



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

**TEMA:**

“AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER LA  
EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025”

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

**AUTORA:**

NOEMI MABEL GAME POZO

**TUTOR:**

ING. EDINSON PATRICIO PALACIOS TRUJILLO, PhD.

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2026**

## APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025”**, elaborado por la Srta. Noemi Mabel Game Pozo, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título Licenciada en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Edinson Patricio Palacios Trujillo PhD,  
Profesor tutor

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente Trabajo de Titulación denominado **“AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Noemi Mabel Game Pozo** con cédula de identidad número 245056996-3 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.



**Game Pozo Noemi Mabel**  
**C.C. No.: 245056996-3**

## **AGRADECIMIENTO**


Ante todo, quiero expresar mi gratitud a Dios por darme salud y vida, guiarme en mi camino, brindarme claridad en mis pensamientos. Agradezco a mi familia por su apoyo en cada momento de mi vida y durante este proceso académico. Igualmente, a mis amigos y a los profesores que me enseñaron y me transmitieron sus conocimientos para que pudiera impulsar mi carrera y mi futuro profesional.

*Game Pozo Noemi Mabel*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a mi familia, que me ha apoyado en este proceso, por darme la confianza y consejos en todo momento. Han sido un aporte fundamental en mi vida para alcanzar mis metas. Con esto entendí que el éxito no es una casualidad, sino el fruto del esfuerzo y la dedicación constante.

*Game Pozo Noemi Mabel*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**


---

Leda. Maria F. Alejandro Lindao. MSc.  
**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA**



---

Lic. Esther Del C. Mullo Romero. PhD.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



---

Ing. Edinson P. Palacios Trujillo. PhD.  
**PROFESOR TUTOR**



---

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



---

Secret. Ejec. Grace M. Lindao Quimi.  
**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.....	7-8
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	10
ÍNDICE DE APÉNDICE .....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT .....	13
INTRODUCCIÓN .....	14-19
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>20</b>
MARCO REFERENCIAL .....	20
1.1. Revisión de literatura .....	20-21
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos .....	22
1.2.1. Tecnología .....	22
1.2.2. Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el turismo .....	23-24
1.2.3. Digitalización de información en turismo .....	25
1.2.4. Herramientas digitales para la interpretación turística .....	25-27
1.2.5. Herramientas digitales interpretativas .....	28
1.2.6. Audioguía digital.....	29-30
1.2.7. Tipos de audioguías.....	31

1.2.8. Importancia de la audioguía digital en el sector turístico .....	32
1.2.9. Experiencia turística .....	32
1.2.10. Factores de la experiencia turística .....	33
1.2.11. Turismo en el cantón Salinas .....	34
1.2.12. Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE).....	34
1.2.13. Señalización en áreas protegidas.....	35-37
1.3. Fundamentos legales .....	38-39
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>40</b>
METODOLOGÍA.....	40
2.1. Diseño de la investigación .....	40
2.2. Métodos de la investigación .....	40
2.3. Población y muestra .....	41
2.4. Recolección y procesamiento de datos.....	42
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>43</b>
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	43-63
DISCUSIÓN.....	64-66
PROPUESTA .....	67
CONCLUSIONES .....	68
RECOMENDACIONES .....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70-79
APÉNDICE .....	80-110

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características de una audioguía digital. ....	30
<b>Tabla 2.</b> Tipos de audioguías en la actualidad. ....	31
<b>Tabla 3.</b> Tipos de señales. ....	35
<b>Tabla 4.</b> Señaléticas que actualmente existente. ....	36
<b>Tabla 5.</b> Senderos de la REMACOPSE .....	36
<b>Tabla 6.</b> Género. ....	43
<b>Tabla 7.</b> Origen del encuestado. ....	44
<b>Tabla 8.</b> Motivo de visita. ....	45
<b>Tabla 9.</b> Puntos de interés durante su recorrido. ....	46
<b>Tabla 10.</b> Información turística. ....	47
<b>Tabla 11.</b> Autonomía del turista. ....	48
<b>Tabla 12.</b> Descubrir detalles del entorno. ....	49
<b>Tabla 13.</b> Señalización turística. ....	50
<b>Tabla 14.</b> Paneles interpretativos. ....	51
<b>Tabla 15.</b> Información de atractivos turístico. ....	52
<b>Tabla 16.</b> Recibir información turística. ....	53
<b>Tabla 17.</b> Información en la audioguía digital. ....	54
<b>Tabla 18.</b> Información sobre la biodiversidad. ....	55
<b>Tabla 19.</b> Datos curiosos de la reserva. ....	56
<b>Tabla 20.</b> Elementos de la audioguía digital. ....	57
<b>Tabla 21.</b> Preferencia de acceso a la audioguía digital. ....	58
<b>Tabla 22.</b> Experiencia con audioguía digital. ....	59
<b>Tabla 23.</b> Preferencia de voz en la audioguía digital. ....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Género.....	43
<b>Gráfico 2.</b> Origen del encuestado. ....	44
<b>Gráfico 3.</b> Motivo de visita.....	45
<b>Gráfico 4.</b> Puntos de interés durante su recorrido.....	46
<b>Gráfico 5.</b> Información turística.....	47
<b>Gráfico 6.</b> Autonomía del turista. ....	48
<b>Gráfico 7.</b> Descubrir detalles del entorno.....	49
<b>Gráfico 8.</b> Señalización turística. ....	50
<b>Gráfico 9.</b> Paneles interpretativos.....	51
<b>Gráfico 10.</b> Información de atractivos turístico.....	52
<b>Gráfico 11.</b> Recibir información turística.....	53
<b>Gráfico 12.</b> Información en la audioguía digital. ....	54
<b>Gráfico 13.</b> Información sobre la biodiversidad. ....	55
<b>Gráfico 14.</b> Datos curiosos de la reserva. ....	56
<b>Gráfico 15.</b> Elementos de la audioguía digital. ....	57
<b>Gráfico 16.</b> Preferencia de acceso a la audioguía digital. ....	58
<b>Gráfico 17.</b> Experiencia con audioguía digital. ....	59
<b>Gráfico 18.</b> Preferencia de voz en la audioguía digital. ....	60

## ÍNDICE DE APÉNDICE

<b>Apéndice 1.</b> Encuesta. ....	81
<b>Apéndice 2.</b> Ficha de observación de los recursos interpretativos. ....	82
<b>Apéndice 3.</b> Ficha de observación de los tres atractivos de la REMACOPSE.....	83
<b>Apéndice 4 -</b> Matriz de consistencia .....	84
<b>Apéndice 5.</b> <i>Matriz de operacionalización de variables</i> .....	85
<b>Apéndice 6.</b> Propuesta.....	86
<b>Apéndice 7.</b> Estrategia 1. Audioguía digital.....	86
<b>Apéndice 8.</b> Detalle técnico.....	87
<b>Apéndice 9.</b> Contenidos de la audioguía digital. ....	87
<b>Apéndice 10.</b> Página principal de la audioguía digital.....	88
<b>Apéndice 11.</b> Recursos utilizados.....	89
<b>Apéndice 12 -</b> Guiones de la audioguía digital.....	89
<b>Apéndice 13.</b> Bienvenida.....	91
<b>Apéndice 14.</b> Historia de la REMACOPSE. ....	93
<b>Apéndice 15.</b> La Lobería. ....	95
<b>Apéndice 16.</b> La Chocolatera.....	97
<b>Apéndice 17.</b> Cerro El Morro. ....	99
<b>Apéndice 18.</b> Biodiversidad.....	101
<b>Apéndice 19.</b> Datos curiosos. ....	102
<b>Apéndice 20.</b> Actividades permitidas.....	103
<b>Apéndice 21.</b> Estructura del contenido de la audioguía digital REMACOPSE. ....	104
<b>Apéndice 22.</b> Presupuesto.....	105
<b>Apéndice 23.</b> Encuestas a los visitantes de la REMACOPSE.....	106
<b>Apéndice 24.</b> Encuestas a los visitantes de la REMACOPSE.....	107
<b>Apéndice 25.</b> Carta Aval. ....	108-110



**“AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER  
LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025”**

**AUTORA:**

Noemi Mabel Game Pozo

**TUTOR:**

Ing. Edinson Patricio Palacios Trujillo, PhD.

## **RESUMEN**

La audioguía digital sirve para brindar información clara, rápida y accesible mediante audios para que los turistas conozcan y comprendan mejor el sitio que visitan usando un dispositivo tecnológico como el celular. El objetivo de esta investigación fue diseñar una audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo y cualitativo, el estudio aplicó el diseño no experimental transversal, de alcance descriptivo, debido a que no se alteraron las variables, sino que la situación fue observada tal cual ocurrió en la realidad. Entre los instrumentos utilizados fue la encuesta distribuida a 371 visitantes de la reserva natural de la REMACOPSE, con el propósito de identificar el tipo de información que desean recibir durante su recorrido por los tres atractivos que son La Lobería, La Chocolatera y Cerro El Morro. También se utilizó una ficha de observación de los recursos interpretativos y de los atractivos turísticos del sitio. El análisis reveló que los turistas si desean tener un recurso tecnológico (audioguía digital) el cual le proporcione explicaciones de lo que observa para conectarse con el entorno, así como la posibilidad de recorrer el lugar a su propio ritmo. Los resultados indica que la audioguía digital se convierte en un apoyo importante para mejorar el recorrido, aumentar la satisfacción de las personas y promover una experiencia más educativa, interactiva y atractiva. Con esto la propuesta se presenta como una solución innovadora, sostenible que se ajusta a los avances tecnológicos actuales en el ámbito del turismo.

**Palabras claves:** audioguía digital, experiencia turística, visitantes, REMACOPSE.



**“DIGITAL AUDIO GUIDE AS A TOOL TO ENRICH THE TOURIST EXPERIENCE IN REMACOPSE, SALINAS DISTRICT, SANTA ELENA PROVINCE, YEAR 2025”**

**AUTHOR:**

Noemi Mabel Game Pozo

**ADVISOR:**

Ing. Edinson Patricio Palacios Trujillo, PhD.

**ABSTRACT**

The digital audio guide provides clear, quick, and accessible information through audio recordings so that tourists can learn about and better understand the site they are visiting using a technological device such as a cell phone. The objective of this research was to design a digital audio guide as a tool to enrich the tourist experience. The methodology applied was quantitative and qualitative, and the study used a non-experimental cross-sectional design with a descriptive scope, since the variables were not altered, but rather the situation was observed as it occurred in reality. Among the instruments used was a survey distributed to 371 visitors to the REMACOPSE nature reserve, with the purpose of identifying the type of information they wish to receive during their tour of the three attractions: La Lobería, La Chocolatera, and Cerro El Morro. An observation sheet of the interpretive resources and tourist attractions of the site was also used. The analysis revealed that tourists want a technological resource (digital audio guide) that provides explanations of what they are seeing to help them connect with their surroundings, as well as the possibility of exploring the site at their own pace. The results indicate that the digital audio guide is an important tool for improving the tour, increasing visitor satisfaction, and promoting a more educational, interactive, and engaging experience. The proposal is therefore presented as an innovative, sustainable solution that is in line with current technological advances in the field of tourism.

**Keywords:** digital audio guide, tourist experience, visitors, REMACOPSE.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la tecnología se ha vuelto un elemento esencial de la sociedad teniendo un impacto importante. Su desarrollo ha cambiado la forma en que los individuos viven, se relaciona y trabajan, fomentando la conectividad a nivel mundial y permitiendo que la información se acceda más rápido (smowl, 2024). Asimismo, ha promovido la creación de las experiencias más enriquecedoras, además de facilitar la interacción entre los viajeros y los proveedores de servicio (Abalia, 2024). Las herramientas digitales han hecho más accesible el conocimiento al fomentar técnicas de enseñanzas interactivas y personalizadas.

A nivel global, más de 5.3 mil millones de personas utilizan internet, lo que equivale a cerca de 66 % de la población mundial y a aproximadamente 5.1 mil millones usan teléfonos inteligentes. Estas cifras no solo demuestran el alcance tecnológico, sino que también su función como un medio que facilita el acceso a información, comunicación y la planificación de actividades (DataReportal, 2025).

Por ende, las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) han tenido un rol fundamental en la transformación del sector turístico. Para asegurar la seguridad de los turistas durante la pandemia de Covid-19, se digitalizaron numerosas actividades turísticas. Además, formaron parte de diferentes ámbitos, ya que permitieron crear, compartir y procesar datos en diferentes formatos como audios, imágenes, videos o texto. Este uso facilitó el desarrollo de nuevas ideas y la integración de otras herramientas innovadoras como audioguías (Malán, 2025).

En este contexto, la audioguía digital surge como una herramienta electrónica que proporciona información de diferentes sitios como museos, exposiciones, obras de arte, interpretación cultural y natural del lugar. Esto permite que los visitantes puedan entender lo que están viendo sin la necesidad de un guía. De esta manera, las personas pueden avanzar a su propio ritmo; eso añade a la facilidad y la accesibilidad para poder acceder a la indagación (Cevallos, 2022).

De igual forma, las audioguías han evolucionado con la tecnología, se identificaron distintos tipos que se adaptaron a las necesidades de los usuarios. La clásica era un teclado numérico, pantalla para texto y auriculares. Con el avance de la tecnología surgieron las de contenido múltiple el cual tenía pantallas gráficas que mostraba imágenes y vídeos relacionados con los recursos turísticos. Más reciente incorporaron las móviles que se desarrollaron para smartphones con esto permitieron que las personas descarguen información. Ofreciendo una experiencia más interactiva y personalizada (Rilo, 2019).

Al mismo tiempo, el uso de audioguías digitales ha mostrado un crecimiento cuantificable en el consumo de contenido. De acuerdo con el informe de Startup Magazine mencionó que el uso de aplicaciones web, iOS y Android aumentó un 68 % año tras año en los últimos 12 meses. Asimismo, más de 2 millones de usuarios activos reprodujeron más de 14,3 millones de pistas de recorridos con las audioguías donde exploraron 1,7 millones de objetos; esto refleja un crecimiento notable en el consumo de recorridos digitales interactivos (Wood, 2025).

Por otra parte, MicroMarket Insights (2024) anticipa que para el 2032 el mercado llegará a 6,560 mil millones de dólares, presentando una tasa compuesta anual del 16,94%. El incremento se debe a la implementación de tecnologías, esto ha causado que turistas de todas las edades empiecen a usar esta herramienta, también es un sector estratégico dentro de la economía de la experiencia digital ofreciendo soluciones y satisfacción del turista moderno (Insights, 2025).

En este sentido, Verified Market Reports (2025) tiene una visión más extensa del mercado de audioguías autoguiado, destaca que para el año 2033 se estima que llegue a 250 millones de dólares, mostrando un 10,5 % desde el 2026 hasta 2033. Este aumento es un reflejo de la demanda creciente en el sector turístico. Menciona que el Servicio de Parques Nacionales de EE.UU., que, en el transcurso del año 2021, cerca de 330 millones de personas exploraron parques nacionales, y un gran número utilizaron audioguías para entender más a fondo el entorno natural e histórico del lugar (Reports, 2025).

Además, en el año 2023, América de Norte tuvo un ingreso total del 38 %, asimismo Europa con un 30 %, luego Asia Pacífico con un 22 %, y con el menor porcentaje esta América Latina con 6 % y África y Oriente medio con un 4 %. Las audioguías influyen en diferentes áreas porque promueven que los visitantes tengan una exploración autónoma de los sitios, un mayor entendimiento del patrimonio y un aprendizaje de lo que observa del lugar (Reports, 2025).

Por otra parte, en Ecuador, el turismo es un sector esencial de la economía, ha generado entre 586,8 y 180,3 millones de dólares en distintos trimestres. Estas cifras indican que el turismo es una fuente importante de divisas, similar a productos tradicionales como el banano, el camarón o el cacao. Por lo tanto, se demuestra que no solo tiene un valor cultural y recreativo, sino que además fomenta el desarrollo económico (Turismo en cifras, 2025).

En este sentido, la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE) es un destino relevante para el turismo nacional e internacional. Durante los feriados 2025 en la REMACOPSE tuvo importantes visitas, durante la Semana Santa recibió 14200 visitantes, por el día del trabajador fue un total 11,112 turistas tanto nacionales como extranjeros que visitaron la reserva (SIB, 2025). Con esto las personas muestran interés en conocer esta área natural, lo que destaca la importancia de ofrecer herramientas innovadoras como las audioguías digitales que faciliten el acceso a la información de los atractivos que tiene el lugar y así enriquecer la experiencia turística.

Asimismo, el Plan de Manejo del Visitante (2025) menciona que la mayor parte de la reserva es área marina con 98 % mientras que 2 % es de área terrestre. Este destino ofrece oportunidades para desarrollar el turismo. En el 2024 recibió 249,212 de visitantes en total, indica que la mayoría nacionales y el 2 % extranjero. El mes con mayor número de turistas fue en agosto, con un total 46,228 de turistas y el menor mes fue en diciembre, con un total de 5,756 de personas que visitaron. La REMACOPSE desempeña un papel importante en el equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación, garantizando actividades recreativas sostenibles que respeten los ecosistemas locales. Además, alberga instalaciones militares, como la Fuerza

Terrestre, la Armada y la Fuerza Aérea. En esta zona de la reserva se encuentra variedad de flora terrestre, igualmente cuenta diversidad de fauna biológica, en la que se localiza especies marinas y terrestres.

De esta manera, la experiencia turística es una de las razones por las que una persona decide conocer un lugar, esto implica que puedan observar y explorar los sitios que visitan. Esta sensación logra generar momento memorable durante su viaje. Por la forma que siente y recuerda. Aunque cada persona tiene diferentes perspectivas, hay que tener en cuenta que esto no ocurre por sí solo, se genera por la interacción del turista y el destino (Rivadeneira, 2022).

A continuación, se detalla el planteamiento de algunos problemas identificados de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE) específicamente en los tres atractivos turísticos la Chocolatera, La Lobería y mirador el Morro, el lugar no cuenta con guías turísticos que brinden acompañamiento durante su visita lo que genera información incompleta del destino. Algunos visitantes desconocen la zona, lo que limitó la comprensión de los atractivos afectando la experiencia turística.

Además, se identificó que el lugar dispone de señaléticas y paneles informativo en ciertos puntos de la reserva, esto no resultó suficiente para explicar de manera detallada el valor de cada atractivo, redujo la participación de las personas con discapacidad visual y turistas, porque impidió acceder a cualquier tipo de información de forma autónoma, lo que afectó la calidad de la experiencia turística.

Antes las problemáticas, surge la pregunta: ¿De qué manera una audioguía digital puede enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2025? Esto muestra la identificación de la necesidad sobre el problema en la reserva, aquí provienen tres interrogantes: ¿Cuál es el estado actual de la reserva y de los recursos interpretativos que posee para la experiencia turística del visitante?, ¿Cuáles son las preferencias de los visitantes respecto al tipo de información que desean recibir durante su visita?, ¿Cómo se podría adaptar una audioguía digital a los atractivos turísticos de la reserva y a las preferencias de los visitantes?

Una vez que se ha sistematizado el problema, es necesario responder a las preguntas que han surgido como resultado de la problemática y para eso se plantea como objetivo general de la investigación es diseñar una audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2025. Los objetivos específicos son; 1) investigar el estado actual de la reserva y los recursos interpretativos que posee para la experiencia turística del visitante; 2) identificar las preferencias de los visitantes respecto al tipo de información que desean recibir durante su visita; 3) proponer una audioguía digital en función de los atractivos turísticos de la reserva y las preferencias de los visitantes.

Este trabajo de investigación se justifica porque identifica oportunidades para optimizar el acceso a la información en la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE) y la mejora de la experiencia de los visitantes. Dentro de este contexto, se considera la propuesta de una audioguía digital como herramienta para enriquecer el turismo que transformó la manera en que los turistas interactúan con otros sitios de interés, ofreciendo alternativas flexibles y accesibles a los turistas que les permitieron comprender y disfrutar. Funciona como un sistema electrónico en el sector turístico guiando a los visitantes durante el recorrido de manera autónoma.

Los principales pasos es la selección de ruta y los puntos de interés; el mensaje a transmitir y el guion por último la grabación, edición y producción del audio, así como la integración del contenido en plataforma o herramienta elegida (Olaya et al., 2022). Asimismo, aportó a un enfoque que integró la tecnología y el turismo, promoviendo la transmisión del conocimiento sobre los atractivos que tiene el área natural y el fortalecimiento del disfrute de la experiencia turística. En esta situación, el acceso a la información es un elemento crucial para mejorar la experiencia del viajero, así fortalece la satisfacción y el valor percibido de la visita.

Desde una perspectiva académica, este estudio es relevante debido a que analiza las investigaciones sobre la tecnología, el turismo y la experiencia del visitante, evidenciando como las audioguías digitales pueden ofrecer la posibilidad de mejorar la experiencia turística, fomentar la educación y fortalecer la autonomía de los turistas.

Posteriormente, el propósito de dar una breve descripción de cómo se estructura el contenido de esta investigación. En el Capítulo I se abordaron diferentes estudios de literatura esenciales sobre la audioguía digital y la experiencia turística.

Se analizaron artículos y tesis, también abarcó definición, tipos y conceptos. Para complementar, se añadió un marco legal enfocado en la relación con el trabajo de investigación.

La siguiente parte está formada por el Capítulo II, se enfocó en la metodología que se utilizó en la investigación, incluye diseño de la investigación, el método de investigación y la identificación de población y la muestra. Además, se describió las técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Continuando con el Capítulo III explicó el diagnóstico situacional basado en la información cuantitativa y cualitativa adquirida mediante las encuestas y la observación directa. Después de analizar toda esta información, se planteó una propuesta.

Además, cuenta con referencias bibliográficas que son las fuentes que se utilizaron para conocer las diferentes indagaciones y así dar un sustento en la investigación. Por último, los anexos son evidencias que se añaden al final, como las encuestas, fotos y documentos de autorización para respaldar el trabajo.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1. Revisión de literatura

En este apartado se presentan diferentes investigaciones teóricas relacionadas con la audioguía digital y experiencia turística. Para sustentar el estudio, se revisaron diversas fuentes bibliográficas, incluyendo tesis y artículos científicos que permitieron abordar aspectos relevantes para el tema de la investigación.

De acuerdo con Manrique (2023), en su investigación “Audio-guía utilizando códigos de respuesta rápida, en el área “Coro de la Iglesia” del Museo Fray Pedro Gocial San Francisco, Quito-Ecuador”, su objetivo era desarrollar una audioguía para el museo el cual estuvo en el área del coro de la iglesia, utilizó el alcance descriptivo que lo aplicó a turistas mayores de 16 años de edad, esta investigación dio a conocer que la implementación de tecnologías como los códigos QR y páginas web proporcione información que facilita el recorrido autónomo a los visitantes, esto da nuevas formas de visitar el museo.

Campoverde & Huanga (2021), su estudio consistió en la elaboración de un plan de negocios para así crear una empresa de turismo cultural de audioguías de leyendas de la ciudad de Cuenca. Dentro de su metodología aplicó el enfoque cualitativo de corte descriptivo. También se usó un test de concepto y de precio, que se les aplicó a 30 personas de tres generaciones: Baby Boomers, generación X y millennials, para saber su distinta perspectiva de cada uno. Los resultados que tuvo este trabajo revelaron que las personas mostraron interés sobre la experiencia que iban a tener al conocer las leyendas y cultura de la ciudad mediante la audioguía en formato 3D. Con esto se demostró que la tecnología en la actualidad podía ser beneficiosa.

Por otra parte, Colcha (2023) desarrolló su investigación innovación tecnológica y patrimonio cultural material de la ciudad de Riobamba, ubicado en la provincia de Chimborazo, menciona que hoy en día las nuevas generaciones tienen diferentes maneras de interpretar las situaciones pasadas, por eso se adaptaron ciertas

innovaciones para así atraer y enseñar de una forma diferente. Este estudio tuvo como propuesta diseñar una audioguía que ayudara a mejorar la experiencia y fortaleciera el sentido de pertenencia en la ciudad de Riobamba, específicamente en los museos que representaban el patrimonio cultural. En la metodología que se utilizó fue la investigación documental, de campo y descriptiva, en conclusión, esto contribuyó a mejorar la experiencia del visitante dentro de los museos, generando un impacto positivo a su visita.

Para Panta et al. (2024), en su artículo planteó que la experiencia no es solo visitar un lugar, lo que es realmente es tratar de comprender lo que hay en ese sitio puede ser la cultura, personas o entornos naturales, el objetivo es establecer como la experiencia turística promueve un turismo sostenible en la Reserva Nacional de Lachay (RNL). Utilizó un enfoque fenomenológico cualitativo, asimismo empleó el método inductivo. Los resultados mostraron en la (RNL) brinda a los turistas la posibilidad de experimentar sensaciones mediante sentido auditivo y visual, esto le permite recorrer el sitio, comprender su importancia y su conservación.

Rivadeneira (2022) diseño de una experiencia turística cultural para el centro histórico de la ciudad de Riobamba en la provincia de Chimborazo, en este trabajo se identificó 130 atractivos en el lugar. Tiene como objetivo diseñar una experiencia turística para el centro histórico que está en la ciudad de Riobamba, se usó los métodos deductivos, analítico-sintético, en las cuales las técnicas fueron revisión bibliográfica y observación de campo. La conclusión fue posible crear dos experiencias que integraron elementos como la accesibilidad, participación, perspectiva y entusiasmo, con esto se espera generar un producto el cual logre posicionar en el mercado.

Por último en el estudio de Suárez & Yagual (2021) trata de un análisis de la experiencia del turista en la ciudad de Guayaquil a través de las teorías de las experiencias memorables, su objetivo se centra en diseñar estrategias que mejoren la experiencia de los turistas en Guayaquil. Tiene un enfoque cuantitativo con investigación descriptiva y se aplicó 200 encuestas a los turistas nacionales y extranjeros. Llegó a la conclusión que la creación de experiencias memorables en los turistas, al mismo tiempo sea una alternativa para que opten en visitar el destino y conozcan más de la ciudad, para que en un futuro se convierta en un factor que genere mayores ingresos en el sitio.

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

### ***Audioguía digital***

#### **1.2.1. Tecnología**

La tecnología se entiende como el conjunto de conocimientos, herramientas, procesos y técnicas que utiliza el ser humano para cambiar su entorno y cubrir sus necesidades. La historia muestra que la tecnología ha sido un elemento clave en el progreso de la sociedad, desde la mecanización industrial hasta la era digital contemporánea, que se distingue por la automatización y la conexión a nivel mundial (Li, 2023). Su desarrollo ha permitido que se mejore la productividad, que se optimice la comunicación y que surjan soluciones novedosas en todas las áreas de la actividad humana.

La tecnología facilita la comunicación, se adapta a las necesidades del usuario, involucra el uso de aplicaciones, programas, software o mejorar la realización de tareas. Tacuri (2023) explica que es una aplicación de conocimientos, habilidades y herramientas para poder resolver problemas prácticos y ampliar las capacidades humanas.

Por otro lado, la innovación tecnológica ha existido desde las primeras civilizaciones, cuando el ser humano empezó a crear instrumentos para solucionar problemas. No obstante, su influencia se hizo más evidente en la revolución industrial, cuando aparecieron grandes innovaciones como el ferrocarril, la máquina de vapor o la electricidad. La aparición del internet, la informática y los aparatos móviles en el siglo XX dio lugar a una nueva época tecnológica que relaciona la forma de comunicarse, vivir y producir (Angus, 2025).

En este sentido, la innovación tecnológica es importante porque impulsa el desarrollo económico y social. Por medio de ella se generan herramientas que fomentan la competitividad, promueven el desarrollo sostenible y simplifican las tareas cotidianas. A nivel laboral y educativo, también ayuda a que la información sea más accesible para todas las personas (Bratic et al., 2025).

Arcce & Piñan (2024) explica que la innovación tecnológica es el proceso que se crea, mejora productos o servicios utilizando tecnología. También se relaciona con diferentes procesos:

- ✓ Uno de ellos es creatividad el cual permite generar nuevas ideas que sean útiles o la invención es dar nuevas soluciones.
- ✓ Difusión da paso a que más personas conozcan lo que se está realizando, en la adopción es donde se ve si los cambio si se puede implementar o no, para la mejora continua, busca mejorar lo que ya existe.
- ✓ Por último, disrupción es una modificación en el mercado mediante tecnologías que son completamente nuevas.

De este modo, el sector turístico ha experimentado una profunda transformación gracias a la innovación tecnológica, que ha permitido la incorporación de herramientas que optimizan los servicios, mejoran la administración y enriquecen la experiencia del visitante. Su incorporación ha logrado que los destinos turísticos se transformen en modelos sostenibles, accesibles y personalizados. Los turistas pueden obtener información detallada, disfrutar de experiencias más interactivas gracias a las plataformas digitales, sistemas inteligentes y aplicaciones móviles (Bratić et al., 2025).

Mientras, Marques & Cunha (2024) menciona que las innovaciones tecnológicas en el sector turístico no solo optimizan la promoción de los atractivos, sino que también permite la recolección de datos que contribuyen a entender con mayor profundidad lo que el viajero necesita.

### **1.2.2. Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el turismo**

La tecnología de la información y comunicación (TIC) se definen como el conjunto de herramientas digitales que tiene como propósito administrar, analizar y distribuir información. Según Barba & Palacios (2018) explican que sirven para crear compartir y retroalimentar la información, lo que fomenta enfoques educativos más interactivos e innovadores.

Además, las TIC desempeñan un papel fundamental en la conexión de plataformas en línea, aplicaciones móviles, sistemas de reserva y herramientas de análisis de datos, esta integración impulsa la competitividad de los destinos al permitir ofertar servicios más eficaces y personalizados (Ionescu & Sârbu, 2024). Lo que facilita mejorar la comunicación entre las partes involucradas en el sector turístico (Gómez et al., 2023)

La integración de nuevas tecnologías está cambiando la forma en que los visitantes reciben la información, mejorando las experiencias al hacerlas más dinámicas e interactivas. De esta forma, Palacios et al. (2025) menciona que las tecnologías inmersivas enriquecen las experiencias de los visitantes, lo que indica como las TIC han pasado de ser simples herramientas para convertirse en elementos estratégicos en el turismo digital. Además, contribuyen a los destinos inteligentes porque permiten generar valor entre la oferta y la demanda.

Por otro lado, trata en mejorar la promoción y difusión de la información turística de los destinos mediante las estrategias de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), se centra en la innovación, en la visibilidad a los atractivos a través de medios digitales y redes sociales (Pesantes et al., 2023).

Las TIC tienen una diversidad de aplicaciones en el sector turístico. Como las plataformas de reserva en líneas y los metabuscadores han transformado la planificación de viajes, facilitando a los turistas comparen opciones, reducir gastos y mejorar su experiencia antes del viaje. Lile et al. (2025) menciona las plataformas interactivas, la publicidad dirigida y las redes sociales, son tácticas de comunicación digital que incrementan el reconocimiento de los lugares turísticos, lo que mejora la promoción del turismo.

Además, la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) se están adoptando cada vez más en museos, espacios naturales y centros patrimoniales como herramientas interpretativas, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de visualizar información contextual mejorada. Según Palacios et al. (2025) el RA y la RV se están estableciendo como herramientas estratégicas para desarrollar experiencias inmersivas, destacando su creciente aplicación en destinos turístico.

De acuerdo con Hernández et al. (2024) explica que las audioguías digitales, los códigos QR, la geolocalización y las visitas virtuales les permite a las personas experiencias autoguiadas que optimizan el acceso a la información lo que disminuyen los materiales impresos, contribuyendo a la sostenibilidad del destino.

### **1.2.3. Digitalización de información en turismo**

La digitalización de la información turística es también un proceso en el que los destinos convierten tradiciones y estáticos, como mapas, guías y folletos, en formatos digitales que se pueden utilizar y disponibles por medio de una gran cantidad de plataformas. Para Ordóñez et al. (2024) permitió incorporar actualización de datos en tiempo real, ser accesible para varios turistas, añadir elementos multimedia, fomentar la participación de los usuarios mediante las reseñas, comentarios y la publicación de fotos.

Según Vidal et al. (2024) explica que la aceptación de las tecnologías digitales son útiles para las organizaciones turísticas, permiten que tengan información basándose en los datos que puede ser por el comportamiento del visitante o necesidades, lo que facilita tomar decisiones y así crear estrategias. Otro aspecto importante es la gobernanza de los datos, con la ayuda de tecnologías como los gemelos digitales (digital twins) y el análisis de macrodatos pueden modelar su actividad turística, predecir patrones de movimientos y mejorar la asignación de recursos. Al mismo tiempo, tienen la capacidad de tratar temas relevantes como la privacidad de los datos y la sostenibilidad medioambiental.

Por ende, esta digitalización fomenta no solo una mayor transparencia y eficacia, sino también el progreso de los destinos inteligentes. En estos lugares inteligentes, la tecnología, el análisis de datos y la implicación de las partes involucradas se combinan para generar una experiencia turística innovadora. Y más respetuosa con el medio ambiente (Myrovali et al., 2025).

### **1.2.4. Herramientas digitales para la interpretación turística**

Las herramientas digitales significan que son aplicaciones o plataformas digitales, el cual tiene como finalidad de ser utilizado para diferentes actividades que facilita y enriquece el aprendizaje.

Además, consiste en desarrollar conocimientos, competencias y destrezas a través de la interacción de manera individual o grupal (Del Pezo, 2015).

De esta forma, la interpretación turística puede entenderse como un enfoque educativo estratégico que busca transmitir a los turistas la importancia del patrimonio. No solo proporcionando información, sino también fomentando vínculos emocionales e intelectuales con los recursos patrimoniales. Según Gándara (2023) explica que es un procedimiento que consiste en crear significado por medio de la experiencia, la comunicación y la participación.

La interpretación del patrimonio implica el uso de diversas herramientas, plataformas y recursos para transmitir eficazmente la importancia de ese patrimonio a los visitantes (Becerra & Rojas, 2020). Cada uno de estos medios interpretativos influyen en la experiencia de lo visitante, existen muchos tipos de métodos que puede utilizar a continuación se explica cada uno:

✓ **Los paneles interpretativos:** tienen como función explicar los valores de un lugar determinado. Los más impactantes son aquellos diseñados para atraer a los visitantes, responder a sus preguntas y estimular su reflexión. Por lo tanto, el manual indica que pueden ser muy útiles para informar al público sobre los aspectos interesantes de cada área protegida. Es importante considerar ciertos aspectos clave: en primer lugar, se debe animar a los visitantes a reflexionar sobre un tema específico, explicar los puntos de interés mediante comparaciones y despertar el misterio y la expectación. Sobre todo, es crucial evitar crear falsas expectativas en los visitantes (Ministerio de Ambiente, 2011).

✓ **Folletos:** son materiales impresos que pueden llevarse a cualquier parte, contienen texto, imágenes o mapas relacionados con el destino que visita. Desde hace mucho tiempo son herramienta de interpretación estándar debido a que brindan información clara y concisa para ayudar a los visitantes durante sus exploraciones. Los folletos son útiles para facilitar las visitas autoguiadas con explicaciones detalladas. Su adaptabilidad a diferentes idiomas permite que la información sea accesible incluso en ausencia de un guía (Kekutt, 2019).

✓ **Guías o intérpretes:** son importante por los conocimientos técnicos e incluye sólidas habilidades comunicativas. Las investigaciones sobre las habilidades comunicativas de los guías turísticos revelan la necesidad de contar con habilidades especializadas para adaptar sus presentaciones a públicos diversos, utilizan métodos interpretativos que estimulan el pensamiento de los visitantes y la creación de un significado personal (Pino et al., 2019).

✓ **Audioguía digital:** son grabaciones de audio que se pueden conseguir a través de dispositivos o aplicaciones móviles. Permiten que los visitantes se muevan a su propio ritmo mientras escuchan explicaciones detalladas. Esto crea una experiencia personalizada y atractiva al combinar la autonomía con el recorrido (Manrique, 2023).

✓ **La página web:** es un documento digital el cual forma parte de un sitio web donde se puede acceder y ver la información mediante el navegador de internet. Esto puede contener audios, imágenes o texto, para que funcione la página web se necesita el dominio que se trata del nombre del usuario y el hosting que es el archivo donde se almacena la indagación en línea (Carmen Guadalupe, 2021). Por otra parte, las redes sociales se han transformado en una herramienta esencial para comprender el patrimonio, las comunidades y los visitantes intercambio información sobre los valores culturales o naturales de manera atractiva e inmediata. Estas plataformas como Facebook, X, Tik Tok entre otras, son útiles no solo para difundir datos, sino también compartir información (Liang, 2021).

✓ **Dispositivos móviles:** desde los años 90 las personas comenzaron a utilizar en su vida diaria los dispositivos móviles. Permiten enviar mensaje, llamadas, navegar por internet, tomar fotos, escanear, entre otras cosas. Son herramientas importantes por el acceso a la información y la comunicación que se da mediante teléfonos inteligentes o tabletas (Chacaguasay & Suarez, 2017). Además, Son aplicaciones que han sido creadas con el fin de funcionar en dispositivos móviles (teléfonos o tabletas). Proporcionan información interpretativa (texto, audio, video y mapas) directamente a los visitantes, incluso mientras se encuentran en el lugar.

Al estar incorporadas en el dispositivo de los turistas, facilitan la actualización de contenido sin que sea necesario volver a imprimir materiales físicos, lo cual fomenta la responsabilidad ambiental (Hernández et al., 2021).

✓ **El código QR (respuesta rápida):** se refiere a un tipo de código de barra bidimensional, esto almacena información, tiene una forma cuadrada se diferencia por sus patrones oscuros y claros en tres de sus esquinas. Se puede utilizar impreso o mostrarlo por una pantalla digital, los dispositivos que se puede utilizar son una cámara móvil o software adecuado y tiene un acceso que no es complicado de manejar (Montes, 2021).

### **1.2.5. Herramientas digitales interpretativas**

Los recursos tecnológicos de interpretación son herramientas digitales que permiten transmitir los significados de las herencias cultural, natural o mixta de forma inclusiva, interactiva y dinámica. Estas herramientas no se limitan a reproducir datos de manera sencilla, sino que, al introducir elementos multimedia, interactividad y rasgos de accesibilidad, convierten la experiencia del visitante. Por ejemplo, la realidad aumentada (RA) se ha convertido en una tecnología muy potente porque permite que los visitantes aprecien la historia, reconstrucciones de ambientes pasados o procesos naturales que no son visibles, lo que mejora su comprensión del lugar (Bernad, 2020).

Las plataformas contemporáneas también incorporan la narración digital, consiste en narrar historias que combina diferentes tipos de lenguajes los cuales son imágenes, videos, textos o animaciones, esto llama la atención del público porque es más dinámicos, interactivo e innovador. También es importante, ya que genera una experiencia a la audiencia y establece un vínculo emocional con la información que se cuenta (Acosta, 2015).

Asimismo, Cahyani et al. (2023) explica que el storytelling es importante para la comunicación del patrimonio, porque fortalece el interés del turista a comprender la información que se relata. Contribuye que el contenido se adapte a diferentes públicos ya sean para personas con discapacidad visual, auditivas o de aprendizajes. Además, las personas pueden tener acceso a la información que está compartiendo.

Esto demuestra que las herramientas digitales interpretativas son fundamentales para el turismo actualmente. No solo transmite saberes, las personas tienen la posibilidad de conectar con el patrimonio directamente, se despiertan emociones, se estimula la participación comunitaria y se impulsa la conservación desde una perspectiva más moderna e inclusiva.

#### **1.2.6. Audioguía digital**

Una audioguía tradicionalmente es un recurso auditivo, pero actualmente se denomina herramienta educativa y comunicativa que los turistas pueden tener durante su recorrido que esté realizando en un sitio, también puede incluir audio o descripciones y ser accesible para las personas. Brinda información que detalla el lugar, obras de artes u objetos con esto busca enriquecer la experiencia del usuario (Bueso & José, 2017).

Las audioguías mediante el pasar del tiempo han evolucionado con el propósito de mejorar la experiencia del visitante y facilitar el acceso a la información. Ha estado vinculado al desarrollo de los dispositivos de reproducción de audios y sus correspondientes soportes. El primer dispositivo fue el fonógrafo en 1877, donde se utilizaba discos de vinilo para reproducir el sonido. Con el tiempo se desarrolló los tocadiscos, casetes y walkmans que en su momento revolucionaron (Rodríguez, 2022)

Asimismo, Rodríguez (2022) mencionó que el hardware es el conjunto de elementos físicos que componen un sistema informático que va cambiando con el tiempo. Antes los sistemas de reproducción eran grandes y pesados, esto representó un problema por lo difícil que era de usar debido a su tamaño y peso lo que resultó incómodo para los visitantes. Otro avance importante fue el casete que ofrecía un formato de grabación en cualquier momento y una dura 120 minutos. No obstante, se presentaba desventajas que tenían que rebobinar para localizar una pista específica. Esto llevó a la introducción de los Walkmans esta idea surgió para mejorar la reproducción de cintas y así facilitando el transporte y uso individual. Explica que surgieron nuevos dispositivos como el CD (discos compactos) esto representó un nuevo avance tecnológico, ya que permitió que los turistas podían seleccionar libremente las pistas y repetirlas sin necesidad de rebobinar. En 1979, también apareció el MP2, pero no duro mucho porque salió el MP3 en 1994, este marcó un

antes y un después en la reproducción del sonido. Permitió reducir el espacio que ocupaban los archivos de audio uniendo contenido variado en un solo reproductor.

De esta manera, la interpretación sonora, que se realiza a través de audioguías, es una forma de comunicación que enriquece la experiencia del visitante al permitirle el acceso al conocimiento sin depender exclusivamente del sentido de la vista. Asimismo, la incorporación de elementos auditivos que orientan la atención estimula la imaginación y fortalecen el vínculo emocional con el contenido presentado en el entorno. Cuando el visitante escucha una narración que explica, describe e interpreta lo observado, la persona crea significados personales, lo que cambia la visita en una vivencia más importante y reflexiva.

Por otro lado, el procesamiento de la información que se produce durante el uso de una audioguía puede llevarse a cabo en distintos niveles, como la atención que se centra en elementos visuales, formatos, colores, brillo o volumen. No obstante, la información auditiva promueve una reflexión más detallada, así pueden entender y relacionar lo que escuchan con su propio conocimiento y vivencias previas. Este tipo de procesamiento se vincula con una mayor capacidad para comprender y recordar la información que se ha recibido, porque activa la memoria autobiográfica. Con esto las audioguías no simplemente transmiten información, sino que promueven el sentimiento y la memorización, lo que contribuye a la experiencia interpretativa sea más valiosa y enriquecedora (Hutchinson & Eardley, 2021).

De esta forma, Bertens & Polak (2019) menciona que las características de una audioguía determinan la utilidad como herramienta interpretativa, su diseño tiene un impacto directo en cómo los visitantes comprenden, perciben y recuerdan los contenidos. A continuación, se presentarán las características que se identificaron:

**Tabla 1.** *Características de una audioguía digital.*

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
Relación con el usuario y la audioguía	La experiencia mejora cuando la audioguía guía sin imponer, lo que permite al visitante reflexionar e interpretar por su cuenta el entorno o los elementos que está observando.
Voz que percibe	El tono de voz influye en la conexión emocional con el visitante.
	El uso de sonidos ambientales, tridimensionales o efectos auditivos genera una experiencia más

Ambiente sonoro e inmersión	personal y emocional. Este tipo de ambiente permite que el visitante ingrese en la historia del entorno que está contando.
Autonomía interpretativa	Es esencial que el usuario de la audioguía tenga la posibilidad de escuchar a su propio ritmo y comprender las cosas a su manera.
Función en la memoria	Las audioguías ayudan a construir recuerdos que fortalecen el vínculo con el entorno.

**Fuente:** Bertens & Polak (2019)

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### 1.2.7. Tipos de audioguías

A continuación, se mostrará una tabla donde explique los diferentes tipos de audioguías y nuevos dispositivos que hay actualmente.

**Tabla 2.** *Tipos de audioguías en la actualidad.*

Tipos	Características	Utilidad
Smartphones, móviles, celulares.	Pantalla táctil. Tiene un sistema operativo que permite navegar a través de internet. Se puede descargar mediante archivos, apps entre otros.	Permite almacenar archivos de audio o video. Se puede utilizar mediante audífonos y funciona como audioguía.
Gafas y visor 3D	Serie de imagen a una gran velocidad y permite ver contenido de forma inmersiva.	Generan una sensación tridimensional en el turista.
Apps	Esta aplicación de audioguía funciona como una guía turístico personal gratuita.	Lo pueden utilizar en su propio dispositivo y acceder al instante con una sola descarga.
Dispositivos Palms (Pantallas táctiles).	Es una pantalla táctil.	Permite al turista elegir personalmente el contenido que desea, tiene acceso a internet y almacena datos.
Dispositivos interactivos con contenido multimedia	Incorporan videos o imágenes al audio de cada una de las pistas y facilitan la ubicación en el museo del turista.	Los visitantes pueden elegir entre varios idiomas diferentes.
Grabadoras de audio digitales	Tienen micrófonos incorporados.	Se pueden usar como interfaz de audio USB.
Dispositivos de guiado inalámbrico (Radioguías, sistemas whisper)	Es un sistema operativo compuesto por un transmisor inalámbrico que envía señales a dispositivos receptores.	Comunicación entre el guía y los turistas sin necesidad de estar cerca.

**Fuente:** Rodríguez (2022)

### **1.2.8. Importancia de la audioguía digital en el sector turístico**

En el sector turístico, la audioguía digital permite que el turista aproveche mejor su visita en el destino, brindándole un recorrido más autónomo y facilitando la comprensión del lugar. Esta herramienta se destaca por ofrecer accesibilidad a recursos culturales e intelectuales de los museos. Promueve la observación y el pensamiento crítico, mejora la comunicación de los visitantes con el sitio. Por ello, el uso de audioguías en turismo comenzó en el siglo XX, concretamente en 1952 con el Museo Stedelijk de Ámsterdam, donde se utilizó por primera vez esta herramienta mediante circuito cerrado de radio.

Con el tiempo, los sistemas digitales que conocemos hoy han evolucionado, volviéndose más cómodos y prácticos. La digitalización se ha convertido en un factor clave en el turismo tras la pandemia. Las TIC son un pilar fundamental para garantizar la satisfacción y fidelización del turista, siendo las audioguías un recurso innovador alineado con esta tendencia, haciendo la experiencia turística más completa y atractiva (Cevallos, 2022).

### **1.2.9. Experiencia turística**

La experiencia turística no es solo lo que se ve sino trata de lo que se siente y se piensa, lo cual involucra aspectos físicos, emocionales, sensoriales entre otros. Esto influye en el turista porque genera felicidad por diferentes actividades que va a realizar o experimentar. Un turista que visita un destino no solo realiza un viaje físico, sino también interior. Lo importante es cómo percibe el lugar, sus interacciones con la gente y el impacto subjetivo que le genera, lo que crea una impresión personal única. Además, esto depende de diversos factores, ya que cada visitante construye su propia experiencia vacacional, lo que convierte al viaje en algo de mayor o menor significado.

En los últimos años, este tipo de experiencia ha sido profundamente transformado por nuevas formas de interacción, en particular aquellos que incorporan elementos sensoriales, narración de historia y tecnología. Según Mullo & Vázquez (2019) vivencias que realmente son importante surgen cuando los visitantes tienen la capacidad de establecer una conexión emocional con un sitio por medios de estímulos diseñados con cuidado. Estos estímulos deben ser capaces de relevar su significado fomentar una comprensión más profunda del entorno.

Desde esta perspectiva, el diseño de la experiencia se vuelve esencial, la inmersión, el visitante aumenta por varios elementos. Guan et al. (2023) explica que, al combinar las narrativas y las experiencias sensoriales, una visita se convierte en una historia viva, esto permite que cada persona crea su propio significado mediante la interacción con el ambiente. Esta perspectiva muestra que la experiencia turística se compone y percepciones personales, las cuales son influenciadas por los que se escucha, se ve y se comprende durante el viaje.

#### **1.2.10. Factores de la experiencia turística**

Los factores que conforman la experiencia de los turistas están relacionados con el nivel de independencia que el visitante tiene durante su viaje. De acuerdo con Predescu & Mocanu (2025b), menciona que se refiere a la capacidad del viajero para planificar y manejar su itinerario sin la necesidad de un guía turístico. Esta modalidad permite que siga su propio ritmo, fomentando así una experiencia más personalizada y libre. Esto fortalece la sensación de control y satisfacción, esto incrementa el disfrute y el compromiso del turista, así el destino o la actividad que se está realizando.

De esta manera, García & Jiménez (2022) menciona, que la motivación del turista es el componente esencial de cualquier experiencia de viaje, determina las expectativas del viaje y el sentido general durante el viaje. Estos motivos pueden incluir la exploración cultural, el contacto con la naturaleza, actividades recreativas, la interacción social o la brusquedad de experiencias nuevas, están conectadas con la satisfacción total del visitante.

En los últimos años, ha cambiado el comportamiento del consumidor. De acuerdo con Ho et al. (2024) los turistas ahora buscan experiencia personalizada, seguras y sostenibles. Esta adaptación en la conducta implica que la tecnología tiene un impacto significativo en como buscan, seleccionan y expresan su opinión acerca de los destinos, lo cual a su vez afecta como se organizan y ofrecen esas experiencias.

Por otro lado, la experiencia de un turista no depende en conocer el sitio. Más bien se trata de una interacción compleja entre diferentes componentes que constituyen el viaje e impactan en los sentimientos, el aprendizaje y la apreciación general. La accesibilidad es uno y estos elementos esenciales para que los visitantes

estén satisfechos. Si los turistas tienen dificultades para llegar un lugar o se enfrentan a un transporte o unas infraestructuras inadecuadas, su experiencia disminuye.

En este contexto, el valor de una experiencia no proviene solamente del contenido en sí, sino también de la manera en que se presenta. De acuerdo con Mullo & Padilla (2019) cuando los métodos interpretativos consiguen unir la experiencia del visitante con componentes culturales, naturales, simbólicos o narrativos que muestran el sentido oculto detrás del sitio. Esta perspectiva es fundamental para comprender por qué las herramientas digitales, se convierten en activos que mejoran la experiencia. Ofrecen acceso a datos organizados y comprensibles ajustados al ritmo del usuario, lo que fomenta un viaje más enriquecedor y personalizado.

#### **1.2.11. Turismo en el cantón Salinas**

El cantón de Salinas es considerado uno de los destinos turísticos más atractivos de la provincia de Santa Elena. Este destino ofrece una variedad de paisajes, gastronomía y lugares para disfrutar del sol y playa. Las principales fuentes de ingresos provienen de actividades económicas como el turismo, que tiene un gran potencial que lo convierte en la principal fuente de ingresos que contribuye al desarrollo local. La pesca artesanal es otra actividad que genera un mayor porcentaje de empleos gracias a los puertos de Salinas, Anconcito y Santa Rosa, conocidos por desembarques y venta de pescado. También existe el comercio, actividad complementaria a la que se dedican muchos habitantes (Lerqué, 2022).

#### **1.2.12. Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE)**

Fue creada el 23 de septiembre de 2008, se encuentra en el cantón Salinas provincia de Santa Elena. Esta área natural es una de las 78 que conforman el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP). Cuenta con varios lugares para visitar, como La Chocolatera, La Lobería y el mirador El Morro. Se registran siete formaciones vegetales: arrecifes rocosos, aguas costeras, acantilados, playas arenosas y mixtas, matorral seco de tierras bajas, matorral seco litoral y espinal litoral (Plan de Manejo de Visitantes PMV, 2025).

### 1.2.13. Señalización en áreas protegidas

La señalización en los espacios de usos públicos es una herramienta importante para la gestión de áreas protegidas. Esto permite tener en cuenta las necesidades de información, conservación, orientación, educación entre otros. También promueven y fortalece la conciencia ambiental de los visitantes. Hay que señalar que es esencial una adecuada planificación, diseño, construcción y la instalación son significativos (Ministerio de Ambiente, 2011).

Posteriormente, el Manual de Señalización de Áreas Protegidas del Estado menciona que existen 12 tipos diferentes de señales que debe tener un área protegida, las cuales son las siguientes:

**Tabla 3.** *Tipos de señales.*

<b>Tipos de señales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Señales de bienvenida para los turistas.</li> <li>▪ Señales de aviso de llegada.</li> <li>▪ Señales para la orientación para los visitantes.</li> <li>▪ Señales de sendero de como inicia.</li> <li>▪ Señales para que puedan identificar los sitios o la infraestructura que tiene el área protegida.</li> <li>▪ Señales de tarifas de ingreso e información botánica.</li> <li>▪ Señales de precaución.</li> <li>▪ Señales de despedida.</li> <li>▪ Señales interpretativas</li> </ul>

**Fuente:** Ministerio del Ambiente (2011)

**Elaborado:** Game Pozo Noemi Mabel

En la reserva REMACOPSE se han identificado actividades relevantes, entre ellas la observación de fauna silvestre. Aquí se puede disfrutar del avistamiento de ballenas, tortugas, senderismo y ecoturismo, se observan paisajes, bosque seco y playas donde se pueden realizar caminatas interactivas y observar aves. Finalmente, existen actividades que se realizan en zonas donde los visitantes practican este deporte, como el surf o la pesca recreativa, entre otras.

Esta área ofrece la oportunidad de desarrollar proyectos sostenibles, generar empleos y fortalecer la economía local. A continuación, se presentarán detalles sobre la señalización de la reserva.

**Tabla 4.** Señaléticas que actualmente existente.

Infraestructura	Sitio y código de los atractivos	Clase	Categoría	Entorno PMV
Señalética	REMACOPSE – AA1	Direccionales Reguladoras Orientadoras identificativas	Direccionales Preventivas Bienvenida Áreas administrativas	Rústico Natural
	REMACOPSE – AA	Orientadoras Reguladoras Direccionales Identificativas	Mapas de ubicación Prohibitivas Direccionales Otros servicios	
	REMACOPSE – AA3	Reguladoras Direccionales	Preventivas Direccionales	
	REMACOPSE – AA	Reguladoras Direccionales	Direccionales Preventivas	




**Fuente:** Plan de Manejo de Visitantes PMV (2025)


**Elaborado:** Game Pozo Noemi Mabel

En la REMACOPSE existe senderos donde los turistas pueden recorrer mientras visitan el lugar a continuación, se mostrará los senderos existentes dentro de la reserva para acceder a cada punto:

**Tabla 5.** Senderos de la REMACOPSE

Sendero	Sitio de visita	Descripción
Chocolatera (500m) El Morro a la chocolatera(1700m)	<b>Chocolatera</b>	El sitio de visita la chocolatera nos explica cuáles son los 5 atractivos que son: mirador El soplador, mirador La Chocolatera, mirador El Gaviotín, mirador El Puntilla y mirador el Faro , de acuerdo a la método ROVAP (la metodología rango de oportunidades para visitantes en áreas protegidas) es un entorno natural rústico, las actividades permitidas son la

		<p>observación de flora y fauna, fotografía paisajística y vida silvestre, ciclismo, se puede realizar actividades culturales (casa abiertas, ferias, bailes folclóricos) e igualmente la investigación científicas que tiene fines turístico.</p> 
Tres cruces (1700m)	<b>Tres cruces</b>	<p>En este sitio se puede observar paisajes y ecosistemas costeros, ver la eclosión de tortugas marinas con acompañamiento de guardaparques, avistamiento de fauna marina.</p> 
Sendero la lobería (120m)	<b>Punta Brava</b>	<p>Este incluye dos atractivos: el mirador La Lobería y la playa La Lobería. Muchos visitantes acuden aquí para observar lobos marinos, fotografiar la flora y fauna costera y practicar surf en las zonas designadas. Cabe destacar que cuenta con estacionamiento, un mirador y zonas de separación de residuos.</p> 

Candelabro(600m)	<i>Cerro El Morro</i>	<p>Este sitio turístico ofrece dos atractivos: el sendero del Candelabro y el mirador de la Ballena. Se encuentra dentro del escenario rústico natural, ofrece vistas panorámicas del área protegida, se pueden practicar senderismo y fotografía, entre otras actividades.</p> 
------------------	-----------------------	---

**Fuente:** Plan de Manejo de Visitantes PMV (2025)

**Elaborado:** Game Pozo Noemi Mabel

### 1.3. Fundamentos legales

El siguiente punto se centra en el marco legal para la indagación y así dar una base legítima de ética sobre los artículos que está relacionado con este trabajo de investigación. Según indica la Constitución de la República del Ecuador (2008), todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: con el numeral 2 El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación (Art. 14).

Indica que la Ley de Turismo (2020), los principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de descentralización;
- c) Fomento de la infraestructura nacional y mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la presentación de servicios turísticos, en los términos previstos esta Ley de sus Reglamentos (Art. 3).

Según menciona Código Orgánico del Ambiente (2017), la regulación de las actividades de conservación, manejo y restauración para la generación de servicios ambientales. Quienes por su acción u omisión permiten la conservación, manejo sostenible y restauración de los ecosistemas y con ello contribuyan con el mantenimiento de función ecológica, su resiliencia y por ende el flujo de los servicios ambientales, podrán ser retribuidos, de conformidad con los lineamientos que dice la Autoridad Ambiental Nacional.

Además, indica que la Autoridad Ambiental Nacional garantizará que todas estas actividades se realicen en términos justos, equitativos y transparentes considerando las formas asociativas de economía popular y solidaria. Se desarrollarán incentivos para promover las iniciativas de investigación, desarrollo e innovación para la conservación, uso de manejo de los servicios ambientales (Art. 85).

El Código Orgánico del Ambiente (2017), la conservación de la biodiversidad se puede realizar en su entorno natural o fuera del sitio, en función de sus características ecológicas, el grado de endemismo y el nivel de amenaza de extinción. Busca proteger el patrimonio biológico frente a la pérdida de diversidad genética, acorde a la política formulada por la Autoridad Ambiental Nacional (Art. 31).

La Ley Orgánica de Comunicación (2019), derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo (Art. 1).

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021), es garantizar el derecho de las personas respecto a sus datos personales. Asegurando que cada individuo pueda acceder a su información y decidir sobre su uso. También tiene que contar con un mecanismo que garanticen su resguardo, principios, derechos y obligaciones. Todo esto es para salvaguardar la información personal (Art. 1).

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1. Diseño de la investigación**

Este estudio utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. El enfoque cualitativo permitió entender con mayor detalle el entorno y la experiencia turística en la reserva, considerando específicamente tres atractivos turísticos la Chocolatera, La Lobería y mirador el Morro. Se utilizó, para este propósito, una ficha de observación que permitió registrar como estaban los recursos interpretativos existentes y observar cómo los visitantes interactuaban con ellos. Con esta técnica fue más fácil identificar las oportunidades de mejora, debilidades y fortalezas en la gestión de información turística, facilitando una visión detallada del entorno real y necesidades de los visitantes.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo es aquel que emplea información numérica y medible para determinar conexiones objetivas entre variables (Hernández et al., 2014). Se aplicó encuestas estructuradas a los visitantes de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE), lo que facilitó la recopilación de información acerca de la aceptación y disponibilidad para utilizar una audioguía digital. Se llevó a cabo un análisis estadístico de los resultados, ayudando a establecer con claridad si la audioguía digital era adecuada y sí podía implementarse con éxito.

El diseño de la investigación fue no experimental transversal y de alcance descriptivo, debido a que no alteraron las variables, sino que la situación fue observada tal cual ocurrió en la realidad. Asimismo, el estudio fue de carácter transversal, lo que significa que se recopilaron de datos confiables en un periodo específico que contribuyó como base para el desarrollo de la propuesta.

#### **2.2. Métodos de la investigación**

Al ser esta, una investigación de tipo cuantitativo, el método deductivo es el más apropiado para este enfoque, porque se tomaron teorías y concepto general sobre tecnologías, audioguías digitales y experiencia turísticas. De acuerdo Morán &

Alvarado (2010), el procedimiento se fundamenta en la utilización de teorías o principios generales ya aprobados para aplicarlos a circunstancias o casos particulares, con el objetivo de generar explicaciones sólidas y organizadas. Se diseñó una propuesta enfocada en mejorar la experiencia turística de los visitantes durante el recorrido mediante una herramienta, la cual es una audioguía digital.

Por otra parte, se aplicó un método inductivo, porque se detectaron necesidades específicas en la experiencia turística de la reserva a través del uso de encuestas a visitantes y de las fichas de observación en campo. Con esto permitió proponer una audioguía digital basada en la observación que da respuesta a las problemáticas. Por otro lado, se llevó a cabo un estudio bibliográfico garantizó la originalidad del tema por medio de diferentes fuentes de información como artículos, tesis, libros o documentos relacionados con la investigación.

### **2.3. Población y muestra**

Considerando que la población de objeto de estudio correspondía al número de visitantes durante el periodo de recolección de datos, se tomó el feriado del día de trabajo del 2025 con un total de 11.112 turistas que ingresaron a la reserva a conocer los tres atractivos. Según datos proporcionados por la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla De Santa Elena (2025).

Posteriormente, se determinó el tamaño de la muestra a través de un muestreo aleatorio simple de tipo probabilístico para escoger a los participantes, puesto que cada visitante tenía la misma probabilidad de ser parte de la muestra. Este tipo de muestreo permitió la obtención de una cantidad representativa de participantes, asegurando que los resultados fueran reflejados. La fórmula de muestreo para población finita fue utilizada para determinar el tamaño de la muestra (Bernal, 2010):

**Donde:**

**N**= Población 11.112 turistas

**Z**= Nivel de confianza (1.96)

**e**= Margen de error (0,05)

**p**= Probabilidad de ocurrencia (0,5)

**q**= Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

**n**= ?

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 11.112 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2(11.112 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 11.112 \cdot 0.25}{0.0025(11.111) + 0.9604}$$

$$n = \frac{10675.596}{27.7775 + 0.9604}$$

$$n = \frac{10.675.596}{28.7379}$$

$$n = 371 \text{ encuestas}$$

#### 2.4. Recolección y procesamiento de datos

Para realizar la investigación, se validaron los instrumentos a través de una revisión por parte de expertos, para el estudio cualitativo y cuantitativo. Este proceso no solo brindó un enfoque más amplio del conocimiento actual, sino que también facilitó la organización, la estructura de los contenidos y como delimitar la problemática. Contrastar los resultados de otros estudios nos dio más profundidad a la perspectiva de la investigación.

Consecuentemente, se realizó la investigación de campo. En esta, se aplicaron encuestas a los turistas que visitaron tres atractivos turísticos de la reserva. Además, se empleó una ficha de observación para documentar como está el estado actual de la reserva y los recursos interpretativos. Antes de implementar la encuesta de manera definitiva, se realizó una prueba piloto. Esto permitió saber si la audioguía digital era viable y mejorar la claridad del instrumento, lo que aseguró la confiabilidad de los datos recolectados. Se empleó Microsoft Excel para procesar y tabular los datos, generando tablas y gráficos que ayudaron analizar los resultados.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Análisis de datos

#### 3.2. Resultados de encuesta aplicada

- ✓ Género de los turistas encuestados

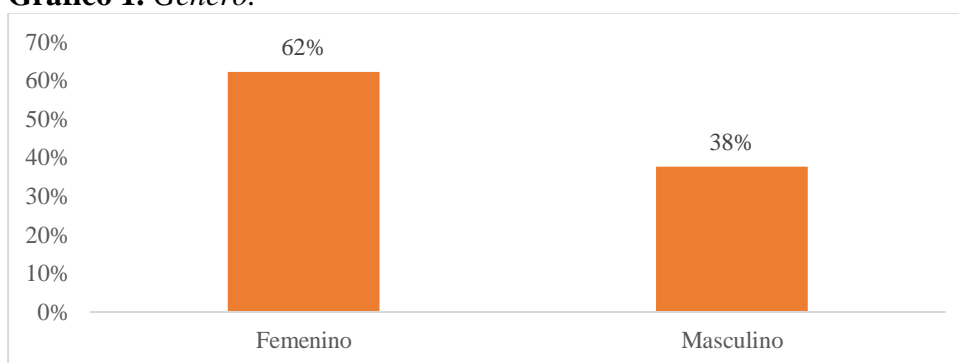
**Tabla 6. Género.**

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Femenino	231	62%
Masculino	140	38%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 1. Género.**



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

#### **Análisis e interpretación:**

Se observa que el mayor número de visitantes recae sobre el género femenino con un porcentaje del 62 %, mientras que el género masculino con un 38 %. Este resultado denota una mayor afluencia de mujeres dentro del total de turistas que visitan la reserva, confirmando la tendencia de que las mujeres muestran un interés creciente por conocer el área protegida natural que está en el cantón Salinas. De acuerdo al Plan Provincial de Turismo (2023) el 50,62 % corresponde al género femenino, indicando que están más motivadas en conocer los destinos y tener experiencia mostrando interés en el turismo en la provincia. Por otro lado, es el género masculino con un 48,38 % de turistas, ellos también visitan lugares, pero tienen menor participación en las actividades.

✓ *Nacionalidad de los turistas encuestados*

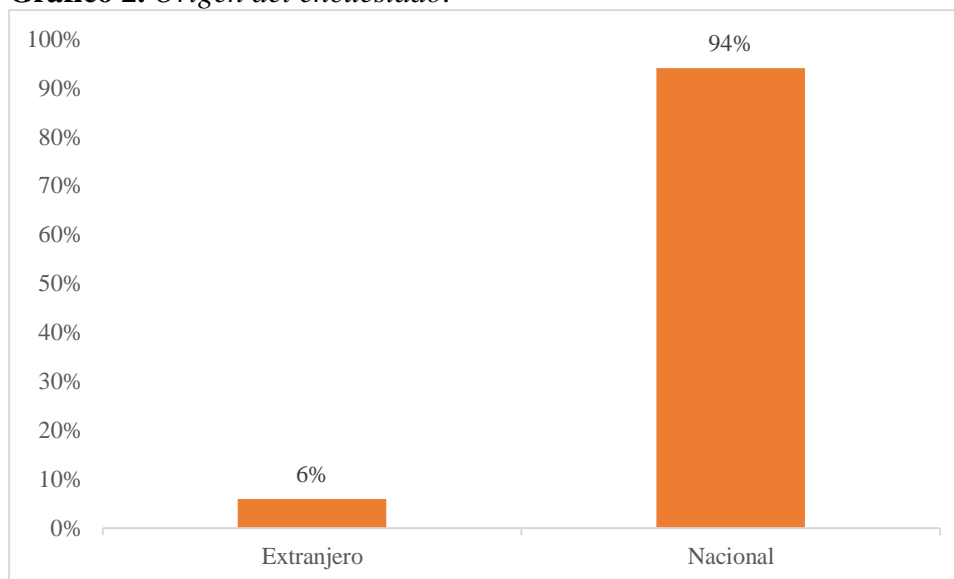
**Tabla 7.** *Origen del encuestado.*

<b>Resultado</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Extranjero	22	6%
Nacional	349	94%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 2.** *Origen del encuestado.*



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Análisis e interpretación:**

En cuanto a la procedencia se observa que, del total de los encuestados, el 94 % son de nacionalidad ecuatoriana mientras que el porcentaje menor son turistas extranjeros. Esto concuerda con los datos proporcionado de la última publicación del Boletín turístico 005 muestra que la mayor parte que visitaron la reserva son personas del país con un total 9,98 % de visitante, sin embargo, el menor fue 1,2 % de turista internacionales que fueron a conocer la reserva (OTS, 2025). Estos resultados indican que la mayor afluencia en la reserva por turistas del país puede deberse a la cercanía geográfica, costos de transporte y el desnivel por la promoción internacional de la reserva.

✓ ¿Qué fue lo que más le motivo a visitar la reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena?

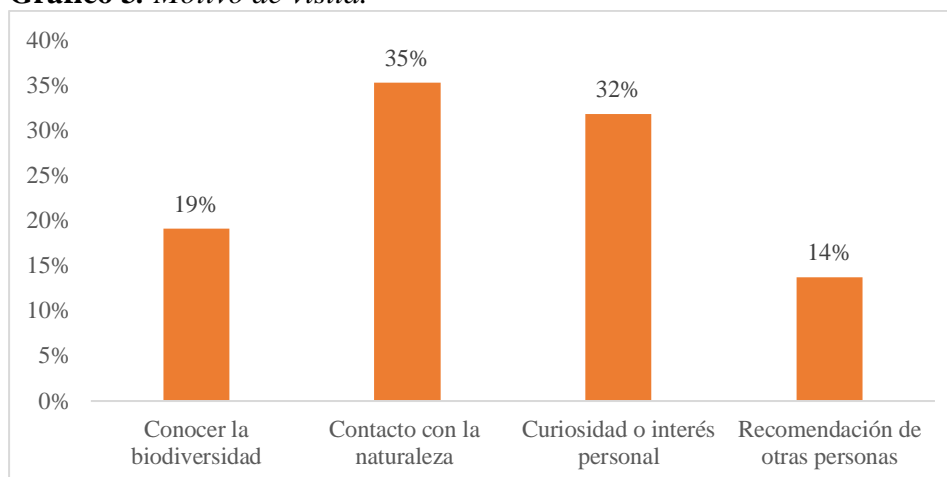
**Tabla 8.** Motivo de visita.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Conocer la biodiversidad	71	19%
Contacto con la naturaleza	131	35%
Curiosidad o interés personal	118	32%
Recomendación de otras personas	51	14%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 3.** Motivo de visita.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

La mayor motivación para los turistas al visitar la reserva es el contacto con la naturaleza, seguido de la curiosidad o interés personal por conocer la reserva con un 32 % del total de visitantes, por el contrario, para un 14 % de los visitantes va por recomendación de otras personas. Estos resultados confirman que la principal motivación para los visitantes es aprender de la naturaleza y descubrir de que se trata el lugar, explorar o escapar del entorno urbano, impulsan actividades como observar especies, paisajes o tomar fotografía para capturar momentos inolvidables, refleja conexión con el medio natural al tener experiencias valiosas y enriquecedora (Wan et al., 2024).

- ✓ ¿Le gustaría tener acceso a una audioguía digital que explique los puntos de interés durante su recorrido?

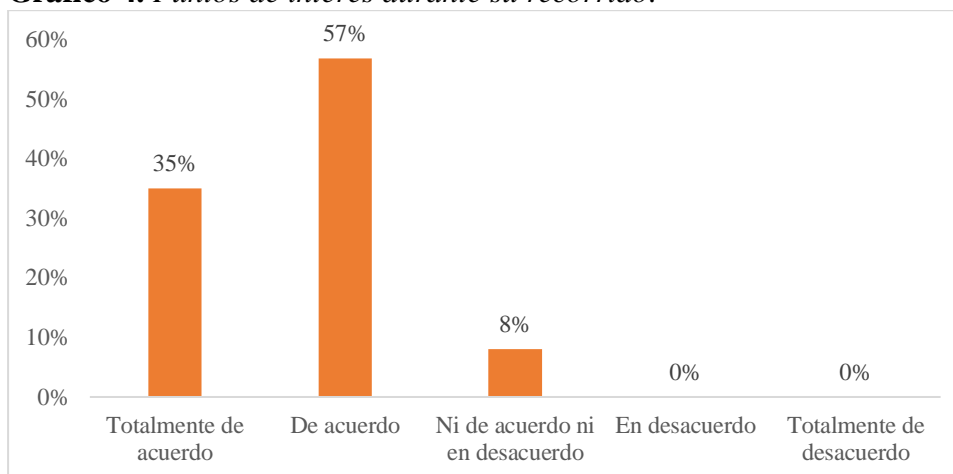
**Tabla 9.** Puntos de interés durante su recorrido.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	130	35%
De acuerdo	211	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	8%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente de desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 4.** Puntos de interés durante su recorrido.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

La siguiente pregunta formulada a los participantes de la encuesta, señala que el 57 % de los encuestados están de acuerdo con tener acceso a la audioguía digital que explique los puntos de interés mientras visitan la REMACOPSE, quedando en segundo lugar que no tiene duda de que deberían recibir la información mientras visita el lugar. Esto datos sugiere que el diseño de esta herramienta tiene altas probabilidades de aceptación. Según Hutson & Hutson (2023), identificaron que los visitantes que utilizan audioguías digitales disfrutaron de una experiencia más positiva en general y recomiendan el lugar que visitan, lo cual brindaba una vivencia más personalizada.

✓ ¿Preferiría recibir información turística sin depender de un guía turístico?

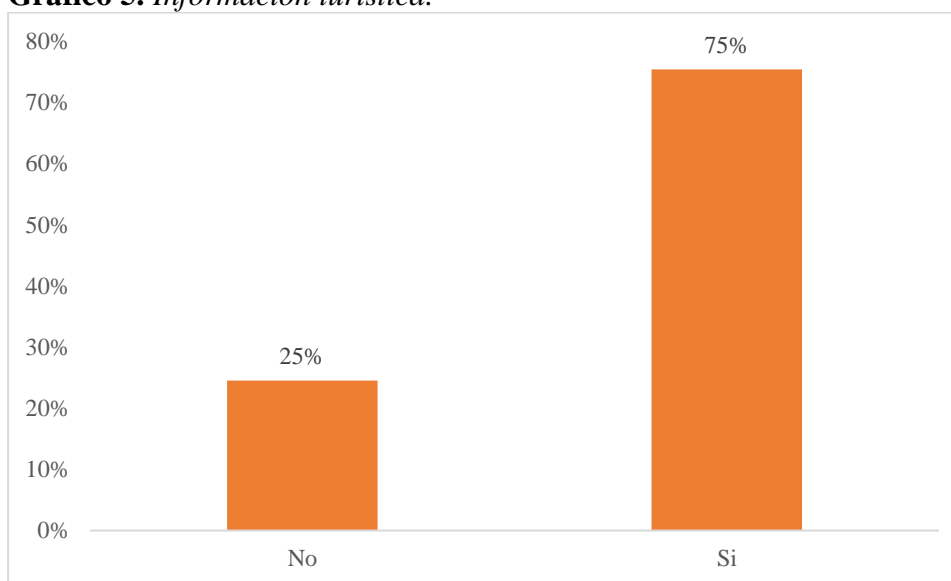
**Tabla 10.** Información turística.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
No	91	25%
Si	280	75%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 5.** Información turística.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas que visitan la REMACOPSE prefieren recibir la información turística sin depender de un guía turístico en comparación a un 25 % que elige la opción de tener a una persona que le guíe durante el recorrido. Esto confirma que hoy en día los turistas modernos prefieren explorar por su cuenta, ir a su propio ritmo, sin depender de guías o actividades programadas (Predescu & Mocanu, 2025a).

- ✓ ¿Considera que una audioguía digital puede hacer más autónoma su experiencia turística?

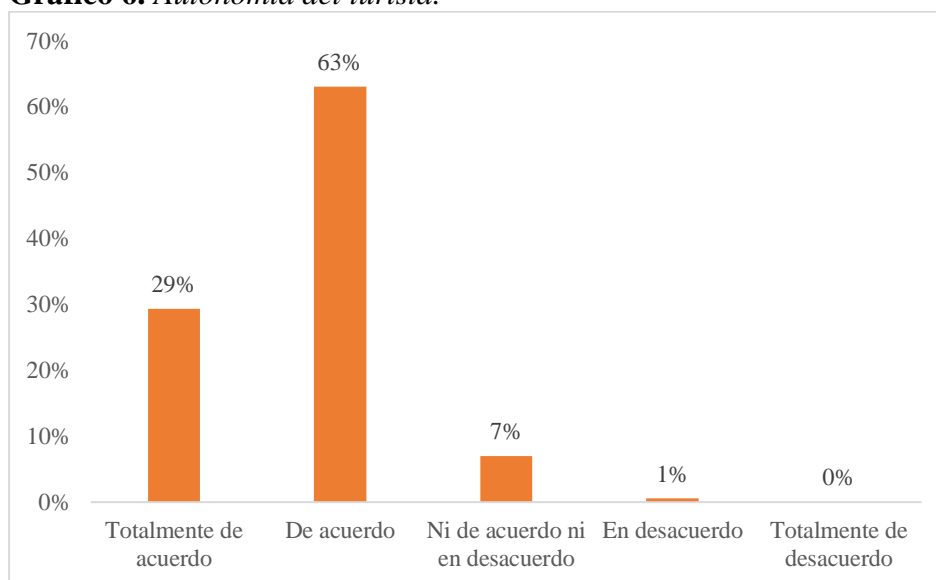
**Tabla 11.** Autonomía del turista.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	109	29%
De acuerdo	234	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	7%
En desacuerdo	2	1%
Totalmente de desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 6.** Autonomía del turista.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas que visitan la reserva están de acuerdo en que una audioguía digital puede hacer más autónoma su experiencia turística seguido de un 29 % que está totalmente de acuerdo en que al usar una audioguía digital vivirán una mejor experiencia, mientras solo el 1% está en desacuerdo con respecto a su uso en la reserva. Según Junco & Moncada (2021) afirma que estas herramientas contribuyen a la experiencia de la visita por acceder a la información que le proporciona en ese momento, favoreciendo una experiencia más autónoma.

- ✓ *¿Está de acuerdo en que una audioguía le permitiría descubrir detalles del entorno que normalmente pasaría por alto?*

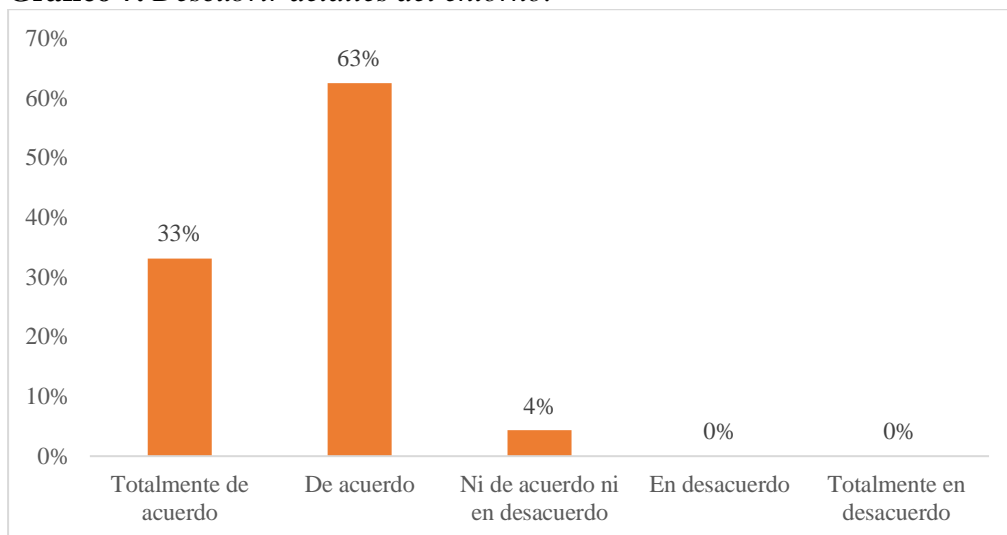
**Tabla 12.** Descubrir detalles del entorno.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	123	33%
De acuerdo	232	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	4%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 7.** Descubrir detalles del entorno.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Los turistas encuestados, el 63 % está de acuerdo en que la audioguía permitiría descubrir detalles del entorno que normalmente pasarían por alto, seguido del 33 % que está totalmente de acuerdo con la herramienta ya que ayudaría a tener una experiencia completa, mientras que el 4 % se mantiene en una posición indiferente con respecto al impacto que ocasionaría si utilizaran la audioguía digital. Hrabar (2025) destaca que la audioguía digital mejora la accesibilidad a cada visitante porque le permite explorar la información a su ritmo, fomentando compromiso con la experiencia y facilita la identificación de detalles del entorno que podrían pasar desapercibido.

- ✓ ¿Considera que la señalización de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena es suficiente para orientarse durante su visita?

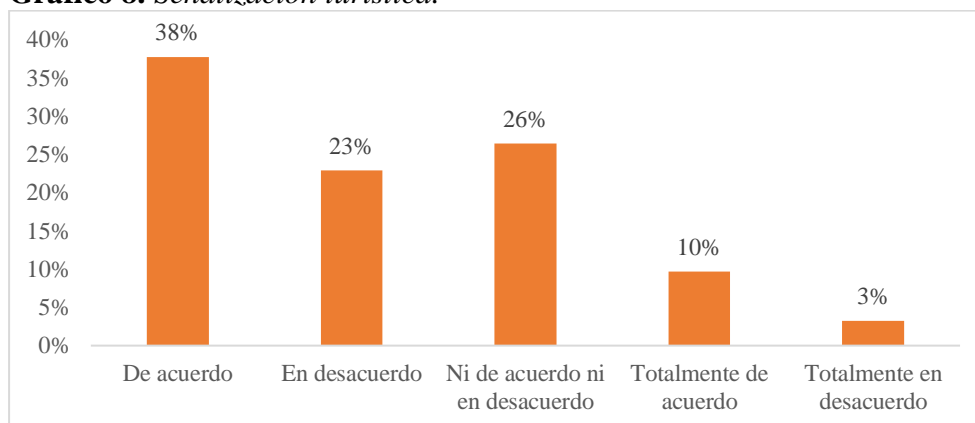
**Tabla 13.** Señalización turística.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	36	10%
De acuerdo	140	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	26%
En desacuerdo	85	23%
Totalmente en desacuerdo	12	3%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 8.** Señalización turística.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

En esta interrogante muestra que la señalización de la reserva para las personas encuestadas tuvo resultados ajustados con respecto a que el uso es suficiente para orientarse durante su visita ya que el 38 % se mantuvo de acuerdo con que las señales puede orientarlos mejor sin embargo un 3 % estuvo en totalmente en desacuerdo en que no es suficiente tener únicamente las señaléticas para orientarse. Las señaléticas representan un punto fundamental al momento de visitar un lugar, es para orientar a las personas en un espacio, garantiza accesibilidad y seguridad, pueden verse como un lenguaje visual basado en símbolos, códigos o colores para así comunicar de una forma más clara e inmediata tal como lo indica el (Manual de Señalización Turística del ministerio de Turismo, 2020).

- ✓ ¿La información proporcionada en los paneles interpretativos de la reserva le parece clara y comprensible?

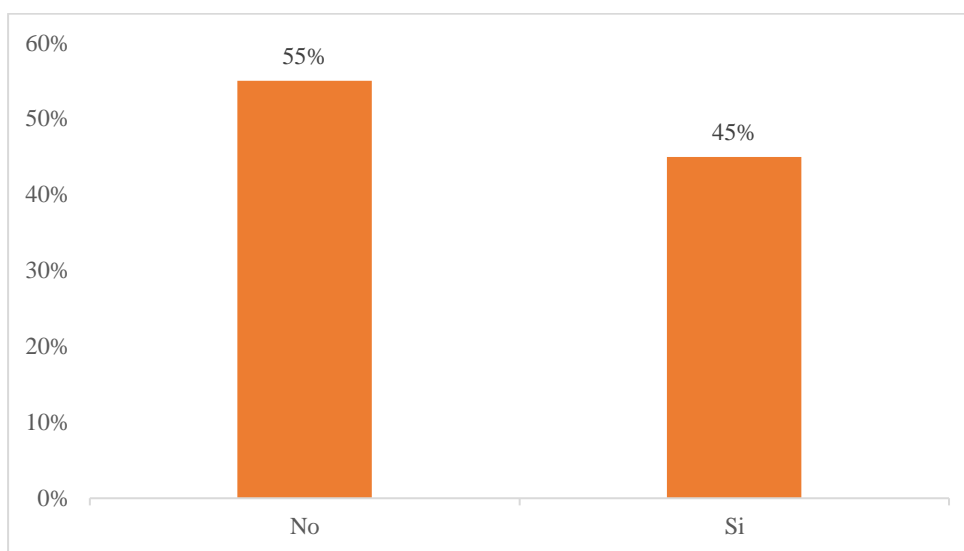
**Tabla 14.** Paneles interpretativos.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
No	204	55%
Si	167	45%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 9.** Paneles interpretativos.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación**

Muestra para el 55 % de los encuestados indica que la información proporcionada en los paneles interpretativos de la reserva no les parece clara y comprensible sin embargo la otra parte dice que sí. Conforme a las opiniones receptadas mientras se realizaba esta pregunta daban indicios direccionados al mantenimiento de los paneles y la claridad de la información. En ese sentido, Kvistad (2015), señala que los paneles interpretativos no solo comparten información, sino que debe verse visualmente atractivos, con un diseño claro, esto puede hacer que las personas tengan curiosidad de lo que se encuentra escrito, sin embargo, la falta de atención no cumple su propósito de manera efectiva.

- ✓ *¿Qué tan importante considera recibir información de los atractivos turístico durante la visita?*

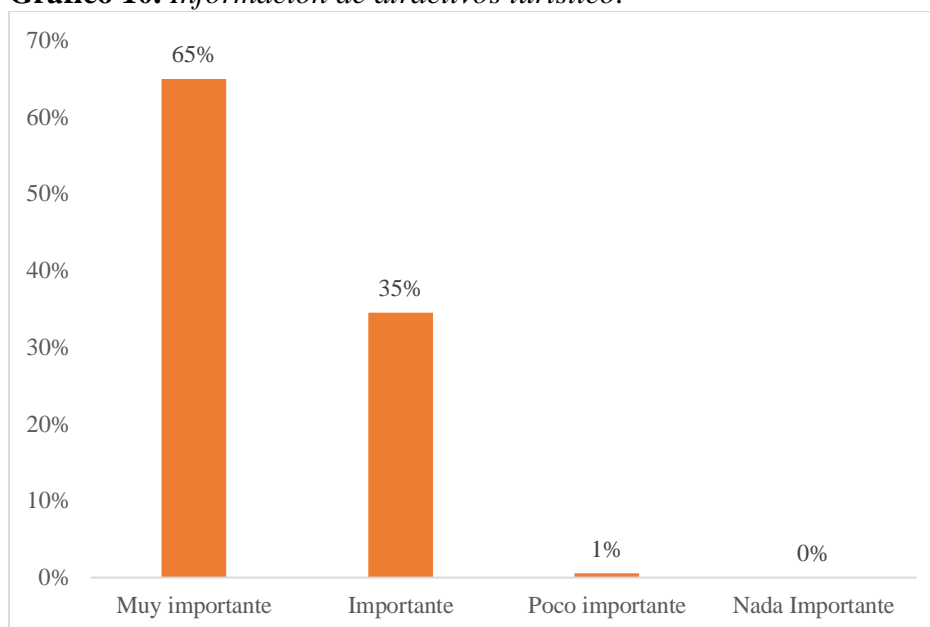
**Tabla 15.** Información de atractivos turístico.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Muy importante	241	65%
Importante	128	35%
Poco importante	2	1%
Nada Importante	0	0%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 10.** Información de atractivos turístico.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

El 65 % de las personas encuestadas en la REMACOPSE consideran muy importante el recibir información de los atractivos turístico durante la visita en segundo lugar que es importancia ser informados al visitar la reserva, mientras que solo al 1 % les es poco importante. Bassols (2025) señala que la información sobre los atractivos turísticos fortalece la comprensión del entorno y el vínculo emocional del visitante con el lugar.

✓ ¿En qué momento considera más adecuado recibir información turística?

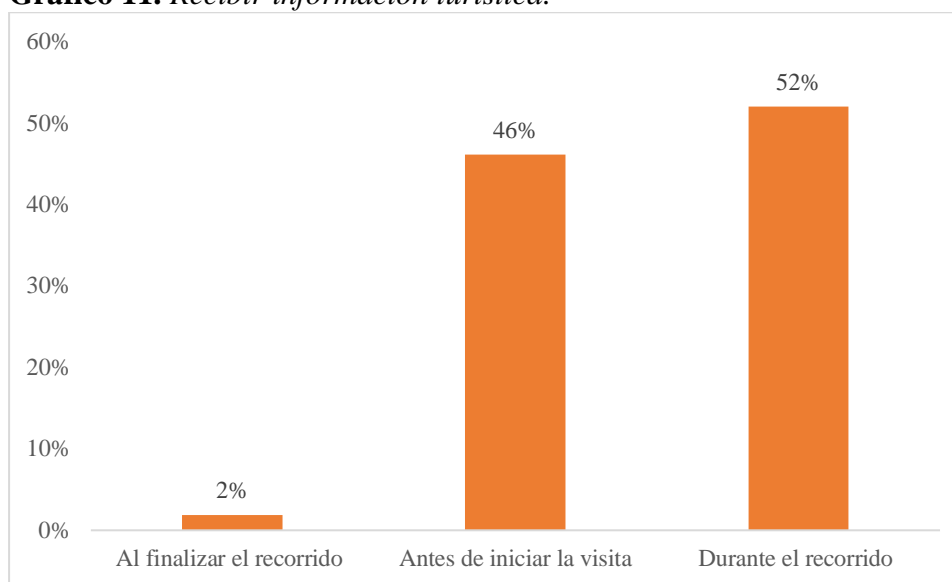
**Tabla 16** Recibir información turística.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Al finalizar el recorrido	7	2%
Antes de iniciar la visita	171	46%
Durante el recorrido	193	52%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 11.** Recibir información turística.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados señalan el 52 % de las personas encuestadas expresan que es adecuado recibir información turística durante la visita, mientras que solo 2 % prefiere que le otorguen la información al finalizar el recorrido. Esto demuestra que los turistas le gustan saber de qué se trata el destino y los atractivos que tiene, refleja que la información brindada favorece a la experiencia del visitante porque mejora la comprensión de lo que están viendo del lugar. Olaya et al. (2022) indica que proporcionar información durante el recorrido de la visita contribuye a que los turistas descubran el entorno y tomen decisiones sobre como disfrutar el recorrido.

- ✓ ¿Cuál de las tres opciones es de su preferencia para comprender mejor la información en una audioguía digital?

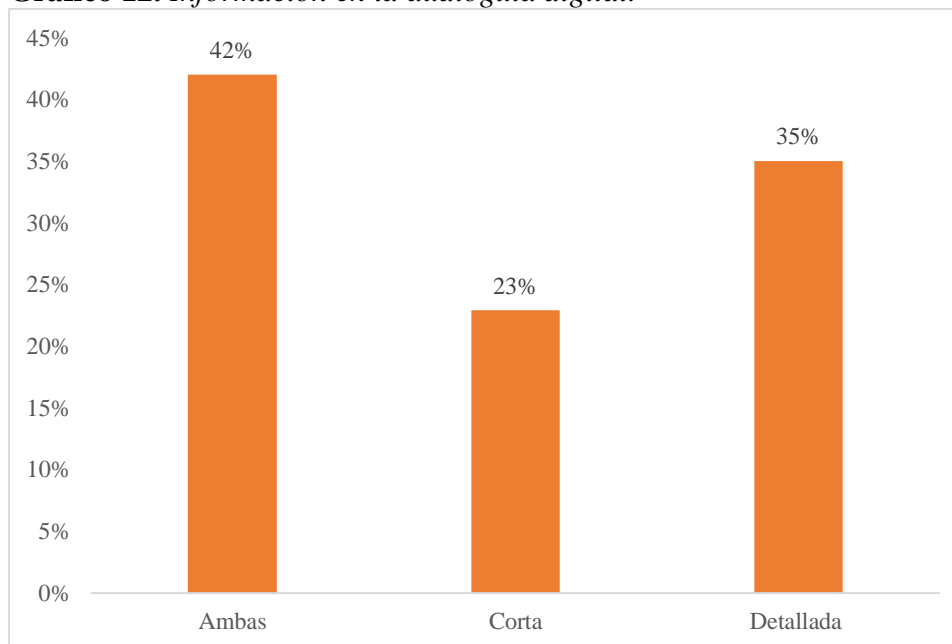
**Tabla 17.** Información en la audioguía digital.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Ambas	156	42%
Corta	85	23%
Detallada	130	35%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 12.** Información en la audioguía digital.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Indica que los encuestados tienen preferencias variadas sobre la manera de recibir información, el 42 % de respuestas opta por recibir combinaciones cortas y detalladas dependiendo del espacio, mediante la audioguía digital. Chen & Lehto, (2025) explican que es importante la claridad del contenido y la claridad del mensaje, son esenciales para la experiencia del turista independiente que tenga contenido breve o detallado.

- ✓ *¿Qué tan importante es para usted recibir información sobre la biodiversidad de la reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena?*

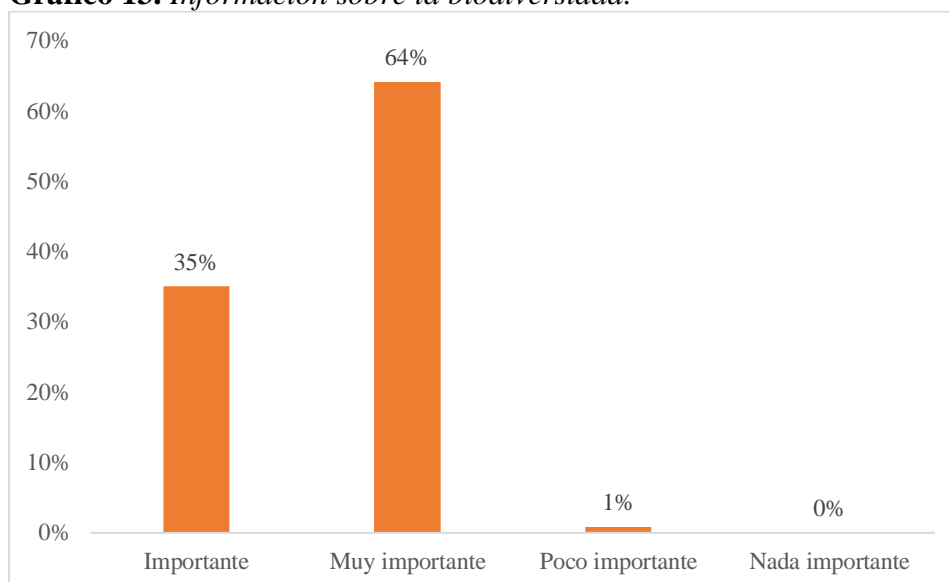
**Tabla 18.** Información sobre la biodiversidad.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Importante	130	35%
Muy importante	238	64%
Poco importante	3	1%
Nada importante	0	0%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 13.** Información sobre la biodiversidad.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Esta pregunta muestra que para el 64 % de los encuestados es muy importante recibir información sobre la biodiversidad de la reserva, mientras que solo el 1 % considera poco importante enterarse sobre la biodiversidad de la REMACOPSE. Según los autores Gross et al. (2023) el valor de dar información ambiental de sitios naturales influye a la preservación de la biodiversidad. Es más probable que los turistas fomenten la protección y conservación de un lugar.

- ✓ *¿Considera importante que la audioguía digital incluya datos curiosos de la reserva?*

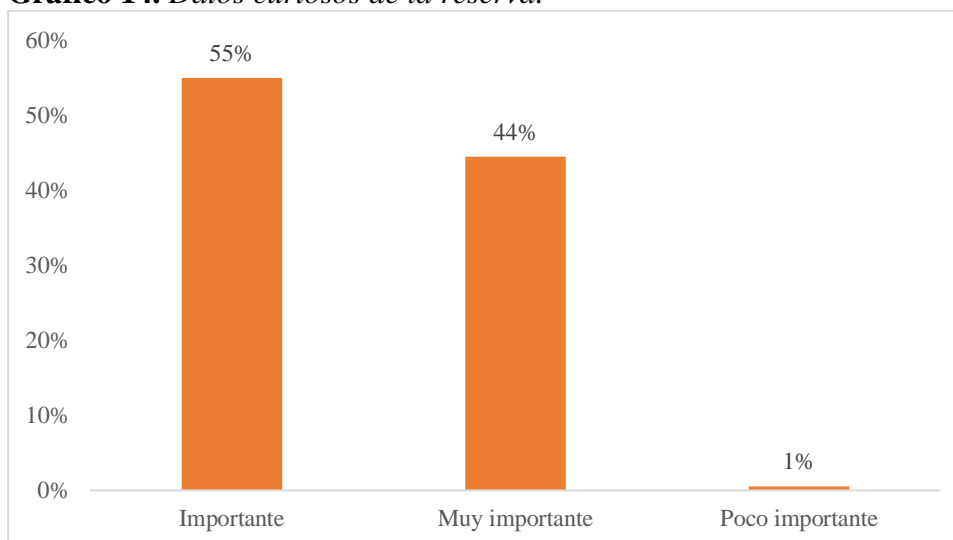
**Tabla 19.** *Datos curiosos de la reserva.*

<b>Resultado</b>	<b>Encuestado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importante	204	55%
Muy importante	165	44%
Poco importante	2	1%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 14.** *Datos curiosos de la reserva.*



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Los datos reflejan que la mayoría de los encuestados considera importante que la audioguía digital incluya datos curiosos de la reserva, seguido de un 44 % que indica que es muy importante mientras que solo el 1 % le parece poco importante. Se evidencia que los visitantes no solo buscan información técnica, sino que tenga contenidos interesantes para mantener su atención de manera constante, lo que ayuda a recordar y disfrutar su recorrido en el destino. Esto coincide Visser (2025), la importancia de incluir datos curiosos en la narrativa puede ser una estrategia efectiva para atraer la atención de los visitantes y bríndales una experiencia más personalizada y enriquecedora.

- ✓ *¿Qué elementos le gustaría que incluya la audioguía digital para enriquecer su experiencia?*

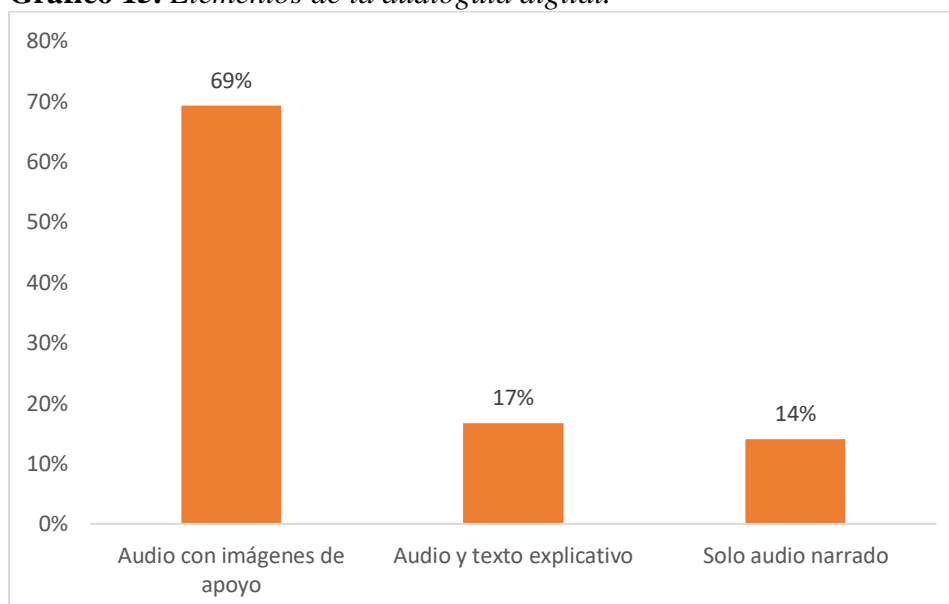
**Tabla 20.** Elementos de la audioguía digital.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Audio con imágenes de apoyo	257	69%
Audio y texto explicativo	62	17%
Solo audio narrado	52	14%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 15.** Elementos de la audioguía digital.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

El mayor número de encuestados eligieron que tipo de elementos prefieren en una audioguía digital para enriquecer la experiencia turística, los datos reflejen que el 69 % optan por la combinación de audio con imágenes de apoyo, mientras que el 14 % prefiere audio narrado. Los participantes tienen más preferencia hacia esos recursos más visuales e interactivos que fortalecen el aprendizaje de los visitantes. Según Liu (2020) las tecnologías digitales que incluye recursos visuales y audios motivan a las personas aprender sobre el lugar, ayudándoles a comprender mejor la información.

✓ *¿Cómo preferiría acceder a la audioguía digital?*

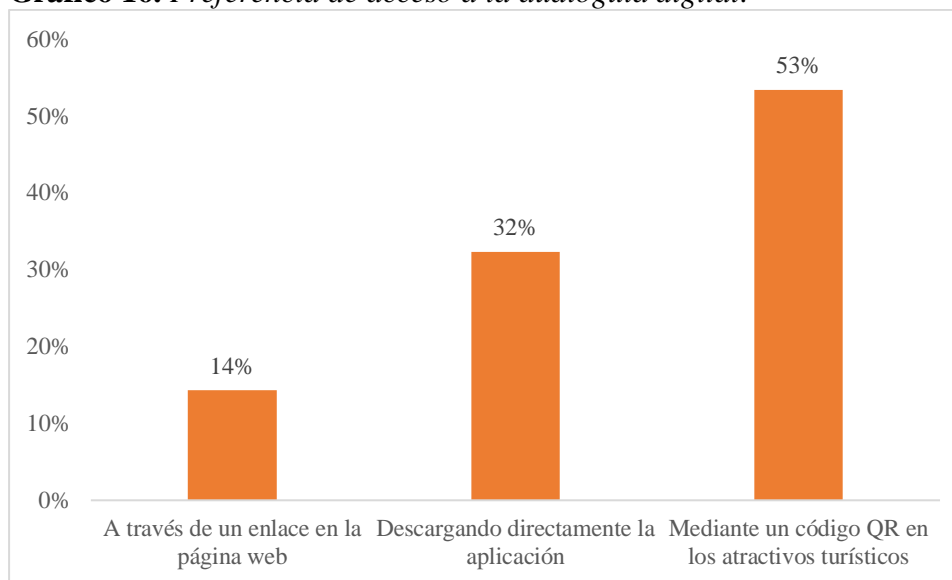
**Tabla 21.** *Preferencia de acceso a la audioguía digital.*

<b>Resultado</b>	<b>Encuestado</b>	<b>Porcentaje</b>
A través de un enlace en la página web	53	14%
Descargando directamente la aplicación	120	32%
Mediante un código QR en los atractivos turísticos	198	53%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 16.** *Preferencia de acceso a la audioguía digital.*



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Análisis e interpretación:**

La mayoría de los encuestados prefieren acceder a la audioguía digital mediante un código QR en los atractivos turísticos, esto demuestra un interés por un acceso práctico y rápido, mientras que un 32 % elige descargar la aplicación así poder tener el recurso antes de la visita. Las dos opciones resaltan que es importante brindar diferentes formas de acceso sencillas y flexibles, que sean adecuadas para usuarios y así puedan disfrutar del destino. Según Manrique (2023) señala que los códigos QR permite que el visitante pueda acceder a la información de manera rápida. En cambio, Preis (2021) menciona que descargado la aplicación móvil les proporcionan a las personas una experiencia personalizada, autónoma y accesible desde su propio dispositivo facilitando la comodidad de su visita.

- ✓ ¿De qué manera cree que una audioguía digital podría mejorar su experiencia?

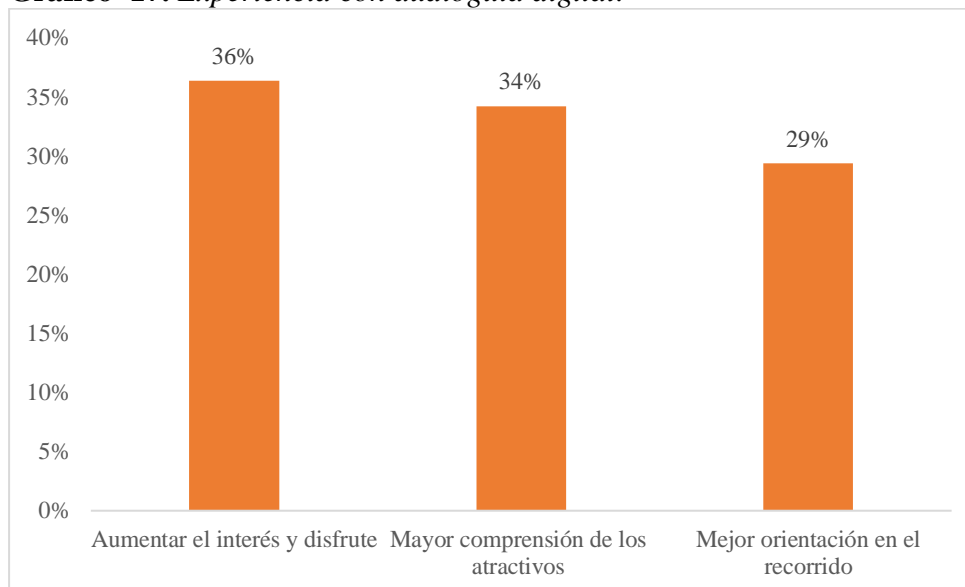
**Tabla 22.** Experiencia con audioguía digital.

Resultado	Encuestado	Porcentaje
Aumentar el interés y disfrute	135	36%
Mayor comprensión de los atractivos	127	34%
Mejor orientación en el recorrido	109	29%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 17.** Experiencia con audioguía digital.



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que el 36 % de los encuestados en la reserva, considera que la audioguía digital aumenta el interés y disfrute, mientras que para el 34 % utilizar la herramienta generaría mayor comprensión de los atractivos lo que muestra la utilidad de recibir explicaciones claras durante su visita. Lo que concuerda con Saito (2023) menciona que la manera en que se presenta la información en la audioguía digital influye directamente en la apreciación y disfrute del visitante durante su visita.

- ✓ *¿Qué tipo de voz le resulta más agradable para escuchar la información proporcionada por la audioguía digital?*

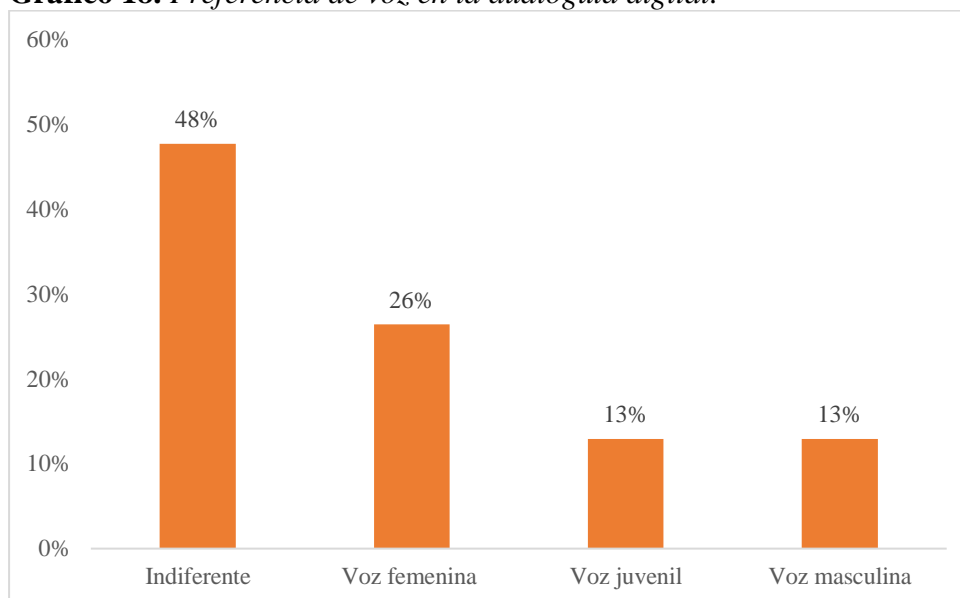
**Tabla 23.** *Preferencia de voz en la audioguía digital.*

<b>Resultado</b>	<b>Encuestado</b>	<b>Porcentaje</b>
Indiferente	177	48%
Voz femenina	98	26%
Voz juvenil	48	13%
Voz masculina	48	13%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas REMACOPSE.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Gráfico 18.** *Preferencia de voz en la audioguía digital.*



**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

### **Análisis e interpretación:**

Como último punto de la investigación, se les interrogó sobre qué tipo de voz es más adecuado para escuchar la información proporcionada por la audioguía digital, para el 48 % de los encuestados considera que es indiferente lo que más valoran es comprender bien lo que está narrado. Chen & Lehto, (2025a) explican que los turistas pueden adaptarse a diferentes tipos de voces, ya sean sintéticas o humanas. Lo que es importante que tenga claridad y calidad de contenido.

### **3.3. Informe de análisis de las fichas de observación**

#### *Ficha de observación de los recursos interpretativos*

##### **Datos generales del espacio**

La ficha de observación permitió investigar los recursos interpretativos que existen en la REMACOPSE que está ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Salinas, con coordenadas Lat: -2.197723, Long: -80.95092.

##### **Tipos de recursos interpretativos**

Se identificó tres tipos de recursos interpretativos que son las señaléticas, paneles informativos y centro de interpretación. Esto permitió observar la ausencia de mapas y guías turísticos locales para el acompañamiento de los turistas durante su visita.

##### **Idioma de los recursos interpretativos**

Por otro lado, se visualizó los contenidos disponibles que tiene los recursos interpretativos que están en dos idiomas español e inglés, para que los visitantes puedan entender la información que está escrita en estos recursos.

##### **Accesibilidad**

En cuanto a la accesibilidad se observó que el acceso a la reserva es por vía terrestre, mediante caminatas, motos, vehículos, fue calificado como regular, indica que hay senderos que tiene ciertas dificultades y esto afecta a la experiencia del visitante.

##### **Estado de conservación de los recursos interpretativos**

Respecto al estado de conservación de los recursos interpretativos, se observan algunas deficiencias. La señalización se encuentra en buen estado, ya que indica a los turistas las zonas permitidas y restringidas. En los paneles informativos presentan un estado regular por la limitación de información y en ciertos casos deterioro físico, dificultando la lectura para los visitantes.

El centro interpretativo se encuentra en condición regular, porque esta parcialmente operativo, esto influye en la experiencia de los turistas. Como último no se encontró mapa ni guía locales

### *Ficha de observación de los tres atractivos de la REMACOPSE*

#### **Datos generales del espacio**

- ✓ La Chocolatera se encuentra en la provincia de Santa Elena, ubicado en el cantón de Salinas, con las coordenadas Lat: -2.188102, Long: -81.01037.
- ✓ La Lobería, ubicada también en el cantón Salinas, con coordenadas Lat: -2.203207, Long: -80.996058.
- ✓ El cerro el Morro está ubicado en la provincia de Santa Elena, se encuentra en el cantón Salinas, con coordenadas Lat: -2.18658, Long: -80.996209.

#### **Accesibilidad**

Su acceso a La Chocolatera es del tipo terrestre se puede ingresar por carretera, principalmente en coche, moto, bicicleta o a pie por senderos. De esta manera, los turistas pueden llegar a los lugares que desean visitar.

Los visitantes que van a La Lobería pueden acceder al lugar de manera adecuada ya sea por vehículos, moto, bicicleta o a pie lo que demuestra una accesibilidad apropiada.

El cerro el Morro, el tipo de acceso que tiene el atractivo es terrestre se puede ingresar principalmente en coche, moto, bicicleta o a pie por senderos esto permite a los turistas tener opciones de como poder recorrer el lugar.

### **Estado de conservación del atractivo y tipo de atractivo**

- ✓ El tipo de atractivos de La Chocolatera es natural, sin intervención humana. Por lo tanto, demuestra un entorno bien conservado.
- ✓ En cuanto al estado de conservación de La Lobería, se determina que el espacio mantiene un entorno natural no alterado, lo que ayuda a preservar la biodiversidad de la zona que distingue el lugar.
- ✓ El estado de conservación del cerro El Morro se observa que está bien cuidado y el tipo de atractivo es natural.

### **Estados de conservación de los Recursos interpretativos de los tres atractivos**

El estado de conservación de los recursos interpretativo que tiene el atractivo La Chocolatera se evidencia que la señalización está en buen estado. Sin embargo, los paneles interpretativos están en un estado regular, ya que su presentación poco clara impide que los turistas comprendan plenamente la importancia del sitio.

Los recursos interpretativos que tiene este atractivo La Lobería, se observó la existencia de señalización que es visible y completa, lo cual ayuda a orientarse dentro del espacio. No obstante, los paneles informativos están en condiciones regulares y tienen información limitada lo que disminuye la comprensión del recurso.

Por otra parte, el atractivo cerro El Morro cuenta con un centro de interpretación, aunque su funcionamiento es regularmente, la señalética se encuentra en buen estado y facilita la orientación del visitante.

### **Afluencia turística**

La afluencia turística en los tres atractivos que se encuentra dentro de la REMACOPSE es de tipo regular por el motivo que llegan más visitantes durante los fines de semana, feriados y vacaciones, lo que demuestra que el atractivo tiene valor turístico.

## DISCUSIÓN

Los hallazgos de esta investigación revelaron que el 35 % de visitantes prefieren contacto con la naturaleza y el 32 % va por el interés personal, son las principales motivaciones para visitar la reserva, buscan vínculos con el entorno y aprendizaje personal. Esto coincide con Fareed & Amer (2025) menciona que la conexión emocional entre visitante y entorno se fortalece cuando existen herramientas interpretativas que desarrollan la comprensión del patrimonio. Con esto las audioguías digitales contribuyen a una inmersión autónoma en el espacio natural.

De esta forma los datos demuestran que el 75 % de los turistas prefieren recibir información sin depender de un guía turístico. Asimismo, el mayor porcentaje indica que una audioguía digital permite descubrir aspectos del entorno que normalmente los visitantes pasarían desapercibidos. Estos concuerdan con Şen & Demir (2023) explica que las audioguías digitales facilitan una experiencia más personalizada, debido que brindan al usuario la oportunidad de recorrer el lugar a su propio ritmo. Muestran una inclinación hacia la autonomía del visitante, donde las tecnologías digitales actúan como intermediario del conocimiento turístico.

Los resultados revelan que un 36% aceptaron que la audioguía digital se considera como un medio que puede hacer más enriquecedora la experiencia turística en la REMACOPSE, permite aumentar el interés, disfrutar y orientarse en el sitio. Fortalece el vínculo emocional con el medio ambiente. De acuerdo Ortiz & López (2023) comprobó que una parte significativa de los visitantes, aproximadamente el 41,6 % prefieren una audioguía que permita realizar visitas autoguiadas, especialmente si se incluye funciones de realidad aumentada. Esto muestra un gran interés en visitar con frecuencia los lugares. De tal sentido que la tecnología hace más atractiva su visita, con la implementación de una audioguía digital en la reserva no solo mejoraría la transmisión de información, sino que incentivarían la curiosidad.

Al mismo tiempo, la mayoría de los visitantes de la reserva que es un total de 53 % optan por la audioguía digital a través de códigos QR ubicados en cada atractivo turístico, esto demuestra una inclinación hacia elementos tecnológicos rápidos y accesibles. Estos resultados concuerdan con Suntaxi (2020) señala que los códigos QR son instrumentos eficaces y respetuosos con el medio ambiente. Igualmente, la que se llevó a cabo en Cuenca sobre la audioguía bilingüe basada en códigos QR verifica que esta tecnología es aceptada por los turistas. No obstante, mencionan que el 85 % tienen interés en descargar desde la aplicación móvil, con esto evidencia que es necesario proporcionar opciones adicionales para aumentar la accesibilidad y mejorar la experiencia del visitante.

Los visitantes muestran un gran interés por conocer la biodiversidad y los atractivos que tiene la REMACOPSE. Con esto se demuestra el deseo de conocer y el compromiso con la conservación. De tal manera Gale et al. (2025) dice que la interpretación del medio ambiente junto a las audioguías, refuerzan el vínculo entre los turistas y la biodiversidad. Del mismo modo, los resultados coinciden con los de Del Vecchio et al. (2025) quienes señalan que las tecnologías digitales inmersivas permiten a los visitantes interactuar con las atracciones de forma sensorial e independiente lo que mejora la satisfacción y su experiencia de aprendizaje.

Los datos indican que los visitantes prefieren recibir información interpretativa durante su visita. Esto sugiere que el aprendizaje y la apreciación del medio ambiente son más eficaces cuando se comunican en tiempo real, lo que mejora la experiencia del turista. Esto coinciden Nautiyal et al. (2023) sostienen que la incorporación de la tecnología móvil al turismo basado en la naturaleza mejora la comprensión del destino y fomenta una conexión emocional más fuerte entre los visitantes y su entorno mientras lo explora. Por lo tanto, una audioguía digital podría proporcionar a los turistas acceso instantáneo que mejoraría a su comprensión del entorno y enriqueciendo su experiencia general dentro de la reserva.

Con la observación directa permitió identificar que, aunque la reserva mantiene un buen estado de conservación natural, los recursos interpretativos tienen deficiencias. Los paneles interpretativos tienen limitaciones, no son muy legibles y esto afecta a la experiencia del visitante, porque quieren saber más sobre el destino y sus atractivos. Este hallazgo concuerda con lo que dice Xie et al. (2023), en su investigación mencionan que los materiales interpretativos que no son claros ni atractivos tienen un impacto sobre la experiencia emocional y el aprendizaje del visitante.

Los autores dicen que la información incompleta o poco accesible puede hacer que el visitante se desconecte del entorno y pierda interés por su preservación. En este contexto una audioguía digital representa una oportunidad de ofrecer información atractiva, que fortalezca la comprensión del destino y genere una experiencia significativa e inmersiva durante el recorrido.

Se evidencia que 57 % de los turistas que visitaron la REMACOPSE le gustaría utilizar una audioguía digital que contribuya a la interpretación de los atractivos turísticos y así comprender mejor lo que observa lo que permite que su visita sea más atractiva. Estos resultados se alinean a Campoverde & Vásquez (2018) el cual identificó el interés que tiene las personas hacia una experiencia más interactiva y educativa mediante las herramientas tecnológicas para enriquecer su experiencia ya sea por audioguías o recorridos virtuales lo que señala en su investigación.

Estos antecedentes evidencian que el uso de tecnologías digitales satisface las nuevas exigencias de los visitantes, enfocadas en entender, participar y aprender de manera significativa durante la visita.

## PROPUESTA

La propuesta de la audioguía digital surge de la idea de optimizar la experiencia turística en la REMACOPSE. El propósito es diseñar una herramienta actual, de fácil acceso y de las preferencias de los visitantes. En función de los atractivos turísticos de la reserva y el tipo de información que los turistas desean recibir para fortalecer la comprensión y enriquecer su experiencia durante su recorrido.

<b>Audioguía digital de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE)</b>
<p><b>Contenido de la audioguía digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bienvenida</li> <li>✓ Historia</li> <li>✓ Biodiversidad</li> <li>✓ Los tres atractivos (La Chocolatera, La Lobería y cerro el Morro)</li> <li>✓ Datos curiosos</li> <li>✓ Actividades permitidas</li> </ul>
<p><b>¿Como se realizará la audioguía digital?</b></p> <p>Se realizará mediante una aplicación IZI TRAVE, a través de esto se ejecutará una página web móvil, se podrá descargar la app para visualizar el contenido y tener acceso mediante Códigos QR o enlace de la página.</p>
<p><b>¿Recursos de la audioguía digital?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Guiones</li> <li>✓ Imágenes</li> <li>✓ Audios</li> <li>✓ Efectos de sonido</li> <li>✓ Código QR</li> <li>✓ Ruta</li> <li>✓ Idioma</li> <li>✓ Página web móvil (IZI TRAVEL – demo)</li> <li>✓ Aplicación móvil descarga (IZI TRAVEL – demo)</li> </ul>

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

En los anexos se detalla la propuesta de la audioguía digital de la reserva la REMACOPSE.

## CONCLUSIONES

La investigación permitió identificar que la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena tiene un gran potencial turístico debido a su variedad y conservación de los atractivos naturales. Sin embargo, la limitación de información interpretativa y la falta de recursos tecnológicos está afectando de manera negativa en la experiencia de los visitantes. Esto evidencia la necesidad de fortalecer la comunicación turística mediante herramientas innovadoras que sean accesibles a los turistas.

Los visitantes muestran una clara preferencia en recibir información que sea comprensible para poder interactuar con los espacios naturales de forma autónoma, educativa e interactiva. Su interés muestra una tendencia en el turismo actual hacia la utilización de recursos digitales como la audioguía digital. Indica una motivación en la experiencia porque se vuelve más atractiva e informativa centrada en descubrir aspectos ocultos de su entorno sin modificar el equilibrio ambiental del lugar.

La propuesta de una audioguía digital es una opción actual que surge como una herramienta innovadora con el propósito de completar la falta de información en la REMACOPSE, su ejecución facilitaría brindar contenidos claros de la reserva respecto a sus atractivos, permite que los turistas puedan comprender lo que está viendo y enriquecer su experiencia durante su visita.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda mantener la información actualizada en la audioguía digital, asegurando que el contenido sea preciso, importante y comprensible. Una información clara ayuda a los turistas orientarse mejor y a comprender la zona que visitan. Esto mejora su experiencia general y fomenta una conexión más profunda con el lugar.

Para que los turistas tengan una experiencia más enriquecedora, se recomienda colocar en los puntos estratégicos de cada atractivo herramientas tecnológicas sostenibles como la señalización con códigos QR y elementos interpretativos actualizados, esto le permite al visitante tener más información del lugar y mejoraría el desplazamiento de su visita en la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena.

Se sugiere capacitar al personal de la REMACOPSE sobre cómo se utilizaría la audioguía digital, lo cual favorecería una mejor comprensión de los atractivos naturales por parte del visitante. Para así fortalecer la información mediante esta herramienta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abalia. (2024, agosto 20). *Abalia, El lado humano de la tecnología | La revolución tecnológica en el Turismo: IA, Big Data y Realidad Extendida*. <https://abalia.com/la-revolucion-tecnologica-en-el-turismo-ia-big-data-y-realidad-extendida/>
- Acosta, A. H. (2015). Narrativas digitales como didácticas y estrategias de aprendizaje en los procesos de asimilación y retención del conocimiento. *Sophía, 19*, Article 19. <https://doi.org/10.17163/soph.n19.2015.12>
- Angus Buchanan, R. (2025, septiembre 24). *History of technology | Evolution, Ages, & Facts | Britannica*. <https://www.britannica.com/technology/history-of-technology>
- Arcce Medina, O., & Piñan Ventosilla, M. E. (2024). *Innovación tecnológica y calidad académica de los estudiantes de la I. E. Jesús Educador—Carabayllo, Lima, 2023*. <https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/repositorio.une.edu.pe>
- Barba Téllez, M. N., & Palacios Trujillo, E. P. (2018). Las redes sociales en el contexto académico universitario. Desafíos al docente. *Etic@net. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento, 18*(1), 83-101. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v18i1.11883>
- Bassols i Gardella, N. (2025). (PDF) Guided tours and tourist attractions in the postpandemic world: Thematic evolutions and spatial changes. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2023-0149>
- Becerra, R. G. C., & Rojas, A. A. (2020). Interpretación patrimonial: Gestión educativa y lúdica para la valoración del legado natural y cultural del Parque La Alameda. *Turismo y Patrimonio, 14*, 49-66. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2020.n14.04>
- Bernad Conde, M. (2020). Nuevas tecnologías y difusión del turismo cultural: Descubriendo a Goya con realidad aumentada. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo, 14*(1), 81-93. <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5945>

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bertens, L., & Polak, S. (2019). Using Museum Audio Guides in the Construction of Prosthetic Memory. *Journal of Conservation and Museum Studies*, 17(1). <https://doi.org/10.5334/jcms.182>
- Bratić, M., Marić Stanković, A., Pavlović, D., Pivac, T., Kovačić, S., Surla, T., Čerović, S., & Zlatanov, S. (2025). New Era of Tourism: Innovative Transformation Through Industry 4.0 and Sustainability. *Sustainability*, 17(9), 3841. <https://doi.org/10.3390/su17093841>
- Bueso, M., & José, M. (2017). *Diseño y realización de audioguía para el Museo Fallero de Valencia*. <https://riunet.upv.es/handle/10251/90167>
- Cahyani, I. P., Mardani, P. B., & Widianingsih, Y. (2023). Digital Storytelling in Cultural Tourism: A Sustainable Communication Approach at the Lasem Heritage Foundation. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities*, 6(1), 45-69. <https://doi.org/10.31098/ijmesh.v6i1.1348>
- Campoverde, S. G., & Huanga, V. M. (2021). *Plan de negocios para la creación de una empresa cultural turística de audio guías de leyendas de la ciudad de Cuenca*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/36740>
- Campoverde Tama, A. E., & Vásquez Cedeño, S. B. (2018). *DIVERSIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES Y EDUCATIVAS QUE OFRECE EL MUSEO NAHÍM ISAÍAS*.
- Carmen Guadalupe, A. M. (2021). *Creación y Diseño de Sitios Web. Introducción. Creación de sitios Web. Diseño de Páginas Web. Herramientas para generar páginas Web. Páginas WEB. Página WEB educativas. Insertar texto, vínculos, imágenes, capas y tablas, sonido. División en marcos. Formulación y elementos multimedia. Estructuras de diseño, efecto y animación de páginas Web, Páginas web dinámicas y estáticas, definición de web dinámica y estática, características, ventajas y desventajas de las mismas, software de aplicación e implantación de sitio Web. Aplicación*. <https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/repositorio.une.edu.pe>
- Cevallos, A. V. (2022). *Propuesta de implementación de una audioguía turística mediante el uso de códigos QR, para el recorrido de los buses turísticos*

*panorámicos de la ciudad de Cuenca; caso Cotratudossa.*  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/39763>

- Chacaguasay, R., & Suarez, J. (2017). *Los dispositivos móviles en el proceso de enseñanza aprendizaje.*
- Chen, J., & Lehto, X. (2025a). The impact of sound design with AI synthetic voices on the listening experience in audio tour guides. *Information Technology & Tourism*, 27(4), 1081-1109. <https://doi.org/10.1007/s40558-025-00332-4>
- Código Orgánico del Ambiente.* (2017). [https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)
- Colcha Sani, L. C. (2023). *Innovación tecnológica y patrimonio cultural material de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.* [bachelorThesis, Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10984>
- Constitución de la República del Ecuador.* (2008). [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- DataReportal. (2025, febrero 5). *Digital 2025: Global Overview Report.* DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Del Pezo Muñoz, J. E. (2015). *Uso de herramientas digitales y su influencia en el aprendizaje colaborativo en la asignatura de estudios sociales de los estudiantes de grado siete de la escuela de educación básica Veinticuatro de Julio del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena período 2014 – 2015* [bachelorThesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2015.]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/2945>
- Del Vecchio, V., Lazoi, M., Marche, C., Mettouris, C., Montagud, M., Specchia, G., & Ali, M. Z. (2025). Designing Innovative Digital Solutions in the Cultural Heritage and Tourism Industry: Best Practices for an Immersive User Experience. *Applied Sciences*, 15(9), 4935. <https://doi.org/10.3390/app15094935>
- Fareed, M. W., & Amer, M. (2025). Al-Qata'i', Egyptian lost heritage: Audio guide towards enhancing a conservative interpretation experience. *Built Heritage*, 9(1), 44. <https://doi.org/10.1186/s43238-025-00218-8>

- Gale, T., Ednie, A., Beeftink, K., & Báez Montenegro, A. (2025, febrero 4). *Soundscapes as Conservation Tools: Integrating Visitor Engagement in Biodiversity Strategies*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/3/1236>
- Gándara, M. (2023). (PDF) *UNESCO WHIPIC: Definitions and Concepts of Heritage Interpretation and Presentation 2023 - Theoretical Research Report*. ResearchGate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19483.03369>
- García, M. G., & Jiménez Moral, M. de la V. (2022). Motivación para viajar y satisfacción turística en función de los factores de personalidad. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.002>
- Gómez Ceballos, G., Menoya Zayas, S., & Vázquez-Loaiza, J. P. (2023, junio 27). *ICT as a Support for Value Chain Management in Tourism Destinations: The Case of the City of Cuenca, Ecuador*. <https://doi.org/10.3390/su151310181>
- Gross, M., Pearson, J., Arbieu, U., Riechers, M., Thomsen, S., & Martín-López, B. (2023). Tourists' valuation of nature in protected areas: A systematic review. *Ambio*, 52(6), 1065-1084. <https://doi.org/10.1007/s13280-023-01845-0>
- Guan, H., Huang, T., & Guo, X. (2023). *Knowledge Mapping of Tourist Experience Research: Based on CiteSpace Analysis—Hongmei Guan, Taozhen Huang, Xin Guo*, 2023. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440231166844>
- Hernández Lamas, P., Cabau-Anchuelo, B., de Castro-Cuartero, Ó., & Bernabéu-Larena, J. (2021). Mobile Applications, Geolocation and Information Technologies for the Study and Communication of the Heritage Value of Public Works. *Sustainability*, 13(4), 2083. <https://doi.org/10.3390/su13042083>
- Hernández Sampieri, R., Fernandez-Collado, C. F., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición). McGraw-Hill Education. [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hernández-White, C., Rodríguez-Díaz, B., & Expósito-García, A. (2024). Tourism Intelligence, Key to Reviving the Sector. En A. J. Guevara Plaza, A. Cerezo Medina, & E. Navarro Jurado (Eds.), *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability* (pp. 123-136). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_12)

- Ho, P.-T., Ho, M.-T., & Huang, M.-L. (2024). Understanding the impact of tourist behavior change on travel agencies in developing countries: Strategies for enhancing the tourist experience. *Acta Psychologica*, 249, 104463. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104463>
- Hrabar, M. (2025). THE EVOLUTION OF AUDIO GUIDES IN THE CONTEXT OF THE DIGITALIZATION OF EXCURSION SERVICES. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.32782/infrastruct85-37>
- Hutchinson, R., & Eardley, A. F. (2021). Inclusive museum audio guides: ‘Guided looking’ through audio description enhances memorability of artworks for sighted audiences. *Museum Management and Curatorship*, 36(4), 427-446. <https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1891563>
- Hutson, J., & Hutson, P. (2023). Museums and the Metaverse: Emerging Technologies to Promote Inclusivity and Engagement. *Application of Modern Trends in Museums*. <https://doi.org/DOI:%252010.5772/intechopen.110044>
- Insights, M. M. (2025, abril). *Self-guided Audio Tour Market Size, Insights, SWOT & Growth & Forecast 2032*. Micro Market Insights® | Get Market Analysis And Research Reports. <https://www.micromarketinsights.com/product/self-guided-audio-tour-market/>
- Ionescu, A.-M., & Sârbu, F. A. (2024). Exploring the Impact of Smart Technologies on the Tourism Industry. *Sustainability*, 16(8), 3318. <https://doi.org/10.3390/su16083318>
- Junco Salas, M. M., & Moncada Torres, J. V. (2021). *Uso de tecnologías de la información y comunicación para la interpretación turística del patrimonio cultural en el Museo de Sitio Arturo Jiménez Borja, en el año 2020*. <https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/a63eb4c6-b7fb-47b3-85dd-3a6609f31368>
- Kekutt, E. (2019). Interpretation of the cultural heritage in sustainable tourism. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(2), 308-318.
- Kvistad, A. (2015, diciembre 17). Keys to effective interpretive panels. *Amy Kvistad*. <https://amykvistad.com/keys-to-effective-interpretive-panels/>
- Lerqué Portés, J. (2022). *Estrategias de promoción del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/19430/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-12.pdf>

- Ley de Turismo.* (2020).  
file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4C  
XP1OAV/2020-Ley-de-Turismo-[1].pdf
- Ley Orgánica de Comunicación.* (2019). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Li, R. (2023). *A Review of Science, Technology, and Innovation: Connotation, Evaluation Model.* file:///C:/Users/ASUS/Downloads/125993266%20(1).pdf
- Lile, A., Kalluç, E., & Kaçurri, A. (2025, septiembre 16). The Impact of ICT on Active Tourism: A Systematic Literature Review of Innovation, Smart Tourism, and Sustainable Development. *International Journal of Digital Research.* <https://ijdr.net/volume-1-year-2025/volume-1-issue-3/the-impact-of-ict-on-active-tourism-a-systematic-literature-review-of-innovation-smart-tourism-and-sustainable-development/>
- Liu, Y. (2020). Evaluating visitor experience of digital interpretation and presentation technologies at cultural heritage sites: A case study of the old town, Zuoying. *Built Heritage, 4*(1), 14. <https://doi.org/10.1186/s43238-020-00016-4>
- Malán, M. S. (2025). *Las Tic un recurso para trabajar las Competencias Interculturales en los estudiantes de séptimo año de la Unidad Educativa "Liceo Nuevo Mundo" Riobamba- Chimborazo periodo académico 2022-2023* [bachelorThesis, Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/15281>
- Manrique, R. A. (2023). *Desarrollo de una Audio-guía utilizando códigos de Respuesta Rápida, en el área "Coro de la Iglesia" del Museo Fray Pedro Gocial San Francisco, Quito –Ecuador.* <https://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/32731>
- Manual de Señalización Turística del ministerio de Turismo. (2020). *Manual de Señalización Turística.* [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/MANUAL-SEÑALIZACION-2021\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/MANUAL-SEÑALIZACION-2021_compressed.pdf)
- Ministerio de Ambiente. (2011). *Manual de Señalización para el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE).* file:///C:/Users/ASUS/Downloads/NOEMI/Manual-de-Se%C3%B1alizaci%C3%B3n-para-el-PANE[1].pdf

- Montes Jácome, A. J. (2021). *Aplicación móvil para solicitar aulas disponibles con respuesta QR para los bloques de la Facultad de Sistemas y Telecomunicaciones en la UPSE*. [bachelorThesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6490>
- Mullo Romero, E. del C., & Padilla Vargas, M. R. (2019). La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario de la región Andina. *Siembra*, 6(1), 001-008.
- Mullo Romero, E. del C., & Vázquez Alfonso, Y. (2019). *La gestión del turismo comunitario para el desarrollo local de la parroquia Salasaca, Ecuador / Ciencia Digital*. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i4>
- Myrovali, G., Tzanis, G., & Morfoulaki, M. (2025, junio 11). *Sustainable Tourism Through Digitalization and Smart Solutions*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/12/5383>
- Nautiyal, R., Polus, R., Tripathi, A., & Shaheer, I. (2023). “To use or not to use”— Mobile technology in nature-based tourism experience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 100667. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100667>
- Olaya, J., Cadena, M. R., Landeta-Bejarano, N., & Macías, M. M. (2022). Metodología del diseño de guion de audioguías para turistas con discapacidad visual. *Siembra*, 9(2). [https://www.redalyc.org/journal/6538/653871546006/html/#redalyc\\_653871546006\\_ref36](https://www.redalyc.org/journal/6538/653871546006/html/#redalyc_653871546006_ref36)
- Ordóñez-Martínez, D., Seguí-Pons, J. M., & Ruiz-Pérez, M. (2024). Toward Establishing a Tourism Data Space: Innovative Geo-Dashboard Development for Tourism Research and Management. *Smart Cities*, 7(1), 633-661. <https://doi.org/10.3390/smartcities7010026>
- Ortiz Sáenz, L. M., & López, D. M. (2023). *REALIDAD AUMENTADA Y AUDIOGUIA QR APLICADA A OBRAS EN EXPOSICIÓN DE SALAS DEL MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/0d6c497b-2d98-40dc-9ab2-85c10d623b07/content>


- OTS. (2025). *Boletín feriado 10 de agosto*.  
[https://www.upse.edu.ec/images/2025/08\\_AGOSTO/NOTICIAS/boletin\\_feriado\\_10\\_de\\_agosto\\_ai\\_compressed.pdf](https://www.upse.edu.ec/images/2025/08_AGOSTO/NOTICIAS/boletin_feriado_10_de_agosto_ai_compressed.pdf)
- Palacios Trujillo, E. P., Mullo Romero, E. del C., & Guerrero Morejón, K. A. (2025). Impacto de la realidad aumentada y realidad virtual en la experiencia turística: Un análisis bibliométrico. *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 3(1), 134-145. <https://doi.org/10.61347/psa.v3i1.83>
- Panta Sifuentes, L. G., Miranda Guevara, B. G., Salas Pittman, Q. L., Hurtado Ramos, G. G., Ramos Zamora, E. F., & Ramos La Rosa, P. E. (2024). La experiencia turística como promotora de un turismo sostenible en la Reserva Nacional de Lachay, Perú. *Turismo y Patrimonio*, 22, Article 22. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2024.n22.05>
- Pesantes, M. S. C., Moreira, V. T. S., & Lino, A. E. P. (2023). Las TIC como estrategia de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 5(5), 809-822. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i5.830>
- Pino Urías, N., Pino Torrens, R. E., & Urías Arbolaez, G. D. L. C. (2019). Competencias comunicativas de los guías de turismo para interpretar el patrimonio. *Revista Scientific*, 4(11), 177-195.
- Plan de Manejo de Visitantes PMV. (2025). *Plan de Manejo de Visitantes de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena. Salinas, Ecuador*.  
 file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4CXP10AV/PMV%20REMACOPSE%202025\_v3[2].pdf
- Plan Provincial de Turismo. (2023). *PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA*.  
[https://www.upse.edu.ec/images/2023/12\\_DICIEMBRE/Plan\\_Provincial\\_de\\_Turismo\\_2023\\_compressed-1.pdf](https://www.upse.edu.ec/images/2023/12_DICIEMBRE/Plan_Provincial_de_Turismo_2023_compressed-1.pdf)
- Predescu, A., & Mocanu, M. (2025a). Modeling Sustainable Urban Tourism with Digital Self-Guided Tours: A Smart City Perspective. *Urban Science*, 9(9), 371. <https://doi.org/10.3390/urbansci9090371>
- Preis Dutra, J. (2021). *Cultural Heritage on Mobile Devices: Building Guidelines for UNESCO World Heritage Sites' Apps*.

- Reports, V. M. (2025, febrero). *Self-guided Audio Tour Market Size, Growth, Insights, SWOT & Forecast 2033*. Verified Market Reports. <https://www.verifiedmarketreports.com/product/self-guided-audio-tour-market/>
- Rilo. (2019). *UF0082—Información y atención al visitante*. <https://www.editorialelearning.com/catalogo/uf0082-informacion-y-atencion-al-visitante.html>
- Rivadeneira Pacheco, J. V. (2022, julio 8). *Diseño de una experiencia turística cultural para el centro histórico de la ciudad de Riobamba en la provincia de Chimborazo*. <https://dspace.esPOCH.edu.ec/items/1787fa37-22cd-4d2e-946c-a54bb79259a2>
- Rodríguez Ávila, M. M. (2022). *ANÁLISIS DE AUDIOGUÍAS APLICADO A UN CASO PRÁCTICO*. [http://repositorio.unican.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10902/26064/TFG\\_MMRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unican.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10902/26064/TFG_MMRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Saito, M. (2023). Factors in the Presentation Method of Museum Audio Guides Affecting Human Appreciation Behavior. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 45(45). <https://escholarship.org/uc/item/28s6v03c>
- Şen, D. Ş., & Demir, M. (2023). Exploring digital audio tour guides from visitors' perspective: Benefits and challenges. *Scientific Collection «InterConf»*, 181, 9-17.
- SIB. (2025). *SISTEMA DE INFORMACIÓN DE BIODIVERSIDAD - SIB*. [https://sib.ambiente.gob.ec/reportes/reportessib/registro\\_visitas\\_reporte](https://sib.ambiente.gob.ec/reportes/reportessib/registro_visitas_reporte)
- smowl. (2024, agosto 7). *Tecnología y sociedad: Impacto y futuro*. <https://smowl.net/es/blog/tecnologia-sociedad/>
- Suárez, R. M., & Yagual, F. (2021). *Análisis de la experiencia del turista que visita la ciudad de Guayaquil a través de la teoría de las experiencias memorables*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17267>
- Suntaxi Rodríguez, G. A. (2020). *Implementación interactiva para el recorrido autoguiado en la Hostería San José de Sigchos*. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/www.dspace.uce.edu.ec>

- Tacuri Alvarez, J. E. (2023). “*La tecnología y el rendimiento académico en estudiantes de básica superior*”. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/15489>
- Turismo en cifras. (2025, abril 9). Principales Exportaciones no Petroleras y Mineras. *Portal de servicios*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/principales-exportaciones-no-petroleras-y-mineras/>
- Vidal-Gil, J., Carrasco-González, R. A., & Blasco-López, M. F. (2024). Data Platform for a Data-Driven Tourism Organization. A Conceptual Architecture. En A. J. Guevara Plaza, A. Cerezo Medina, & E. Navarro Jurado (Eds.), *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability* (pp. 103-112). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_10)
- Visser, J. (2025, mayo 20). The Key to Designing Engaging Self-Guided Tours | Arival. *Arival | The Resource for the Best Part of Travel*. <https://arival.travel/article/designing-engaging-self-guided-tours/>
- Wan Sarah Shuhada, W. S., Farah Nadiah, R., Nur Faza Atiqa, F., Siti Amalina, M. Y., Mohd Khairulanwar, M. Y., & Ellail Ain, M. A. (2024). Factors that influence domestic tourists’ decision to visit nature-based tourism destinations in the northern region of Malaysia. *Jurnal Intelek*, 19(1), 208-221. <https://doi.org/10.24191/ji.v19i1.24769>
- Wood, A. (s. f.). *Smartify secures £1.5M to transform arts and culture experiences*. Startups Magazine. Recuperado 16 de septiembre de 2025, de <https://startupsmagazine.co.uk/article-smartify-secures-ps15m-transform-arts-and-culture-experiences>
- Xie, C., Zhao, M., Li, Y., Tang, T., Meng, Z., & Ding, Y. (2023). Evaluating the Effectiveness of Environmental Interpretation in National Parks Based on Visitors’ Spatiotemporal Behavior and Emotional Experience: A Case Study of Pudacuo National Park, China. *Sustainability*, 15(10), 8027. <https://doi.org/10.3390/su15108027>

# APÉNDICE

## Apéndice 1. Encuesta.

 <b>CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO</b> <b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>																																																																																																																															
<b>OBJETIVO:</b> DISEÑAR UNA AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025.																																																																																																																															
<p><b>I. DATOS GENERALES</b></p> <p>a. Género</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Femenino</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Masculino</td> <td></td> </tr> </table> <p>b. Procedencia</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Nacional</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Extranjero</td> <td></td> </tr> </table> <p><b>II. PREGUNTAS</b></p> <p>1. ¿Qué fue lo que más le motivó a visitar la reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Contacto con la naturaleza</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Conocer la biodiversidad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Recomendación de otras personas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Curiosidad o interés personal</td> <td></td> </tr> </table> <p>2. ¿Le gustaría tener acceso a una audioguía que explique los puntos de interés durante su recorrido?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>3. ¿Preferiría recibir información turística sin depender de un guía turístico?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%;">SI</td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 40%;">NO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table> <p>4. ¿Considera que una audioguía digital puede hacer más autónoma su experiencia turística?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>5. ¿Está de acuerdo en que una audioguía le permitiría descubrir detalles del entorno que normalmente pasaría por alto?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>6. ¿Considera que la señalización de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena es suficiente para orientarse durante su visita?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>7. ¿La información proporcionada en los paneles interpretativos de la reserva le parece clara y comprensible?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%;">SI</td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 40%;">NO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table>	Femenino		Masculino		Nacional		Extranjero		Contacto con la naturaleza		Conocer la biodiversidad		Recomendación de otras personas		Curiosidad o interés personal		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		SI		NO		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		SI		NO		<p>8. ¿Qué tan importante considera recibir información de los atractivos turístico durante la visita?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Muy importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Poco importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nada importante</td> </tr> </table> <p>9. ¿En qué momento considera más adecuado recibir información turística?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Antes de iniciar la visita</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Durante el recorrido</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Al finalizar el recorrido</td> </tr> </table> <p>10. ¿Cuál de las tres opciones es de su preferencia para comprender mejor la información?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Corta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Detallada</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ambas</td> </tr> </table> <p>11. ¿Qué tan importante es para usted recibir información sobre la biodiversidad de la reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Muy importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Poco importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nada importante</td> </tr> </table> <p>12. ¿Considera importante que la audioguía digital incluya datos curiosos de la reserva?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Muy importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Poco importante</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nada importante</td> </tr> </table> <p>13. ¿Qué elementos le gustaría que incluya la audioguía digital para enriquecer su experiencia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Solo audio narrado</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Audio y texto explicativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Audio con imágenes de apoyo</td> </tr> </table> <p>14. ¿Cómo preferiría acceder a la audioguía digital?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Mediante un código QR en los atractivos turísticos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>A través de un enlace en la página web</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Descargando directamente la aplicación</td> </tr> </table> <p>15. ¿De qué manera cree que una audioguía digital podría mejorar su experiencia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Mayor comprensión de los atractivos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Mejor orientación en el recorrido</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Aumentar el interés y disfrute</td> </tr> </table> <p>16. ¿Qué tipo de voz le resulta más agradable para escuchar la información proporcionada por la audioguía digital?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 20%;">Voz masculina</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Voz femenina</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Voz juvenil</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Indiferente</td> </tr> </table>		Muy importante		Importante		Poco importante		Nada importante		Antes de iniciar la visita		Durante el recorrido		Al finalizar el recorrido		Corta		Detallada		Ambas		Muy importante		Importante		Poco importante		Nada importante		Muy importante		Importante		Poco importante		Nada importante		Solo audio narrado		Audio y texto explicativo		Audio con imágenes de apoyo		Mediante un código QR en los atractivos turísticos		A través de un enlace en la página web		Descargando directamente la aplicación		Mayor comprensión de los atractivos		Mejor orientación en el recorrido		Aumentar el interés y disfrute		Voz masculina		Voz femenina		Voz juvenil		Indiferente
Femenino																																																																																																																															
Masculino																																																																																																																															
Nacional																																																																																																																															
Extranjero																																																																																																																															
Contacto con la naturaleza																																																																																																																															
Conocer la biodiversidad																																																																																																																															
Recomendación de otras personas																																																																																																																															
Curiosidad o interés personal																																																																																																																															
Totalmente de acuerdo																																																																																																																															
De acuerdo																																																																																																																															
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																															
En desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																															
SI		NO																																																																																																																													
Totalmente de acuerdo																																																																																																																															
De acuerdo																																																																																																																															
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																															
En desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente de acuerdo																																																																																																																															
De acuerdo																																																																																																																															
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																															
En desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente de acuerdo																																																																																																																															
De acuerdo																																																																																																																															
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																															
En desacuerdo																																																																																																																															
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																															
SI		NO																																																																																																																													
	Muy importante																																																																																																																														
	Importante																																																																																																																														
	Poco importante																																																																																																																														
	Nada importante																																																																																																																														
	Antes de iniciar la visita																																																																																																																														
	Durante el recorrido																																																																																																																														
	Al finalizar el recorrido																																																																																																																														
	Corta																																																																																																																														
	Detallada																																																																																																																														
	Ambas																																																																																																																														
	Muy importante																																																																																																																														
	Importante																																																																																																																														
	Poco importante																																																																																																																														
	Nada importante																																																																																																																														
	Muy importante																																																																																																																														
	Importante																																																																																																																														
	Poco importante																																																																																																																														
	Nada importante																																																																																																																														
	Solo audio narrado																																																																																																																														
	Audio y texto explicativo																																																																																																																														
	Audio con imágenes de apoyo																																																																																																																														
	Mediante un código QR en los atractivos turísticos																																																																																																																														
	A través de un enlace en la página web																																																																																																																														
	Descargando directamente la aplicación																																																																																																																														
	Mayor comprensión de los atractivos																																																																																																																														
	Mejor orientación en el recorrido																																																																																																																														
	Aumentar el interés y disfrute																																																																																																																														
	Voz masculina																																																																																																																														
	Voz femenina																																																																																																																														
	Voz juvenil																																																																																																																														
	Indiferente																																																																																																																														

**Apéndice 2.** *Ficha de observación de los recursos interpretativos.*

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS RECURSOS INTERPRETATIVOS										
		Fecha de Observación:								
		Datos generales del espacio								
		Provincia:								
		Cantón:								
		Coordenadas GPS de la reserva:								
Tipos de recursos interpretativos			Idioma de los recursos interpretativos		Accesibilidad					
					Tipo		Medio de Transporte			Nivel de accesibilidad
Señalética	Guías locales		Terrestre		Vehiculó	Transporte publico		Apie		Bueno (Fácil acceso y señalado)
Paneles informativos	Centro interpretativo		Aéreo		bicicleta	Moto		Barco		Regular (acceso con algo de dificultad)
Mapa	Ninguno		Acuático							Limitada (difícil acceso o sin señalización)
			Español							
			Inglés							
			Otro:							
Estado de conservación de los recursos interpretativos										
Señalética	Bueno (Señales claras, visibles y completas)	Regular (Parcialmente visibles)			Malo (Faltantes, dañadas o confusas)					
Paneles informativos	Bueno (información completa, legible y actualizada)	Regular (Información limitada o un poco deteriorada)			Malo(Faltantes, dañadas o confusas)					
Mapa	Bueno (Completo, legible y actualizado)	Regular (parcialmente actualizado o un poco deteriorado)			Malo ( No disponible o ilegible)					
Centro interpretativo	Bueno(Operativo, limpio, material disponible)	Regular(parcialmente actualizado o un poco deteriorado)			Malo ( No disponible o ilegible)					
Guías locales	Bueno (Personal capacitado, información completa y clara)	Regular( Guías presentes, pero con información parcial o irregular)			Malo(No hay guías disponibles o mal informadas)					
<b>Nota:</b>										

**Apéndice 3.** Ficha de observación de los tres atractivos de la REMACOPSE.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LOS TRES ATRACTIVOS DE LA REMACOPSE											
						Fecha de Observación:					
						Datos generales del espacio					
						Provincia:					
						Cantón:					
						Coordenadas GPS:					
Accesibilidad				Estado de conservación del atractivo				Tipo de atractivo			
Tipo		Medio de Transporte				Alterado (Modificado por humanos)		No alterado (Natural, sin cambios)		Natural	
Terrestre		Vehiculó	Transporte publico	A pie		Conservado ( Bien cuidado)	Deteriorado ( Mal estado, dañado)			Cultural	
Aéreo		bicicleta	Moto	Barco							
Acuático											
Recursos interpretativos				Estados de conservación de los Recursos interpretativos							
Señalética		Guías locales		Señalética	Bueno (señal clara, visible y completa)	Malo (señales faltantes, dañadas o confusas)	Regular (señales parcialmente visibles o desactualizadas)				
Paneles informativos		Audioguía digital		Paneles informativos	Bueno (Información completa y legible)	Malo (Paneles dañados o faltantes)	Regular (Información limitada o un poco deteriorado)				
Centro informativo		Ninguno		Centro informativo	Bueno (Operativo, limpio o atención)	Malo (Esta cerrado, sin personal, sin material informativo disponible)	Regular (Funciona parcialmente, tiene material limitado o atención irregular)				
Afluencia turística				Guías locales	Bueno (Personal capacitado, información completa y clara)	Malo (No hay guías disponibles o mal informadas)	Regular( Guías presentes, pero con información parcial o irregular)				
Alta (turistas frecuentemente)		Baja (Casi no van turistas)		Tecnología	Bueno(Disponible, funcional y clara)	Malo (No disponible, Falta tecnología, No mejora la experiencia turística)	Regular(Casi no disponible, poco funcional o información limitada)				
Regular (Van todos los fines de semana, vacaciones y feriados)		Nula ( No se observan turistas)									
<b>Nota:</b>											

## Apéndice 4 - Matriz de consistencia



**Nombres y Apellidos Completos:** Noemi Mabel Game Pozo

**Fecha:** La Libertad, 19 de 05 de 2025

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la propuesta de Investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Idea a defender / Producto a obtener (si aplica)
Audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2025.	<b>Problema General:</b> ¿De qué manera una audioguía digital puede enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2025?	<b>Objetivo General:</b> Diseñar una audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2025.	Si aplica Audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística.
	<b>Sistematización del problema:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es el estado actual de la reserva y de los recursos interpretativos que posee para la experiencia turística del visitante?</li> <li>¿Cuáles son las preferencias de los visitantes respecto al tipo de información que desean recibir durante su visita?</li> <li>¿Cómo se podría adaptar una audioguía digital a los atractivos turísticos de la reserva y a las preferencias de los visitantes?</li> </ul>	<b>Objetivos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Investigar el estado actual de la reserva y los recursos interpretativos que posee para la experiencia turística del visitante</li> <li>Identificar las preferencias de los visitantes respecto al tipo de información que desean recibir durante su visita</li> <li>Proponer una audioguía digital en función de los atractivos turísticos de la reserva y las preferencias de los visitantes.</li> </ul>	
<b>Alineación con el eje de investigación</b>	Línea de investigación: Innovación de empresas turística Sublínea de investigación: Nuevas tecnologías aplicadas al turismo		
<b>Libros de bases para la investigación</b>	Libros físicos biblioteca UPSE:		0
	Libros digitales biblioteca UPSE		3
	Tesis grado:		10
	Tesis posgrado:		2
	Artículos alto impacto Scopus:		9
Artículos alto impacto WOS:		7	

Apéndice 5. Matriz de operacionalización de variables.



OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título	Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicador	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
AUDIOGUÍA DIGITAL COMO HERRAMIENTA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA REMACOPSE, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2025.	<b>Variable Independiente:</b>  Audioguía digital	La audioguía es un sistema electrónico que se usa generalmente en el sector turístico y cultural, donde las personas son guiadas mientras visitan un espacio o recorren un lugar (Calvo, 2020)	Accesibilidad Contenido interpretativo Utilidad percibida	Facilidad de uso de la audioguía. Claridad de la información que desean recibir los visitantes Nivel de interés generado por la audioguía digital	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo y cualitativo  <b>Alcance:</b> Descriptivo  <b>Diseño:</b> Investigación no experimental – transversal	Turistas que visitan la REMACOPSE, 11.112 día del trabajo. (Reserva De Producción De Fauna Marino Costero Puntilla De Santa Elena, 2025)  Muestra: muestreo es probabilístico  Formula Finita: $n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$	<b>Técnica:</b> encuesta <b>Observación directa</b>  <b>Instrumento:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• cuestionario con preguntas cerradas de opción múltiple y escala de Likert</li> <li>• Ficha de observación</li> <li>• Izi travel</li> </ul>
	<b>Variable dependiente</b> Experiencia turística	La experiencia turística es un fenómeno compuesto por elementos tangibles e intangible, que facilitan al turista vivir un momento memorable en el destino. (Rodríguez, 2016)	Satisfacción.  Comprensión.  Interés motivación y	Grado de satisfacción general con la visita y los recursos interpretativos disponibles.  Nivel de aprendizaje o entendimiento del lugar durante su recorrido.  <b>Motivación para explorar en la reserva</b>			

**Apéndice 6. Propuesta.**

**Apéndice 7. Estrategia 1. Audioguía digital.**

<p><b>Audioguía digital de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE)</b></p>
<p><b>Objetivo:</b> Diseñar una audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2025.</p>
<p><b>Principales actividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaboración de guiones</li> <li>✓ Audios mediante</li> <li>✓ Ruta para los tres atractivos de la reserva (IZI TRAVEL)</li> <li>✓ Seleccionar imágenes y efectos de sonidos relacionado la reserva</li> <li>✓ Utilizar QR y enlace para acceder al contenido</li> </ul>
<p><b>Autorización: Administración de la REMACOPSE</b></p>
<p><b>Política de funcionamiento</b></p> <p>La información que contenga la audioguía digital podrá actualizarse en caso de que se lo realice en un futuro, está diseñada para ser accesible y fácil de usar.</p>

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Apéndice 8. Detalle técnico.**

<p><b>Plataforma:</b>          IZI TRAVEL (app, web)          Compatible Android/ iOS.</p>	
<p><b>Formatos:</b>          Audios          Imágenes          Mapa web          Efectos de sonido          Texto (Guion)</p>	<p><b>Herramientas usadas:</b>          App de IZI TRAVEL          Código QR          Página web</p>
<p><b>Tiempo de duración:</b> (Indefinido)</p>	
<p><b>Alcance:</b>          Turista nacional, internacional y local</p>	

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Apéndice 9. Contenidos de la audioguía digital.**

<p><b>Contenidos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bienvenida</li> <li>✓ Historia de la REMACOPSE</li> <li>✓ Biodiversidad de la reserva</li> <li>✓ La Chocolatera</li> <li>✓ Cerro El Morro</li> <li>✓ La Lobería</li> <li>✓ Datos Curiosos</li> <li>✓ Actividades permitidas</li> </ul>
---

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 10. Página principal de la audioguía digital.

**Página Principal de la Audioguía Digital**



**Audioguía**

## Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena

★★★★★ 0 reseña | Salinas | [Gratis](#)

Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

- 1  Bienvenida
- 2  Historia de la REMACOPSE
- 3  La Lobería
- 4  La Chocolatera
- 5  Cerro El Morro
- 6  Biodiversidad
- 7  Datos curiosos
- 8  Actividades permitidas

Mapa Satélite



Combinaciones de teclas | Datos del mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies | Términos | Notificar un problema de Maps

**Apéndice 11. Recursos utilizados.**

<b>Recursos digitales:</b>	
✓	Guiones sobre los atractivos
✓	Audios generados
✓	Fotografías tomadas
✓	Efecto de sonidos
✓	Mapa automático de IZI TRAVEL
✓	Código QR automático
✓	Página web – App IZI TRAVEL
<b>Herramientas:</b>	
✓	IZI TRAVEL
✓	Audio
✓	Teléfono móvil (Imágenes)

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

**Apéndice 12 - Guiones de la audioguía digital**

<p><b>Nombre: Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE)</b></p> <p>Fecha: 11 de octubre</p> <p>Audiencia: turista internacional, nacional y local</p> <p>Duración:</p>
<p style="text-align: center;"><b>Pista 01- Bienvenida</b></p> <p>Control SFX (Efecto de sonido)</p> <p>Locutor/a 1 (Voz femenina)</p>

Bienvenido a la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena, conocida como REMACOPSE.

Forma parte del sistema nacional de áreas Protegidas del Ecuador SNAP y que es administrada por el Ministerio de Ambiente y Energía, además de mantener un acuerdo interministerial entre ministerio de Ambiente y ministerio de defensa que permiten un uso coordinado entre ambas instituciones para el disfrute de los visitantes que llegan a los diferentes sitios de visita.


Te encuentras ubicado en la parte más destacada de la costa del Ecuador, donde, el sonido del mar se fusiona con el vuelo de las aves y la calma del paisaje árido. La REMACOPSE resguarda un tesoro natural de 52.435 hectáreas, de las cuales el 98 % corresponde al sector marino y solo el 2 % al área terrestre. Fue creada el 23 de septiembre de 2008 a través del acuerdo ministerial 1476.

Su objetivo: es conservar la biodiversidad marina y costera, proteger los ecosistemas y promover un turismo responsable que vincula al visitante con la naturaleza. La REMACOPSE protege paisajes donde florecieron culturas ancestrales que dieron origen a la península de Santa Elena. Dentro de su territorio también se asientan instalaciones militares de la Fuerza Terrestre, la Armada del Ecuador y la Fuerza Aérea, que conviven con los programas de conservación ambiental del área protegida.

Te invitamos a recorrerla con los sentidos abiertos, a escuchar sus sonidos, observar sus colores y dejarte guiar por las historias que guarda cada rincón.

Apéndice 13. Bienvenida.

### Bienvenida




**Audioguía**








## Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena

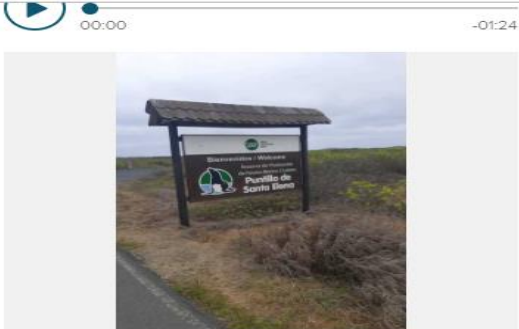
★★★★★ [0 reseña](#) | [Salinas](#) | [Gratis](#)

Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

Resumen de audiotour

- 1  Bienvenida
- 2  Historia de la REMACOPSE
- 3  La Lobería
- 4  La Chocolatera
- 5  Cerro El Morro
- 6  Biodiversidad
- 7  Datos curiosos




00:00 -01:24

Compartir

Bienvenido a la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena, conocida como REMACOPSE.

Anterior Siguiente



Mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### **Pista 02- Historia de la REMACOPSE**

Control SFX (Efecto de sonido)

Locutor/a 2 (Voz femenina)

Mucho antes de que existieran carreteras o edificios, estas costas ya estaban habitadas por pueblos que veneraban al mar.

Llamaban a este lugar Sumpa, una palabra de origen chimú que significa “punta”.

Aquí convivían con el mar y la tierra, recolectaban conchas, pescaban, y observaban el paso de ballenas y aves migratorias.

Aquí llueve poco, el viento sopla casi todo el año, y las temperaturas promedio varían entre 23 y 26 °C.

Control SFX (Efecto de sonido)

Bajo este cielo, la vida florece. En las colinas crece el cactus candelabro, símbolo del paisaje peninsular, y en el mar se mueven miles de especies que forman parte del equilibrio ecológico.


Hoy, la REMACOPSE mantiene viva esa memoria ancestral, invitándote a sentir el mismo asombro que los primeros pobladores sintieron al mirar este horizonte sin fin.

Cuando recorras por REMACOPSE, no solo estás sobre un suelo natural, sino también sobre una memoria más de 14.000 años. Esta área no solo contiene vida, sino que además conserva orígenes más profundos de nuestro pasado.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 14. Historia de la REMACOPSE.

### Historia de la REMACOPSE




**Audioguía**

## Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena

★★★★★ [0 reseña](#) | [Salinas](#) | [Gratis](#)

Solo en Español Compartir


Descargue Tour a su teléfono: 

Resumen de audiotour

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMA COPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos

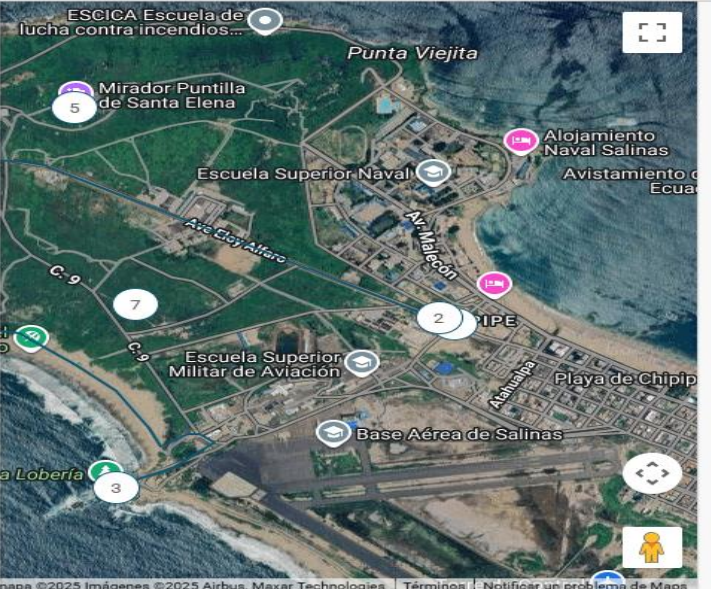
### 2 Historia de la REMACOPSE

00:00 -01:42



Compartir

AnteriorSiguiente



mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### **Pista 04-La Lobería**

Locutor/a 4 (Voz femenina)

La Lobería, uno de los lugares más emblemáticos y carismáticos de la REMACOPSE.

Este sitio es el hogar de una colonia de lobos marinos sudamericanos, una especie que ha hecho de estas rocas su refugio natural. Aquí entre el viento y el sol, reposan los lobos marinos mientras juegan y delimitan su territorio con sus ruidosos gritos.

Control SFX (efecto de sonido):

La Lobería, ubicada dentro de la Reserva, y lugar donde reposan los lobos. Punta Brava, un lugar en el que las olas pegan con fuerza, pero la vida marina florece.

Control SFX (efecto de sonido):


En estas aguas también viven tortugas marinas, peces y Aves migratorias como piqueros, gaviotas y fragatas que vuelan sobre la costa en busca de su alimento. Las corrientes frías y el suelo rocoso constituyen un ambiente ideal para los crustáceos y macroinvertebrados, que representan la base alimenticia de esta colonia de lobos marinos.

Con el paso de los años, La Lobería se ha transformado en un emblema de conservación. Su acceso plenamente controlado y su observación responsable ha ayudado a mantener la tranquilidad de los lobos y sobre todo a reducir el impacto ambiental que pueden causar las actividades turísticas dentro del destino.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 15. La Lobería.


### La Lobería



**Audioguía**  
**Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Punta de Santa Elena**

★★★★★ [0 reseña](#) | [Salinas](#) | [Gratis](#)

Solo en Español Compartir


Descargue Tour a su teléfono: 

Resumen de audiotour

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos

#### 3 La Lobería


00:00 -01:06



Compartir

La Lobería uno de los lugares más emblemáticos

Anterior Siguiente



mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### **Pista 03-La Chocolatera**

Locutor/a 3 (Voz femenina)

La Chocolatera, el punto más sobresaliente del Ecuador continental. Aquí termina la tierra firme y comienza la inmensidad del Pacífico.

Control SFX (Efecto de sonido)

Este paisaje, tallado durante siglos por la fuerza del mar y el viento, es parte esencial de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena, la REMACOPSE.

Su nombre proviene del fenómeno natural que puedes ver ante tus ojos: el choque entre la corriente fría de Humboldt y la corriente cálida del niño. Ese encuentro provoca un torbellino de espuma marrón, como el chocolate líquido que le da nombre a este lugar.

Control SFX (Efecto de sonido)


Cuenta con 5 miradores: mirador El Soplador, mirador La Chocolatera, mirador El Gaviotín, mirador El Puntilla y El Faro y es un entorno natural rústico.

Este sitio también es testigo de un espectáculo inolvidable: entre junio y septiembre, las ballenas jorobadas llegan desde la Antártida para reproducirse. Si tienes suerte, podrás verlas saltar a lo lejos o escuchar su canto grave resonando entre las olas.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 16. La Chocolatera.


### La Chocolatera



**Audioguía**  
**Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena**

★★★★★ 0 reseña | [Salinas](#) | [Gratis](#)

Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

audiotour


- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos
- Actividades

#### 4 La Chocolatera

▶


●

00:00-01:06



Compartir

◀ AnteriorSiguiente ▶



mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies | Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### **Pista 05-Cerro El Morro**

Locutor/a 5 (Voz femenina)

Control SFX (Efecto de sonido)

Cerro El Morro, uno de los miradores naturales más importantes de la reserva. Desde esta altura, la Puntilla de Santa Elena se muestra en todo su esplendor. Hacia el oeste, el mar infinito; hacia el este, los tonos dorados bosque seco tropical

Este cerro es un punto estratégico para la interpretación ambiental. Aquí puedes apreciar cómo la corriente fría de Humboldt moldea el paisaje, dando lugar a un ecosistema de matorral seco litoral, característico de la costa ecuatoriana y el choque de la corriente de Humboldt y la corriente del niño.


En este ambiente habitan 28 especies de plantas, entre las cuales encuentras a el imponente cactus candelabro. También habitan aves terrestres y marinas, como el gallinazo, cucuve. Si observas detenidamente podrás ver con atención, cómo los reptiles se camuflan entre las piedras y cómo el viento forma melodías al pasar entre los cactus.

El Centro de Interpretación Ambiental, que explica la historia natural, la biodiversidad y los procesos ecológicos de la reserva, se encuentra ubicada en la parte alta.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 17. Cerro El Morro.


### Cerro El Morro



**Audioguía**  
**Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena**

★★★★★ [0 reseña](#) | [Salinas](#) | [Gratis](#)


Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro**
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos
- 8 Actividades permitidas


#### 5 Cerro El Morro

▶00:00-01:22



Compartir

◀ AnteriorSiguiente ▶



Mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### **Pista 06-Biodiversidad**

Locutor/a 6 (Voz femenina)

Control SFX (Efecto de sonido)

Los ecosistemas que conforman esta reserva son tan variados como sorprendentes: arrecifes rocosos, acantilados, playas mixtas, matorrales secos y espinales litorales. Cada uno cumple un papel vital en el equilibrio ecológico de la costa ecuatoriana.


En los meses de julio a octubre, el cielo suele cubrirse con neblinas y garúas, mientras el viento alcanza velocidades de hasta 12 kilómetros por segundo, modelando la forma de los acantilados y las dunas costeras.

En la reserva habitan, lobos marinos, tortugas marinas, pelícanos, fragatas, gallinazo, cucuve, pulpos, además pueden observar ballenas jorobadas en los meses que viajan por las costas ecuatorianas, tiene más de 160 especies de aves y 28 especies de plantas, mientras que bajo la superficie se esconden corales, moluscos y pequeños crustáceos que forman parte de un ecosistema vital.

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Apéndice 18. Biodiversidad.

## Biodiversidad




**Audioguía**

### Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Puntilla de Santa Elena

★★★★★ [0 reseña](#) | [Salinas](#) | [Gratis](#)


Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad**
- 7 Datos curiosos
- 8 Actividades permitidas

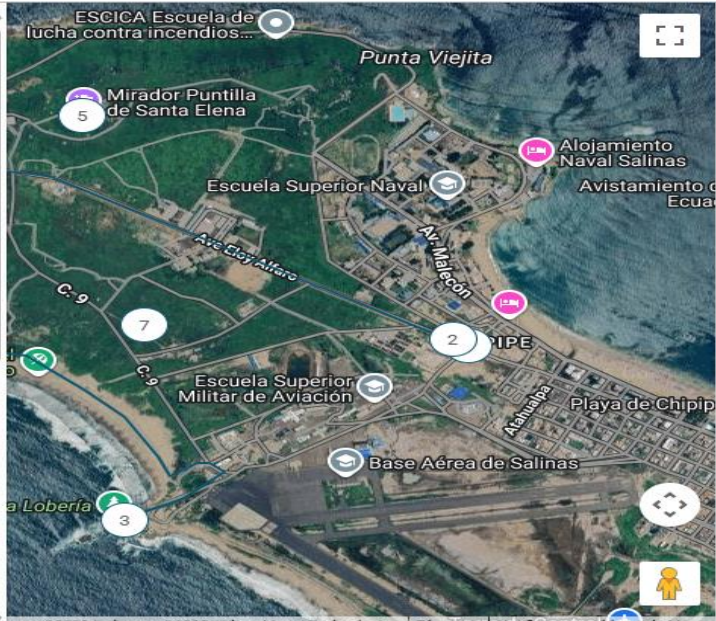
### 6 Biodiversidad

00:00 -00:49



Compartir

AnteriorSiguiente



©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies | Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### Pista 07-Datos Curiosos

Control SFX (Efecto de sonido)

Locutor/a 7 (Voz femenina)


Este es el lugar donde se registra la mayor fuerza del viento de toda la península, alcanzando hasta 50 km por hora en temporada alta en el mirador el Morro.

Los lobos marinos son animales que duermen en grupo, se comunican por rugidos, y los machos pueden pesar hasta 350 kilos. Además, cada verano cambian su pelaje, y durante este proceso prefieren permanecer sobre las rocas sin ser molestados.

Elaborado por: Game Pozo Noemi Mabel

### Apéndice 19. Datos curiosos.

### Datos curiosos




**Audioguía**

## Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Punta de Santa Elena

★★★★★ 0 reseña | Salinas | [Gratis](#)

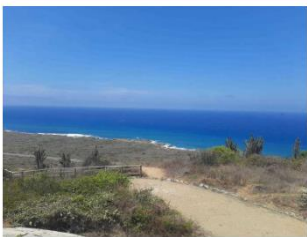
Solo en Español [Compartir](#)

Descargue Tour a su teléfono: 

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos
- 8 Actividades permitidas

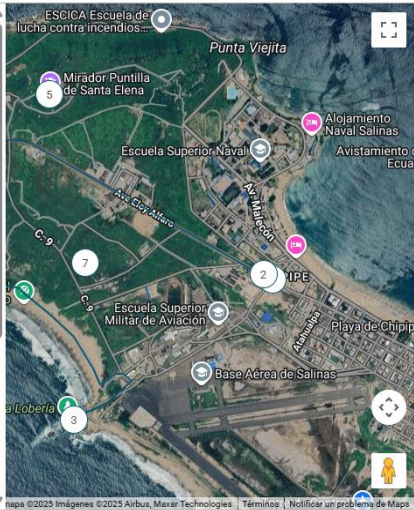
#### 7 Datos curiosos

▶
00:00
-00:29



[Compartir](#)

◀ Anterior
Siguiente ▶



Mapa ©2025 Imágenes ©2025 Airbus, Maxar Technologies | Términos | Notificar un problema de Maps

Duración:

### Pista 08-Actividades permitidas

Control SFX (Efecto de sonido)

Locutor/a 8 (Voz femenina)

En los tres atractivos puedes:

- ✓ Disfrutar la observación de flora y fauna
- ✓ Son perfectos para fotografía paisajística
- ✓ También puedes hacer senderismo y recorrer en bicicleta
- ✓ En zonas autorizadas puedes practicar surf

Con estas actividades permitidas se puede disfrutar de la reserva sin alterar el entorno natural.

Elaborado por: Game Pozo Noemi Mabel

### Apéndice 20. Actividades permitidas.

## Actividades permitidas



**Audioguía**

### Reserva de Producción de Fauna Marino Costero Punta de Santa Elena

★★★★★ 0 reseña | Salinas | Gratis

Solo en Español Compartir

Descargue Tour a su teléfono: 

- 1 Bienvenida
- 2 Historia de la REMACOPSE
- 3 La Lobería
- 4 La Chocolatera
- 5 Cerro El Morro
- 6 Biodiversidad
- 7 Datos curiosos
- 8 Actividades permitidas

### 8 Actividades permitidas

00:00 -00:23



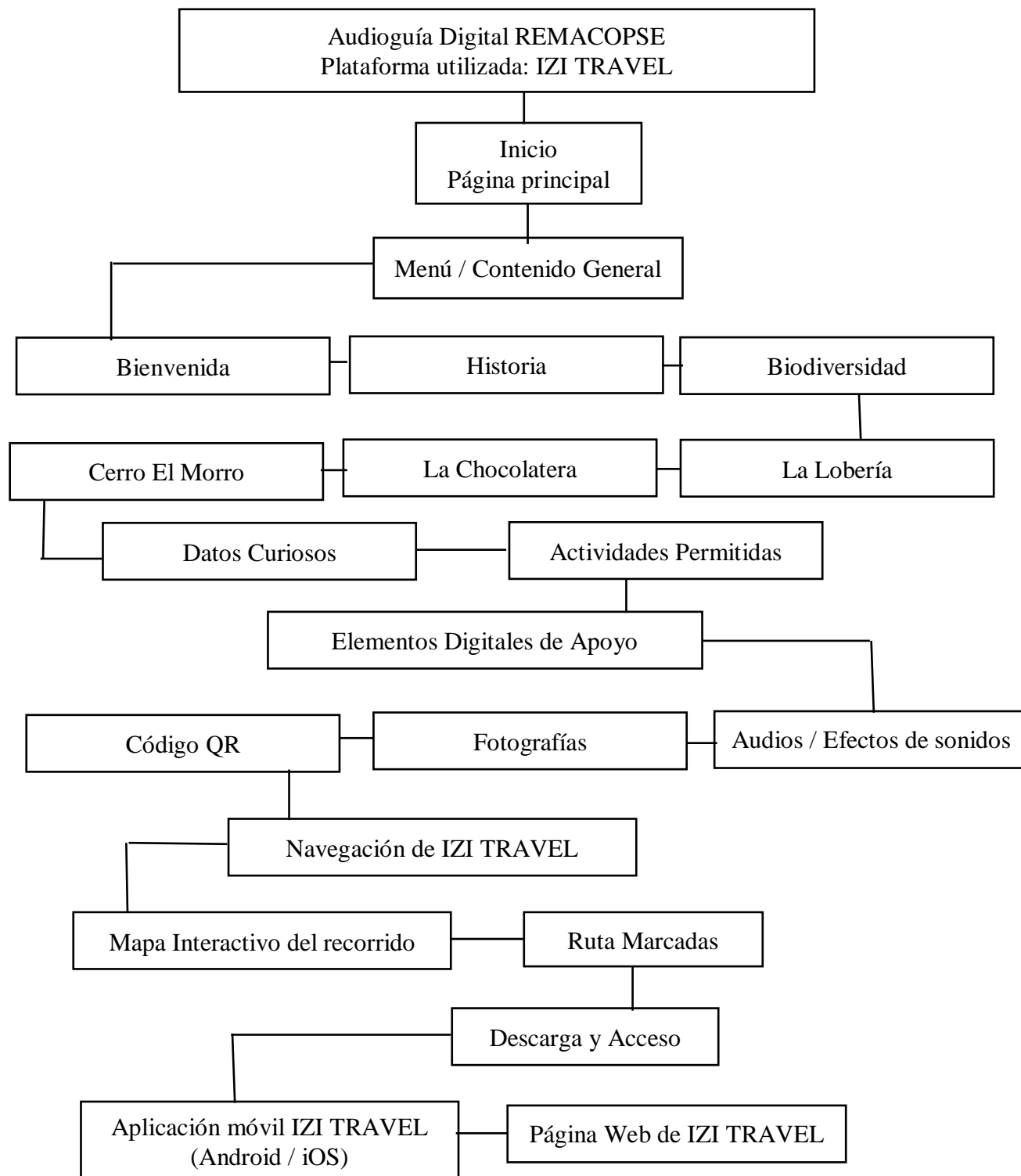
Compartir

Anterior



mapa © 2025 imágenes © 2025 Airbus, Maxar Technologies | Términos | Notificar un problema de Mapa

**Apéndice 21.** Estructura del contenido de la audioguía digital REMACOPSE.



<https://izi.travel/es/browse/e8834d15-8be9-42a2-ada6-7cb7df5391ed>

**Apéndice 22. Presupuesto.**

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Redacción de guiones (11 pistas)	11	\$10	\$110
Audio de voz	11	\$8	\$88
Edición de audio	1	\$5	\$55
Fotografía en campo (3 atractivos)	1	\$40	\$40
Organización del tour en IZI través	1	\$50	\$50
Efectos de sonido	1	\$15	\$15
Imprevistos (10%)	--	--	\$35,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$393,80</b>

**Elaborado por:** Game Pozo Noemi Mabel

Nota: Para la realización de la audioguía digital el presupuesto estimado \$393,80, observación puede variar al momento de realizar la propuesta.

**Apéndice 23.** Encuestas a los visitantes de la REMACOPSE.



*Apéndice 24. Encuestas a los visitantes de la REMACOPSE.*



## Apéndice 25. Carta Aval.



Ministerio del Ambiente, Agua  
y Transición Ecológica

**Salinas, 7 de julio 2025.**

**Para:** Lcda. María Fernanda Alejandro Lindao. MSc.  
**Directora (E) Carrera de Turismo-UPSE.**

**Asunto:** Autorización para realizar actividades investigativas en REMACOPSE.

De mi consideración:

En referencia al Oficio No. 172-D (E)CHYT-T-MFAL-2025, emitido el 23 de junio 2025, en el cual se solicita una carta aval para desarrollar el trabajo de integración curricular denominado "Audioguía digital como herramienta para enriquecer la experiencia turística en la REMACOPSE, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2025"; tengo a bien informar, con base a la Normativa Ambiental Vigente, la administración de la Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena, **AUTORIZA** a la Srta. Noemi Game Pozo, con cédula de identidad 2450569963, estudiante de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a realizar actividades investigativas en la REMACOPSE.

**De acuerdo a las siguientes especificaciones:**

1. Periodo de vigencia de la presente autorización: julio-diciembre 2025.
2. Horario de actividades: 08:00-17:00
3. Lugar y extensión del área solicitada: Chocolatera, Lobería, El Morro.
4. Para el control de actividades de investigación, las estudiantes deberán permitir el acompañamiento y asesoramiento de funcionarios de esta Cartera de Estado.

**Actividades permitidas:**

- Encuestas a los visitantes / usuarios de la REMACOPSE.
- Levantamiento de información en los sitios de visita.
- Desarrollo audiovisual de los espacios turísticos y naturales de la REMACOPSE.



#### **OBLIGACIONES DE LA SOLICITANTE.**

La estudiante y personal de apoyo que ingresen a estos espacios naturales deberán acatar las disposiciones y normativas de los Guardaparques de la REMACOPSE durante el desarrollo de sus actividades, en cada uno de los sitios de visita del área protegida.

La solicitante deberá entregar previamente el modelo de encuesta a utilizar, así como también el guion de la audioguía para aprobación de la administración de la REMACOPSE.

La estudiante deberá colocar el nombre completo del área protegida en todo el material impreso y/o digital que vaya a utilizar/entregar en el desarrollo de su proyecto de titulación.

Se prohíbe el ingreso y consumo de sustancia estupefacientes y psicotrópicas.

Se prohíbe ingresar con mascotas u otras especies introducidas que no sean parte del medio natural.

Se prohíbe arrojar desechos de cualquier naturaleza al ambiente (mar, playa, instalaciones, etc.).

La solicitante y personal de apoyo no podrán causar daño a la infraestructura, vegetación, animales u otros recursos del área.

**NOTA:** *Una vez concluida la fase de campo y analizada la información, deberá entregar física y digitalmente una copia de la investigación con todos los resultados alcanzados, a la administración de REMACOPSE.*

**EL INCUMPLIMIENTO DE CUALQUIERA DE ESTAS DISPOSICIONES, EL USO INDEBIDO DE ESTE DOCUMENTO, ASÍ COMO EL INCUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES, ADMINISTRATIVAS O TÉCNICAS ESTABLECIDAS EN LA MISMA SERÁN SANCIONADAS CONFORME LO ESTABLECIDO EN LA NORMATIVA AMBIENTAL VIGENTE.**



Ministerio del Ambiente, Agua  
y Transición Ecológica

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



Sr. Anderson Germán Velasco Molina.

**ADMINISTRADOR (E) DE ÁREAS PROTEGIDAS Y VIDA SILVESTRE.**