovación en la diversificación de la oferta agroturística de esta manera se considera la motivación es la expectativa del turista joven como gran aporte para el desarrollo de la comunidad. Es importante resaltar además que la promoción de las experiencias auténticas que integran la agricultura la gastronomía la cultura son ejes principales de un turismo sustentable y sostenible por ello es importante la creación de alianzas estratégicas para poder ampliar el alcance del destino y garantizar los beneficios equitativos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alaminos, A. (2019). *Análisis multivariante para las Ciencias Sociales I, Índices de distancia, conglomerados y análisis factorial*. Obtenido de PYDLOS Ediciones: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstreams/fffebb2a-3bed-4932-a24b-2c74c2172e77/download>
- Álvarez, C. (2021). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Guía didáctica*. Obtenido de Universidad SurColombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Beltrán, M., & Parra, M. (2025). *Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar*. Obtenido de Universidad Católica San Antonio de Murcia: [https://www.researchgate.net/publication/318195851\\_Perfiles\\_turisticos\\_en\\_funcion\\_de\\_las\\_motivaciones\\_para\\_viajar](https://www.researchgate.net/publication/318195851_Perfiles_turisticos_en_funcion_de_las_motivaciones_para_viajar)
- Brujine, M., & Kalwij, A. (2024). *Switching Survey Mode Between CAPI and CAWI: A Report from the Field*. Obtenido de Share, Survey of Health Working Paper Series: [https://share-eric.eu/fileadmin/user\\_upload/SHARE\\_Working\\_Paper/SHARE\\_WP\\_93-2024.pdf](https://share-eric.eu/fileadmin/user_upload/SHARE_Working_Paper/SHARE_WP_93-2024.pdf)
- Buestán Carrera, C. J. (2025). *Diseño de una ruta de agroturismo en las zonas de intervencion del MAGAP. CHIMBORAZO*.
- Bumbila , B., & Garcés, R. (2023). *Turismo en el espacio rural con enfoque de género: Principios para llevar a cabo proyectos de autodesarrollo comunitario*. Obtenido de TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, Vol. 25 (2): 523-542. Mayo-Agosto 2023: <https://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/2144>
- Cedeño, C., Loor, L., & Ruíz, A. (2020). *Estrategias para la gestión sostenible del turismo rural alternativo en la Ruta del Encanto del cantón de Portoviejo*. Obtenido de Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad, e-ISSN

2528-8075/ VOL 5/No. 1/ENERO – ABRIL/2020/pp. 77-89:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7685079.pdf>

Chero, V. (2024). *Población y muestra*. Obtenido de Int. J. Inter. Dent Vol. 17(2); 66, 2024, .Universidad María Auxiliadora, Lima, Perú:  
<https://www.redalyc.org/journal/6100/610078954001/610078954001.pdf>

Chilán, F. (2022). *Agroturismo sostenible para el desarrollo del sector productivo en el recinto Rio Blanco, comuna El Pital del cantón Puerto López*. Obtenido de Universidad Estatal del Sur de Manabí, Instituto de Posgrado, Maestría en Desarrollo Local: <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4964>

Crespo, J., & Soria, B. (2020). *Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión*. Obtenido de Kalpana, Revista de Investigación, Nro. 17 – Año 2019. ISSN: 1390-5775 ISSN-e: 2661-6696.:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7313496.pdf>

Esquivel, M., Caballero, P., & Barón, J. (2024). *Turismo juvenil en Bogotá. Características y potencial como recurso de inclusión social*. Obtenido de Facultad de Turismo. Universidad de Murcia, Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 29 enero-junio de 2024 pp.192-214:  
<https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/download/358/128/>

Flores, D., & Ríos, S. (2021). *El agroturismo como estrategia de diversificación de la cadena agroalimentaria del Amaranto en Nativitas, Tlaxcala, México*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia, Artículo de Investigación:  
<https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205001/html/>

Garaicoa, F., Montero, R., Rodríguez, S., & León, K. (2023). *Agroturismo: Una alternativa sostenible para el desarrollo local en San Francisco de Milagro, Guayas, Ecuador*. Obtenido de Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Marzo-Abril, 2023, Volumen 7, Número 2.:  
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/5685/8586/>

Godoy, E. (2023). *Análisis de las potencialidades para la práctica del agroturismo en el Recinto Tanate, cantón Esmeraldas*. Obtenido de Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas, Escuela de Hotelería y Turismo:

<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/e5078864-7299-498b-9e34-29070a5020ab/content>

Herrera, M. (2023). *El producto turístico y el agroturismo en el cantón Loreto, provincia de Orellana*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo: <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ac72afa2-f1d3-45b8-bb03-4849b3e55f23/content>

Lahera, F. (2022). *El método explicativo como alternativa de aprendizaje independiente*. Obtenido de Luz, vol. 16, núm. 2, abril-junio, 2017, pp. 134-143, Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya: <https://www.redalyc.org/pdf/5891/589166503014.pdf>

Lan, M., Ngan, N., Phuog, V., & Trieu, P. (2023). *Factores que influyen en la decisión de los turistas de participar en actividades de agroturismo: un estudio de caso de la ciudad de Dalat*. Obtenido de Revista oficial de la Universidad Nacional de Vietnam, Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam: <https://stdjelm.scienceandtechnology.com.vn/index.php/stdjelm/article/view/1276#tw-4b735d6dd73a>

Méndez, C. (2021). *Población y Muestra en el proceso de investigación*. Obtenido de Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas: <https://sea8401dd76b4febd.jimcontent.com/download/version/1564230307/module/14444440630/name/MENDEZ%20ALVAREZ%20%20Metodologia%20Investigacion%20Ciencias%20Economicas%20y%20Administrat.pdf>

Mora, P. L. (2018). *El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados y retos actuales*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-)

Moromi, H., Villavicencia, J., & Martínez, E. (2021). *Descriptive analysis and trends of pre-degree theses in Peruvian faculties of dentistry*. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Peru: <https://www.redalyc.org/journal/4985/498576699003/>

- Naranjo, A. (2022). *Propuesta de diseño de una ruta agroturística en el Municipio de Viotá, Cundinamarca, Colombia, para la identificación turística del territorio*. Obtenido de Universidad Piloto de Colombia, Seccional del Alto Magdalena, Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales, Programa de Administración Turística y Hotelera: <https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/12951/PROPUESTA%20DE%20DISE%C3%91O%20DE%20UNA%20RUTA%20AGROTUR%C3%8DSTICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo* .
- ONU Turismo. (2025). *Turismo responsable, sostenible y de acceso universal*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>
- Pérez, G. (2022). *La reactivación económica agroturística en el recinto San Francisco para una sostenibilidad en tiempos de COVID-19*. Obtenido de Universidad Estatal del Sur de Manabí, Instituto de Posgrado, Maestría en Desarrollo Local: <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4972/1/P%c3%a9rez%20Bravo%20Gianella%20Carolina.pdf>
- Pilataxi, A., Prado, E., & Carvajal, H. (2022). *Diseño y factibilidad de la ruta agroturística de la concha prieta como alternativa de diversificación económica en Bajo Alto, provincia de El Oro cantón El Guabo, Ecuador*. Obtenido de South Florida Journal of Development, Miami, v.3, n.5. p. 6070-6085, sep/oct., 2022. ISSN 2675-5459: DOI: 10.46932/sfjdv3n5-028
- Ping, T., Lee, K., & Ming, C. (2020). *Impactos del agroturismo educativo en las futuras intenciones profesionales de los estudiantes: evidencia de los programas de intercambio agrícola*. Obtenido de Departamento de Marketing y Gestión Logística, Universidad Ling Tung, 1, Ling Tung Rd., Taichung City 408213, Taiwán: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/22/9507>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2022). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de Empresa Pública, UPSE; Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena:

- [http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-y-Ordenamiento-Territorial-Santa-Elena-20192023\\_compressed.pdf](http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-y-Ordenamiento-Territorial-Santa-Elena-20192023_compressed.pdf)
- Ramos, C. (2020). *Alcance de la Investigación Exploratoria*. Obtenido de CienciAmérica (2020) Vol. 9 (3), ISSN 1390-9592 ISSN-L 1390-681X: [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mis/wp-content/uploads/sites/126/2020/04/p.2\\_batthianny\\_k.\\_cabreram.\\_cap\\_5\\_\\_metodologia\\_de\\_la\\_investigacion....pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mis/wp-content/uploads/sites/126/2020/04/p.2_batthianny_k._cabreram._cap_5__metodologia_de_la_investigacion....pdf)
- Rivero, A., Portela, L., & Cabrera, N. (2022). *Turismo de naturaleza en la modalidad de agroturismo para el desarrollo local sostenible en Guamuhaya*. Obtenido de Universidad y Sociedad vol.14 no.5 Cienfuegos sept.-oct. 2022 Epub 30-Oct-2022: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202022000500204](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000500204)
- Rodríguez, J. (2021). *Proyecto de agroturismo en la finca Krystel Fernanda con la participación de la comunidad en el recinto Chaune*. LOS RIOS. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20429/1/UPS-GT003260.pdf>
- Rodríguez, J. (2021). *Proyecto de agroturismo en la finca Krystel Fernanda con la participación de la comunidad en el recinto Chaune del Cantón Buena Fé, provincia de Los Ríos, para el desarrollo turístico, social y económico del sector*. Universidad Politecnica Saleciana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20429/1/UPS-GT003260.pd>
- Rojas, H., Arcos, V., & Peña, C. (2020). *Impacto del diseño de una ruta agroturística para el cantón Chimbo, provincia Bolívar*. Obtenido de Revista: Caribeña de Ciencias Sociales, Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/ruta-agroturistica.html>
- Rosas, N. y. (2020). *Agroturismo: Innovación social para la provincia de Sugamuxi. Quaestiones Disputatae: Temas de Debate, 78 - 106*. Obtenido de <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/qdisputatae/article/view/2009>
- Ruiz, A., & Ruiz, V. (2021). *Turismo de experiencias auténticas para el segmento de turistas jóvenes en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/51856/1/T-108848.pdf>

- Saavedra, J., García, R., Martínez, O., & Mora, J. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos*. Obtenido de Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO, Bogotá, 2021: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/875333.pdf>
- Tapia, D. (2023). *Agroturismo como estrategia de diversificación de nuevos emprendimientos en la Comuna Dos Mangas*. Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9056/1/UPSE-TDT-2023-0026.pdf>
- Tarrillo, Ó., Mejía, J., Dávila, J., Pintado, C., Tapia, C., Chilón, W., & Vélez, S. (2024). *Metodología de la Investigación. Una mirada global: Ejemplos prácticos*. Obtenido de Revista Ciencia Latina Internacional, Junio 2024 – CID - Centro de Investigación y Desarrollo: <https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2024/07/Metodologia-de-la-investigacion-una-mirada-global.pdf>

# ANEXOS



**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO  
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO**

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE  
INVESTIGACIÓN**

**Nombre del proyecto de investigación:**

Factores que influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

**Investigadores principales:**

Dr. Miguel Orden Mejía, Profesor Investigador de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

Antonio Adolfo Borbor Santiana, Estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

**Descripción del estudio:**

Este proyecto tiene como propósito Analizar los factores que influyen en la intención de participación de los jóvenes viajeros en actividades de agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, durante el año 2025, con el fin de identificar oportunidades para el desarrollo turístico sostenible en la zona.

**Participación del voluntario:**

Se solicita su colaboración porque es un joven, habitante de la parroquia Colonche. Consiste en responder una encuesta estructurada de aproximadamente 15 minutos, la cual recogerá información sobre la intención de los jóvenes en participar en actividades de agroturismo para el desarrollo turístico sostenible.

**Carácter voluntario y derechos del participante:**

La participación en este estudio es completamente voluntaria. Usted puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin justificación y sin que esto implique consecuencia alguna. Puede solicitar que su información no sea utilizada si decide retirarse.

**Riesgos y confidencialidad:**

Este estudio no implica ningún riesgo físico o psicológico para usted. Las respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial. Los datos recolectados serán almacenados en dispositivos seguros y utilizados exclusivamente con fines académicos. No hay grabación de audio o video durante el proceso de encuesta.

**Uso de la información:**

La información obtenida se empleará únicamente para fines de investigación científica y podrá contribuir al estudio de involucramiento de los jóvenes en el agroturismo de la parroquia Colonche.

**Beneficios esperados:**

Si bien su participación no implica beneficios económicos directos, contribuirá al mejor conocimiento del investigador para determinar los criterios de mejoras.

**Contacto en caso de dudas:**

Si tiene alguna inquietud o desea más información, puede contactar a los investigadores principales a los correos: [morden@upse.edu.ec](mailto:morden@upse.edu.ec) ;

**Declaración de consentimiento:**

He leído (o se me ha leído) la información contenida en este formulario. Comprendo los objetivos del estudio y mis derechos como participante. Acepto participar de forma voluntaria y consciente. Confirmando que tengo 18 años o más y capacidad legal para firmar este consentimiento.

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_

Cédula de Identidad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_\_

**Datos Demográficos**

<b>Género</b>	<b>Edad</b>	<b>Empleo</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Nivel de instrucción</b>
<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> 18 - 20 <input type="checkbox"/> 21 - 25 <input type="checkbox"/> 26 – 30 <input type="checkbox"/> > 30	<input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Trabaja a tiempo completo <input type="checkbox"/> Trabajo parcial/Trabajo eventual <input type="checkbox"/> Trabaja por cuenta propia <input type="checkbox"/> Trabajo propio <input type="checkbox"/> Desempleado	<input type="checkbox"/> < \$ 300 <input type="checkbox"/> \$301 - \$400 <input type="checkbox"/> \$401 - \$500 <input type="checkbox"/> \$501 - \$600 <input type="checkbox"/> > \$600	<input type="checkbox"/> Educación primaria <input type="checkbox"/> Educación secundaria <input type="checkbox"/> Educación técnica/tecnológica <input type="checkbox"/> Título de Tercer nivel <input type="checkbox"/> Título de posgrado (Maestría/Doctorado)
<b>Compañía</b>	<b>Gasto diario</b>	<b>Residencia</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Días promedio de estadía</b>
<input type="checkbox"/> Solo(a) <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Mi pareja <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> \$20 a \$40 <input type="checkbox"/> \$41 a \$60	<input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero	<input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Unión libre	<input type="checkbox"/> Un día <input type="checkbox"/> Dos días <input type="checkbox"/> Tres días <input type="checkbox"/> Cuatro días

	<input type="checkbox"/> \$61 a \$80 <input type="checkbox"/> \$81 a \$100 <input type="checkbox"/> > \$100						
<b>Muy en Desacuerdo</b>				<b>Muy de Acuerdo</b>			
<b>Atractivos del destino</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
AD1: Colonche cuenta con hermosos paisajes							
AD2: El clima es propicio para actividades de agroturismo en Colonche							
AD3: Los turistas pueden sumergirse en la naturaleza							
AD4: Colonche cuenta con una atractiva gastronomía local							
AD5: Colonche es un lugar seguro							
AD6: Colonche cuenta con servicios de alojamiento de buena calidad							
AD7: Colonche ofrece interesantes actividades de compras							
AD8: Los residentes de Colonche son muy amables							
AD9: Colonche cuenta con un transporte conveniente							
AD10: Colonche es un famoso destino turístico							
<b>Precios del servicio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
PS1: Los precios de las actividades de agroturismo son razonables							
PS2: Los precios de las actividades de agroturismo son acordes a la calidad							
PS3: Los precios de las actividades de agroturismo son competitivos en comparación con otras actividades turísticas							
<b>Marketing</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
MK1: Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de sitios en Internet.							
MK2: Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de periódicos y otros medios de comunicación.							
MK3: Colonche tiene programas promocionales sobre agroturismo difundidos a través del boca a boca.							
<b>Motivación del viaje</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
MV1: Mi motivación para participar en el agroturismo es acercarme a la naturaleza.							
MV2: Mi motivación para participar en el agroturismo es descansar y relajarme.							
MV3: Mi motivación para participar en el agroturismo es intercambiar, aprender y mejorar mis conocimientos.							
MV4: Mi motivación para participar en el agroturismo es experimentar cosas nuevas.							
MV5: Mi motivación para participar en el agroturismo es satisfacer mi curiosidad.							
<b>Percepción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
PE1: En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche es positivo.							

PE2: En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche no es positivo.							
PE3: Me gustan las actividades de agroturismo en Colonche.							
<b>Grupo de referencia</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
GR1: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con familiares y amigos.							
GR2: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto las opiniones de la comunidad turística.							
GR3: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con personas locales.							
GR4: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con el guía turístico.							
<b>Decisión de participación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
DP1: Mi decisión de participar en actividades de agroturismo fue correcta.							
DP2: Decidir participar en actividades de agroturismo me ayuda a entender más sobre la agricultura.							
DP3: Continuaré participando en actividades de agroturismo y recomendaré a otros que participen							

*Agradezco su colaboración*



## Matriz de consistencia

Tema	Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología	
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE LOS JÓVENES VIAJEROS DE PARTICIPAR EN EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2025	¿Qué factores influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena?	<b>Objetivo General</b>  Analizar los factores que influyen en la intención de los jóvenes viajeros de participar en el agroturismo en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.	Factores que influyen en la intención de participación	Atractivos del destino	AD1: Colonche cuenta con hermosos paisajes AD2: El clima es propicio para actividades de agroturismo en Colonche AD3: Los turistas pueden sumergirse en la naturaleza AD4: Colonche cuenta con una atractiva gastronomía local AD5: Colonche es un lugar seguro AD6: Colonche cuenta con servicios de alojamiento de buena calidad AD7: Colonche ofrece interesantes actividades de compras AD8: Los residentes de Colonche son muy amables AD9: Colonche cuenta con un transporte conveniente AD10: Colonche es un famoso destino turístico	<b>Tipo de investigación:</b> Descriptiva inferencial  <b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Método de investigación:</b> Deductivo  Analítico.  <b>Población:</b> Jóvenes entre 18 y 30 años	
				Precios del servicio	SP1: Los precios de las actividades de agroturismo son razonables SP2: Los precios de las actividades de agroturismo son acordes a la calidad SP3: Los precios de las actividades de agroturismo son competitivos en comparación con otras actividades turísticas		<b>Muestra:</b> Por determinar (no probabilístico)
				Marketing	M1: Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de sitios en Internet. M2: Colonche tiene programas que promueven el agroturismo a través de periódicos y otros medios de comunicación. M3: Colonche tiene programas promocionales sobre agroturismo difundidos a través del boca a boca.		
	Sistematización del problema	<b>Objetivos específicos</b>  Analizar el perfil sociodemográfico del turista que visita la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena por motivos agroturísticos.	Marketing	Motivación del viaje	MO1: Mi motivación para participar en el agroturismo es acercarme a la naturaleza. MO:2 Mi motivación para participar en el agroturismo es descansar y relajarme. MO:3 Mi motivación para participar en el agroturismo es intercambiar, aprender y mejorar mis conocimientos.		
						¿Cuál es el perfil sociodemográfico del turista que visita la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena por motivos agroturísticos?	Identificar los patrones de

<p>comportamiento y preferencias por los jóvenes turistas en relación con las actividades agroturísticas?</p> <p>¿Cuáles son los factores clave — como el atractivo del destino, el precio del servicio, el marketing, las motivaciones y las percepciones— que influyen en la decisión de los jóvenes turistas de participar en el agroturismo?</p>	<p>comportamiento y preferencias por los jóvenes turistas en relación con las actividades agroturísticas.</p> <p>Determinar los factores clave — como el atractivo del destino, el precio del servicio, el marketing, las motivaciones y las percepciones— que influyen en la decisión de los jóvenes turistas de participar en el agroturismo</p>			<p>MMO:4 Mi motivación para participar en el agroturismo es experimentar cosas nuevas.</p> <p>MO5: Mi motivación para participar en el agroturismo es satisfacer mi curiosidad.</p>
			Percepción	<p>PE1: En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche es positivo.</p> <p>PE2: En general, mi sentimiento sobre las actividades de agroturismo en Colonche no es positivo.</p> <p>PE3: Me gustan las actividades de agroturismo en Colonche.</p>
		Agroturismo	Grupo de referencia	<p>GR1: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con familiares y amigos.</p> <p>GR2: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto las opiniones de la comunidad turística.</p> <p>GR3: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con personas locales.</p> <p>GR: Cuando participo en actividades de agroturismo, consulto con el guía turístico.</p>
			Decisión de participación	<p>DP1: Mi decisión de participar en actividades de agroturismo fue correcta.</p> <p>DP2: Decidir participar en actividades de agroturismo me ayuda a entender más sobre la agricultura.</p> <p>DP3: Continuaré participando en actividades de agroturismo y recomendaré a otros que participen.</p>