



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

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

**EL ROL DEL TURISMO SOSTENIBLE DESDE LA PERSPECTIVA DE
LOS TURISTAS EN LA COMUNA ENGABAO, AÑO 2026.**

TUTORA:

JESSENIA MORENO MANZO PHD.

AUTORA:

DAYANARA DEL ROCÍO CALLE CALDERÓN.

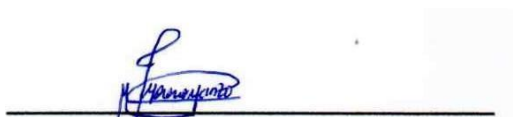
PLAYAS – ECUADOR.

2026-1.

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “El rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026”, elaborado por la Srta. **Dayanara Del Rocío Calle Calderón**, egresada de la Carrera de **Licenciatura en Turismo**, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Turismo**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Jessenia Stefania Moreno Manzo, PhD.

Profesora tutora.

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado **“El rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao año 2026”**, 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, **Dayanara Del Rocío Calle Calderón** con cédula de identidad número **0925629743**, 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.



Calle Calderón Dayanara Del Rocío.

C.C. No.: 0925629743.

Agradecimiento.

La culminación de esta tesis no sería posible sin el apoyo y la orientación de cada uno de mis docentes por haber compartido cada uno de sus conocimientos en el trayecto de mi formación universitaria. Mi agradecimiento especial para mi tutora Jessenia Moreno Manzo PhD que supo tener una paciencia infinita en este arduo trabajo, sin olvidarme de mi especialista Miguel Orden PhD, que despejaron con enseñanza cada una de mis dudas. En el transcurso de la carrera estuve a punto de abandonar la meta, sin embargo, las motivaciones que compartió Esther Mullo MSc, Stephy Naranjo MSc, fue aquello que me siguió motivando junto al carácter ejemplar de Paola Peralta MSc, gracias a todos quienes fueron parte de cada uno de nuestros procesos.

Dedicatoria

En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme, darme su fortaleza, salud y la sabiduría necesaria para culminar esta importante etapa de mi vida académica. Dedico un espacio de mi trabajo a cada uno de mis acompañantes que hicieron que todo esto sea posible comenzando desde mi tía que fue la persona que me motivó a que creciera profesionalmente, incluso cuando ni yo creía en mí, decidió ser mi tutora maternal y representativa en mi carrera antes de comenzar junto a mi tío que tal vez con algo de humor querían verme como una profesional, lamentablemente no alcanzaron a verme lograr nuestro sueño. También deseo agradecer a mi abuelo, por haberme dado la oportunidad que é no tuvo con todo su esfuerzo de acompañarme desde un siempre, a mi mamá que se esforzó trabajando dándome un ejemplo de que todo es posible incluso cuando mi padre nos cerraba las puertas laboralmente y educativamente, sin dejar a un lado a mi pareja, pero no menos importante mi compañero de varias noches en las que se quedaba junto a mí tratando de darme ánimos cuando quería abandonar mi carrera por una serie de obstáculos del camino, cuyo pilar fue esencial en este trayecto, doy por terminado mi trabajo de titulación con eterno agradecimiento hacia todos, los sueños son posibles siempre y cuando nos propongamos alcanzarlos para poder cumplirlos.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

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



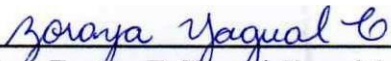
Lic. Miguel Á. Orden Mejía. Ph.D.
PROFESOR ESPECIALISTA



Lcda. Jessenia S. Moreno Manzo. Ph.D.
PROFESORA TUTORA



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



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

INDICE

Resumen	9
Abstract	10
1. Introducción	11
Planteamiento del problema	12
Sistematización	13
Objetivos específicos	13
Justificación	14
Capítulo I. Marco Referencial	16
Turismo sostenible	19
Importancia del turismo sostenible	20
El valor percibido.	21
Importancia sobre el valor percibido.....	22
Factores de turismo sostenible en destinos costeros	31
Factor económico.	32
Factor social	33
Factor ambiental	35
Capítulo II Metodología	38
Diseño de investigación.	38
Métodos de la investigación	38
Población y muestra	39
Recolección y Procesamiento de los datos	50
ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO.....	54
REGRESIÓN LINEAL	57
SEM MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	58
Discusión.	63
Conclusiones.....	66
Recomendaciones	67
Referencias	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Factores del Turismo Sostenible	30
Tabla 2 Datos Sociodemográficos	50
Tabla 3 Cargas Factoriales	53-54
Tabla 4 Modelo de medidas	58
Tabla 5 Validación y Revalidación de datos	59
Tabla 6 Resultado Estructural	61

INDICE DE FIGURAS

Imagen 1 Diagrama de prisma.....	36
Imagen 2 Modelo Estructural de la relación entre Turismo sostenible y Valor percibido	60

Resumen

El presente trabajo de titulación “El rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026”, tiene como objetivo Analizar el rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas y su relación con el valor percibido para contribuir el fortalecimiento del desarrollo local de la comuna Engabao durante el año 2026. Se busca examinar los principales factores del turismo sostenible percibidos por los turistas en la comuna Engabao e Identificar el valor percibido por los turistas que visitan la comuna durante el año 2026. La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque cuantitativo y descriptivo, utilizando encuestas estructuradas a 384 turistas nacionales e internacionales. Los resultados indican que los visitantes presentan altos niveles de satisfacción con la experiencia turística. La mayoría considera que los servicios cumplen sus expectativas, reconocen una adecuada relación entre calidad y precio, se manifiesta disposición para recomendar la comuna Engabao como destino turístico y regresar en futuras ocasiones. Esto genera que el destino ofrezca experiencias positivas que fortalecen su posicionamiento turístico.

. Así mismo los resultados permiten concluir que existe una relación positiva entre el turismo sostenible y el valor percibido por los turistas. La adecuada gestión de los componentes ambientales, sociales y económicos influyen favorablemente en la satisfacción de los visitantes, incrementa la percepción de calidad de la experiencia y fortalece la competitividad del destino, confirmando el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

Palabras clave: turismo sostenible, valor percibido, desarrollo local.

Abstract

This thesis, titled "The Role of Sustainable Tourism from the Perspective of Tourists in the Engabao Commune (2026)," aims to analyze the role of sustainable tourism from the tourists' perspective and its relationship with perceived value, in order to contribute to strengthening local development in the Engabao commune during 2026. The study seeks to examine the key factors of sustainable tourism as perceived by tourists in the Engabao commune and to identify the value perceived by those visiting the area in 2026. The research employed a quantitative and descriptive approach, utilizing structured surveys administered to 384 domestic and international tourists. The results indicate that visitors report high levels of satisfaction with the tourism experience. The majority consider that services meet their expectations and recognize a good price-quality ratio; furthermore, they express a willingness to recommend the Engabao commune as a tourist destination and to return in the future. Consequently, the destination generates positive experiences that strengthen its tourism positioning. Additionally, the results lead to the conclusion that there is a positive relationship between sustainable tourism and the value perceived by tourists. Proper management of environmental, social, and economic components favorably influences visitor satisfaction, enhances the perceived quality of the experience, and strengthens the destination's competitiveness, thereby confirming the fulfillment of the research's general objective.

Introducción

El turismo se ha establecido como uno de los principales sectores económicos a nivel mundial debido a su aportación al crecimiento de la economía general, la creación de empleo y el intercambio cultural entre las distintas regiones. En la actualidad, el turismo sostenible ha pasado a ocupar un lugar destacado, al impulsar un desarrollo equilibrado en el que intenta satisfacer las necesidades que tienen los turistas, sus visitantes, sin comprometer los recursos económicos, culturales y sociales de las comunidades anfitrionas. Este tipo de turismo también ayuda a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, dado que promueve un equilibrio entre el desarrollo de la economía, la conservación del medio ambiente y el bienestar social (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, TURISMO, 2024).

De un modo internacional, el ecoturismo ha ido constituyéndose como una estrategia en un intento de reducir algunos de los impactos negativos que produce el turismo convencional, como la degradación medioambiental, la pérdida de la biodiversidad, o la destrucción del patrimonio cultural. En el caso de Latinoamérica, el ecoturismo puede ser visto como una oportunidad para fomentar el desarrollo económico de las comunidades locales mediante la apropiación responsable de sus recursos naturales y culturales; algo que, a su vez, presenta retos en la planificación, gestión de los destinos turísticos y participación de los diferentes actores sociales, acciones que podrían contribuir a frenar el desarrollo sostenible del ecoturismo (ONU, TURISMO, 2024).

En Ecuador, el turismo se asienta como un sector estratégico para la consecución del desarrollo social y económico, en particular de las comunidades costeras que cuentan con un notable recurso natural y cultural. En este sentido, la comuna Engabao del cantón General Villamil Playas, tal como se desarrolla en la literatura sobre turismo, se identifica como un lugar con playas que son conocidas por la práctica del surf, por su riqueza paisajística, por su gastronomía tradicional basada en productos del mar, aspectos que le dan un gran potencial para convertirse en un destino de turismo sostenible. Pero nos encontramos en el contexto de un destino en el que existen retos en la promoción del destino, en el fortalecimiento de prácticas sostenibles y en la mejora de la experiencia del visitante, elementos que son fundamentales para que se produzca un aumento del valor percibido del destino turístico (Carranza & García, 2024).

Siguiendo esta línea, es pertinente conocer cómo los turistas que concurren a Engabao durante el período de 2026 perciben el turismo sostenible; es decir, sus impresiones y cómo valoran las prácticas sostenibles de uso y consumo en el destino y la responsabilidad en el uso de los recursos que desarrollan en su experiencia turística. Los hallazgos de esta investigación contribuirán a generar información útil que promueva la gestión del destino, favorezca el grado de satisfacción de los turistas, así como procesos que favorezcan un desarrollo sostenible en el territorio de la comuna Engabao, y también en el ámbito más general que se refiera al turismo y a la comunidad local (**Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018**).

Planteamiento del problema

El turismo es una de las actividades económicas más relevantes para el desarrollo de los espacios, ya que genera empleo, hace funcionar las economías de los espacios y permite llevar a cabo un intercambio cultural. Sin embargo, el crecimiento veloz del turismo ha tenido también efectos negativos en el medio natural, en los recursos naturales y en el patrimonio cultural, y ha hecho que se acepte el turismo sostenible como una estrategia para satisfacer las necesidades de los visitantes y de las comunidades receptoras sin comprometer las de las generaciones futuras (ONU, TURISMO, 2024).

El aumento del turismo sostenible en América Latina y en Ecuador constituye una oportunidad de potenciar el desarrollo económico de las comunidades mediante el aprovechamiento responsable de sus recursos naturales y culturales. Sin embargo, hay diversos destinos turísticos que todavía padecen limitaciones en lo que respecta a la planificación, la gestión sostenible, la conservación del medio natural, así como la intervención de los diferentes actores implicados, factores que dificultan la implementación de modelos turísticos sostenibles y competitivos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2023).

En el contexto local, la comuna de Engabao, perteneciente al cantón General Villamil Playas, posee un elevado potencial turístico por sus playas, la práctica del surf, su biodiversidad y su gastronomía tradicionalmente reconocida. A pesar de estas destrezas, el punto turístico que se revisa, aún presenta ciertas debilidades concretas en la promoción de su turismo, la aplicación de prácticas de sostenibilidad de esta clase

y el reforzamiento del tipo de experiencia que proporciona al visitante. De esta forma, esta debilidad puede influir en lo que perciben los turistas sobre el destino turístico, lo que influye, a su vez, en el valor que perciben, el cual se entiende como la forma en la que el visitante examina las impresiones que resulta de su experiencia turística en relación a los esfuerzos o costes (Chen & Chen, 2026).

Por lo tanto, es esencial analizar el papel del turismo sostenible a partir de la conducta de los turistas de la comuna Engabao durante el año 2026, para determinar cuáles son los factores que caracterizan el turismo sostenible en el lugar, conocer el valor que los turistas perciben y analizar la relación existente entre las dos variables estudiadas. Con la obtención de resultados se generará información que va a permitir ayudar a fortalecer la gestión turística, mejorar la experiencia de los turistas y poner en práctica estrategias que ayuden al desarrollo sostenible en la comuna de Engabao.

Sistematización

- ¿Cuáles son los principales factores del turismo sostenible percibidos por los turistas en la comuna de Engabao durante el año 2026?
- ¿Cuál es el valor percibido por los turistas que visitan la comuna de Engabao durante el año 2026?
- ¿Cuál es la relación entre el turismo sostenible y el valor percibido de los turistas en la comuna de Engabao durante el año 2026?

Formulación del problema.

¿Cuál es el rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas y su relación con el valor percibido en la comuna Engabao durante el año 2026?

Objetivo general.

Analizar el rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas y su relación con el valor percibido para contribuir al fortalecimiento del desarrollo local de la comuna de Engabao durante el año 2026.

Objetivos específicos.

- Examinar los principales factores del turismo sostenible percibidos por los turistas en la comuna Engabao durante el año 2026.
- Identificar el valor percibido por los turistas que visitan la comuna Engabao

durante el año 2026.

- Determinar la relación entre el turismo sostenible y el valor percibido de los turistas en la comuna Engabao durante el año 2026.

Justificación

La investigación presentada se justifica por su relevancia social, académica y práctica al considerar que el turismo sostenible es una estrategia para potenciar el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades receptoras; hoy en día, los destinos turísticos deben aplicar prácticas de sostenibilidad que protejan tanto sus recursos culturales y naturales como las experiencias satisfactorias de los turistas. Saber sobre la percepción de los turistas respecto al valor que asignan a ese tipo de prácticas adquiere, en este sentido, una importancia capital para fomentar la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos.

Desde un punto de vista teórico, el trabajo de investigación fortalecerá el conocimiento de la temática del turismo sostenible y el valor del turista, y ambas variables se relacionarán para explicar la influencia de las prácticas sostenibles sobre la experiencia y la valoración del destino turístico; así, también será un referente para futuros trabajos relacionados con turismo sostenible, percepción del turista y desarrollo local.

Desde el punto de vista práctico, el trabajo de investigación permitirá la identificación de los factores del turismo sostenible percibidos por los turistas que visitan la comuna Engabao, así como también se podrá determinar el valor que los turistas perciben de su experiencia y la relación que existe entre estas dos.

Los resultados podrán servir a las autoridades locales, a los prestadores de servicios turísticos y a la comunidad para implementar estrategias en torno a la gestión del destino, para mejorar la calidad del servicio y para consolidar a Engabao como un destino de turismo sostenible y competitivo.

Desde la óptica social, la investigación beneficiará a la comuna Engabao porque permitirá ofrecer información que oriente la toma de decisiones para promover el desarrollo local mediante un turismo responsable que valore la conservación del patrimonio natural, cultural y el bienestar de la comunidad, así como la generación de

oportunidades económicas generadas por la actividad turística.

Por último, la investigación es procedente desde el punto de vista de la metodología, pues existen accesos a las personas que constituyen la población de estudio, los turistas que visitan a la comuna Engabao, habiendo disponibilidad de los recursos humanos, materiales, bibliográficos para la aplicación del instrumento que recolectará datos y la posibilidad de realizar la investigación en el periodo estipulado.

Mapeo

La presente investigación se articula en dos capítulos principales, junto a la introducción, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos, lo que facilita el desarrollo ordenado y coherente de la investigación.

En la introducción se establece el contexto del problema desde una perspectiva global, regional y local, incluyendo el planteamiento, sistematización y formulación del problema y, a su vez, los objetivos y la justificación, con el fin de trazar el límite y la fundamentación que da sentido a la investigación del turismo sostenible en la comuna Engabao.

El Capítulo I, marco referencial, contempla la revisión de la literatura a partir del análisis de estudios previos que tienen relación con el turismo sostenible y el valor percibido del turista. También se han levantado los fundamentos teóricos y conceptuales que sustentan la investigación, así como también las variables, dimensiones e indicadores que dirigen la investigación.

El Capítulo II corresponde a la metodología de la investigación, el cual abarca el enfoque, el diseño y los métodos empleados; la población y muestra objeto de estudio; las técnicas e instrumentos de recolección de datos; el procedimiento de tratamiento y análisis de dichos datos.

Finalmente presenta las conclusiones y recomendaciones que derivan a partir de los resultados obtenidos, junto con las referencias bibliográficas que respaldan la investigación y los apéndices en los que se agregan datos complementarios tales como los instrumentos aplicados y otros anexos importantes.

Capítulo I. Marco Referencial.

En América Latina y, en particular, en el caso de Ecuador, las playas carecen de una gestión sostenible debido a la confluencia de factores socioeconómicos y ambientales. Las costas ecuatorianas albergan una gran variedad de ecosistemas cuya fragilidad se ve potenciada por ser un territorio sometido a una alta presión por las actividades turísticas, pesqueras y de expansión urbana (Lastra Bravo & Cabanilla, 2020). (Iturralde & Samaniego, 2021) señalan que los territorios costeros del Ecuador se enfrentan a problemas crecientes. En particular, a la gestión de sus recursos, que se convierten en problemáticas de carácter estructural con un turismo no planificado y con actividades extractivas intensivas que presionan sobre el sistema; conflictos por el uso del espacio y la sostenibilidad y los ecosistemas marino-costeros; para concluir, los efectos del cambio climático, que amenazan la continuidad del atractivo natural y de la integridad ecológica en esos espacios.

En Ecuador, el Ministerio de Turismo ha puesto en marcha el Acuerdo Ministerial No. 2022-030, por medio de la cual se establecen los requerimientos y el procedimiento para poder obtener el reconocimiento “Playa Turística Sostenible – Ecuador”, a través de la Ficha de Requerimientos Específicos para el Reconocimiento de Playas Turísticas Sostenibles “Plata y Oro”, el cual articula 36 lineamientos repartidos en cuatro ejes: calidad ambiental, seguridad, servicios turísticos y gobernanza costera; no obstante, la trascendencia de la evaluación de los instrumentos de algunas certificaciones que permiten medir el nivel de cumplimiento de ciertos criterios turísticos y ambientales de las playas ecuatorianas, al no haber sido socializadas ni instaladas, estas certificaciones provocan un vacío en la retroalimentación técnica necesaria para su ajuste y mejora continuos, así, en la costa ecuatoriana se han desarrollado diferentes herramientas (Mora Méndez, García Castro , & Chiriboga Cisneros, 2020).

En este sentido, el presente trabajo se presenta como un aporte al fortalecimiento del debate en el marco del reconocimiento de playas turísticas sostenibles, a partir de un enfoque metodológico basado en la revisión de literatura académica y en la aplicación de instrumentos normativos y técnicos de la Comuna Engabao; Playa Paraíso y Puerto Engabao, que están situadas en el cantón Playas de la provincia del Guayas,

constituyen ejemplos de esta realidad: destinos turísticos con un alto flujo, que presentan problemas de calidad ambiental, gestión administrativa fraccionada y presión urbana creciente.

Los destinos costeros.

Los destinos de sol y playa son uno de los espacios turísticos más relevantes de la actividad turística por la pluralidad de recursos naturales y culturales que tienen a su alcance, pues se encuentran situados en las áreas geográficas limítrofes al mar, manifestando como características la existencia de playas, ecosistemas marinos o paisajes naturales; además de presentar como distintivos la gastronomía, la oferta de actividades recreativas y las manifestaciones culturales que acaban por atraer tanto a turistas nacionales como a turistas de fuera del país.

Para (Gallardo Dueñas & Aguilar Cano, 2025), los destinos de sol y playa constituyen una herramienta estratégica para el desarrollo territorial, en tanto que crean oportunidades económicas, estimulan el tejido empresarial y fomentan el bienestar de las poblaciones locales a partir del uso sostenible de sus recursos. El crecimiento de los destinos de sol y playa ha venido propiciado por la preferencia de los hacia las experiencias del entorno natural, del descanso, y de actividades al aire libre. En las últimas décadas el “turismo sol y playa” se ha convertido en una de las tipologías de turismo más demandadas, llevando a muchas localidades costeras a transformar su economía gracias al turismo.

Siguiendo la propuesta de (Carvache Franco, Bagaric, Carvache Franco, & Carvache Franco, 2025), los visitantes buscan hoy en día destinos que presenten atractivos naturales, ofrezcan experiencias reales, contacto con la cultura del lugar, seguridad, servicios de calidad y prácticas responsables con el medio ambiente. Este cambio de comportamiento del turista ha llevado a los gestores de destinos a replantear sus estrategias de desarrollo, siendo necesarias las incorporaciones de criterios de sostenibilidad.

Los destinos turísticos de costa tienen una serie de peculiaridades que los hacen distintos de otro tipo de destinos turísticos. Dentro de sus características se encuentran, entre otras, la presencia permanente de recursos marinos; pero también de playas,

acantilados, estuarios, manglares y ecosistemas de alto valor ecológico que sirven de base a la realización de múltiples actividades recreativas como surf, natación, buceo, pesca deportiva, avistamiento de fauna marina y ecoturismo. Por otra parte, los destinos de costa ofrecen siempre una riqueza cultural muy significativa que refleja la gastronomía, las fiestas, actividades de tradición pesquera y los elementos de la tradición artesanal que las comunidades pesqueras han ido forjando con el paso del tiempo, elementos que le conceden una identidad propia al destino y contribuir a la experiencia de los visitantes.

Los lugares turísticos desde el ángulo de la economía son importantes motores productivos para las comunidades turísticas receptoras, que se encuentran con la llegada de los turistas una dinámica de uso de la oferta de alojamiento, la alimentación, el transporte, el comercio y los productos y servicios turísticos; por lo tanto, es capaz de generar empleo directo e indirecto para la población local, así como aumentar la inversión pública y privada en infraestructura y equipamiento turístico y en espacios de ocio que sirvan para la educación y el desarrollo local. El crecimiento económico generado por el turismo debe ir acompañado de planificación, de forma que no haya un deterioro de los recursos naturales y los beneficios económicos generados por el trabajo turístico tiendan a ser laureados para los diferentes actores implicados.

En el ámbito ambiental, los dominios costeros son especialmente vulnerables, dada la riqueza de sus ecosistemas y la interrelación de las actividades humanas con el entorno natural. Por otro lado, la aglomeración determinada de visitantes en las temporadas de alto tráfico turístico puede provocar problemas en torno a los residuos sólidos, contaminación del agua, disminución de la biodiversidad, erosión de las playas y consecuencias en el paisaje natural. Por eso, variados organismos internacionales han impulsado políticas de manejo integrado de zonas costeras, de manera que se permita la conservación de los recursos naturales, pero sin perjudicar la actividad turística. En este sentido, la planificación del ordenamiento del territorio, la educación ambiental y la implicación de la comunidad son ejes clave en la búsqueda de un equilibrio entre el medio natural y el modelo turístico.

Los destinos costeros ecuatorianos son uno de los principales puntos de atracción, en la medida en que vinculan la variedad de ecosistemas y paisajes presentes en el litoral. Las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro concentran una

variada representación de playas donde miles de turistas son recibidos a lo largo del año. Entre los principales destinos se encuentran Salinas, Montañita, Olón, Ayangue López, Manta, Atacames, General Villamil Playas y Engabao, que cuentan con sus propias características como el turismo de sol y playa, el surf, el turismo comunitario, la gastronomía y la observación de la fauna marina.

(Tapia Pazmiño & Águilera Montalvan , 2025), consideran que dichos destinos cuentan con un alto potencial para convertirse en referentes del turismo sostenible, pero siempre que exista una buena articulación entre los sectores de lo público, lo privado y los comunitarios. Sin embargo, el crecimiento del turismo en los destinos costeros ecuatorianos también ha supuesto desafíos importantes, muchas de las investigaciones revisadas señalan que muchos de estos destinos costeros enfrentan problemas de contaminación, problemas de la gestión de residuos, ocupación desordenada del territorio, infraestructura turística insuficiente o escasa y los efectos del cambio climático en los ecosistemas costeros; todo lo cual pone de manifiesto la necesidad de reforzar las políticas públicas para la conservación de la naturaleza, la planificación turística y la gestión sostenible de los destinos turísticos para su competitividad y permanencia en el tiempo.

En este contexto, se encuentra la comuna de Engabao, perteneciente al cantón General Villamil Playas de la provincia del Guayas. Este destino de sol y playa, caracterizado por sus playas adecuadas para practicar surf, la biodiversidad marina, la actividad pesquera artesanal y la gastronomía, posee un destacado potencial turístico. Sin embargo, como otros destinos de sol y playa del país, presenta problemas relativos a la gestión medioambiental, la calidad de los servicios turísticos y la implantación de prácticas sostenibles. Así que, analizar el turismo sostenible desde la visión de los turistas permitirá comprender cómo ellos perciben las actuaciones ejecutadas en el destino y cómo esas mismas actuaciones determinan el valor de su experiencia turística.

Turismo sostenible

El turismo sostenible cubre las necesidades que tienen los turistas en estos momentos, cuidando y protegiendo los recursos naturales para que estos puedan

perdurar, de esta forma el turismo sostenible garantizará la sostenibilidad económica, social y ambiental empezando por la conservación del entorno, ya que de esta manera será más fácil hacer frente a los impactos negativos que se tienen frente al medioambiente (Organización Mundial del Turismo, 2023).

Pero el turismo sostenible tiene que ver con una planificación, un desarrollo y una gestión de actividades turísticas que tengan como base la conservación y la protección de recursos naturales y culturales, asegurando una retribución del beneficio que sea tanto económico como social ya que así, permitirá que pueda seguir manteniéndose con el tiempo disminuyendo sus aspectos negativos que se vienen dando con la actividad turística (Melgosa, 2006).

El turismo sostenible tiene el objeto de satisfacer las necesidades del presente, manteniendo los recursos para las generaciones futuras, así que los beneficios están dirigidos a una comunidad local en el que está marcada y controlada una alteración hacia la naturaleza, cultura y educación ambiental de las personas que la habitan, en otras palabras, son bienvenidas toda clase de acciones positivas evidenciadas por medio del turismo sostenible que ofrecen una mejor experiencia a los visitantes (Organización Mundial del Turismo, 2018).

De acuerdo con lo expuesto, el turismo sostenible aporta aspectos que permiten la protección y conservación de los recursos naturales al mismo tiempo que obtiene oportunidades hacia el futuro en la comuna Engabao, que satisfacen las necesidades para los turistas sin poner en peligro el medio ambiente, por lo que en torno a las cabañas de alimentación, se pone de manifiesto el compromiso de los propietarios y los clientes por depositar esfuerzos en el desarrollo y la gestión de aquellos aspectos que les reportan beneficios que son económicos, sociales y ambientales.

Importancia del turismo sostenible.

El turismo sostenible incluye tres pilares: el social el económico y el medio ambiental, el (Ministerio del turismo, 2019),), en su publicación, hace mención de que el PLANDETUR 2030, es una herramienta que busca sentar las bases, en cuanto a lineamientos para poder tener una gestión que sea sostenible y que los interesados

tengan la posibilidad del conocimiento de esto a fin de mejorar y lograr condiciones para un desarrollo integral mediante este nuevo enfoque de turismo, importante para todos.

En la actualidad los turistas presentan cambios en sus preferencias y se dirigen a destinos donde exigen que haya respeto por el medio ambiente, donde haya valores de conservación y de preservación de aquellos recursos, (Barrera & Bahamondes, 2012), exponen las dimensiones que deben cumplir el turismo sostenible, como la dimensión económica, donde cada empresario turístico debe tener las buenas prácticas empresariales, generando siempre los aspectos positivos para la actividad. En la dimensión social, debe relacionarse y valorar las experiencias e ir respetando la cultura local. Y en la dimensión medio ambiental, debe cuidar y preservar los recursos tratando de no dañarlos y que sirvan para la generación futura, todos aquellos aspectos para garantizar la sostenibilidad.

El turismo sostenible es una transformación que persigue limitar el impacto del medio natural, donde las actividades desarrolladas contribuyen a la economía de la población local, cuando se evidencia la existencia de oportunidades asegurando su protección y conservación. La relevancia del mismo consiste en ser más responsables, tanto con respecto al medio ambiente como a la cultura, o dicho de otro modo, sin perder costumbres o tradiciones, sino más bien haciéndolas perdurables en el tiempo (Organización Mundial del Turismo, 2018).

El valor percibido.

(Patterson & Spreng, 1997), indican que se traduce en la relación existente entre los beneficios que pueden obtenerse y sus sacrificios necesarios para poder beneficiarse (p.5).

Por su parte, (Zeithaml , 1988), señala que se caracteriza por ser la evaluación que hace el consumidor entre el beneficio que considera que tiene un producto o servicio en el que, a partir de sus evaluaciones de aquello que obtiene y de aquello que entrega, constituye una definición ampliamente aceptada en la literatura (p.3).

Por su parte, (Sweeney & Soutar, 2001), como se cita en (Slack, Singht, & Sharma, 2020), expresa que “el valor es un constructo compuesto por varios atributos o dimensiones interdependientes que capturan la percepción polifacética que tiene el consumidor sobre el valor” (pp.2-3).

De acuerdo con (Lu & Hsiau, 2010), se trata de un concepto dinámico en el que pueden incidir muchos aspectos (p.2), es decir, multidimensional.

Con todo lo mencionado con anterioridad podemos decir que el valor percibido es una valoración total, que permite al consumidor poder realizar una valoración a nivel personal (Se sugiere reformular la idea para que exprese con claridad qué aporte se rescata de dichos autores.)

Importancia sobre el valor percibido.

La pertinencia del estudio del valor percibido es de relevancia para contribuir al ámbito de la investigación del comportamiento del consumidor y el marketing, pues en él se relaciona con otra serie de constructos como puede ser la lealtad o la satisfacción (en el ámbito minorista) (Sánchez, 2020); Por otro lado, desde el punto de vista de Blut et al., puede señalarse que este constructo aún está encontrando un lugar relevante en la investigación académica con prácticas empresariales en los dos contextos mencionados (p.1).

Como una consideración adicional cabe señalar que, según (Moliner Tena, 2007), el valor percibido tiene un rol muy importante para los consumidores a través de diferentes etapas como serían las de precompra, compra y poscompra; por lo que el valor percibido es el punto de partida del proceso de decisión de compra del consumidor, bien sería para que este se decante por la compra de un producto u otro. En la literatura sobre el comportamiento del consumidor, de hecho, también se

manifiesta que, según (Grewal, 2000), el valor percibido tiene una influencia positiva en la intención de compra de los consumidores de algún determinado producto (p.105). Esto se ve además corroborado en algunos de los estudios vinculados no solo al hecho de la compra de prendas de moda sostenible, como se observa, por ejemplo, en el estudio que Chi et al. (2021) realizaron en torno al análisis del valor percibido y la intención de compra de prendas deportivas eco-friendly por parte de los Millennials de EE. UU., sino también de otras temáticas que eran de suma relevancia, como la de (Zhao & Chen, 2021) quienes a partir de su investigación fueron capaces de demostrar que definitivamente el valor percibido es un tipo de predictor de suma importancia y que tiene un fuerte efecto positivo en la intención de compra de casas ecológicas de los habitantes de China.

Factores de valor percibido.

Para operacionalizar el valor percibido en entornos de servicios y turismo, la literatura académica adopta principalmente las dimensiones propuestas por el modelo.

Tabla 1 Variables de Valor Percibido

Dimensión	Subdimensión	Definición	Autor
Factores de beneficio.	Valor funcional (calidad y desempeño).	Se refiere a la utilidad percibida por el turista deriva de la calidad de la infraestructura, los atractivos, la accesibilidad, la atención recibida y el desempeño general del destino turístico durante la experiencia de visita.	(Moreno Manzo, 2025), basado en (Gallarza & Saura, 2006).
Factores de beneficio.	Valor emocional.	Hace referencia a los sentimientos y emociones positivas que experimenta el turista durante su visita, tales como satisfacción, bienestar, tranquilidad, diversión y disfrute, los cuales influyen en la valoración global del destino.	(Moreno Manzo, 2025)
Factores de beneficio.	Valor social.	Corresponde al beneficio que obtiene el visitante al fortalecer su autoimagen, compartir experiencias con otras personas y sentirse reconocido o integrado socialmente durante la experiencia turística.	(Moreno Manzo, 2025), basado en (Sweeney & Soutar, 2001).
Factores de sacrificio.	Sacrificio monetario.	Representa la percepción del turista respecto al costo económico del	(Moreno Manzo, 2025)

		viaje, considerando si los precios del transporte, alojamiento, alimentación y demás servicios son razonables en relación con los beneficios obtenidos.	
Factores de sacrificio.	Sacrificio no monetario (tiempo).	Comprende el tiempo invertido por el turista en la planificación del viaje, los desplazamientos, el acceso al destino y la espera para utilizar los servicios turísticos.	(Moreno Manzo, 2025)
Factores de sacrificio.	Sacrificio no monetario (esfuerzo físico y psicológico)	Se refiere al esfuerzo físico, la fatiga, el estrés o las dificultades que experimenta el turista durante el desarrollo de la actividad turística y que pueden influir en su percepción del valor del destino.	(Moreno Manzo, 2025)

Factores de valor percibido en destinos costeros

El valor percibido es sin duda uno de los constructos más relevantes para poder entender el comportamiento del turista en los destinos que tienen unas características costeras, dado que es el que representa la evaluación global que realiza el turista de los beneficios alcanzados durante su experiencia, en relación a los costes o sacrificios que ha asumido el visitante. Esta evaluación afecta de forma directa en la satisfacción, así como la intención de regresar, la recomendación hacia el destino y la lealtad hacia el mismo. Por tanto, conocer cuáles son los factores que conforman el valor percibido es relevante a la hora de poder establecer estrategias para la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos costeros.

La investigación que han desarrollado (Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco, 2022) pone de manifiesto que el valor percibido es un constructo multidimensional y que una misma composición puede variar en función de los atributos del destino. En el estudio realizado en Lima (Perú) han observado sus dos dimensiones principales: el valor económico-funcional de una parte y el valor emocional-social de otra parte, siendo el primero el que predice más la satisfacción y el segundo el que influye más sobre la lealtad del visitante.

Más adelante, una investigación realizada en Huanchaco (Perú) por (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), permitió concluir que el valor percibido en destinos turísticos costeros de valor cultural está compuesto por tres dimensiones

independientes: el valor económico, el valor funcional y el valor emocional-social. Los hallazgos indicaron que el valor emocional-social era el mejor predictor de la satisfacción, de la intención de retorno, de la recomendación al destino y de la comunicación positiva sobre el destino.

Igualmente, en un destino turístico costero con sostenibilidad, como es el caso de Jacó (Costa Rica), (Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco, 2022), reconocieron tres dimensiones del valor percibido: valor emocional-funcional, valor social y valor económico. Los autores concluyeron indicando que las dimensiones emocionales y funcionales tienen un efecto positivo sobre la satisfacción y la lealtad hacia el destino elegido, mientras que el valor social y el económico complementan la experiencia turística que tendrá un efecto positivo sobre la recomendación que se efectúe sobre el destino.

Considerando los antecedentes científicos recolegidos, la presente investigación se sirve del factor económico, del factor funcional, del factor emocional y del factor social como dimensiones del valor percibido, dado que constituyen los componentes más comunes y más profundamente validados de la literatura existente sobre los destinos costeros. De esta manera, se puede ofrecer una comprensión más holística de cuál es la percepción del turista sobre los beneficios que obtiene de la experiencia, y de cómo dicha percepción tiene impacto en variables como la satisfacción y la lealtad hacia este destino.

Factor económico.

El aspecto económico forma parte de una de las dimensiones más importantes del valor percibido, ya que se encuentra relacionado con la valoración racional que el turista hace de la relación entre las ventajas que se obtiene a partir de la experiencia que ha llevado a cabo en el contexto del turismo y el coste que ha asumido. Esta valoración incluye elementos tales como el precio de los servicios, la disponibilidad económica o bien la calidad percibida y la relación coste-beneficio, factores que se relacionan significativamente con la satisfacción, así como con las decisiones de consumo del turista.

Así pues, (Zeithaml , 1988), afirma que el valor percibido es la comparación del beneficio entregado al consumidor y el sacrificio económico que incluye conseguir el producto asociado con el bien o el servicio. En este sentido, el precio no es el único elemento de valoración, sino que el turista examina si la experiencia recibida justifica el sacrificio económico asumido.

De forma análoga, (Sweeney & Soutar, 2001), afirman que el valor económico es la percepción de la conveniencia, del ahorro y de la justicia que tiene el cliente con respecto al precio que ha pagado. Los autores exponen que la adecuada relación entre el costo y la calidad incrementará la gratitud y fortalecerá la intención de recompra o de retorno.

En contraparte, (Petrick, 2002), sostiene que la percepción del valor monetario es uno de los principales determinantes de la satisfacción turística, ya que para el visitante es condición sine qua non evaluar de forma continua si los servicios que ha recibido tienen correspondencia con el precio que ha cancelado.

En destinos de playa, (Carvache Franco, Current Issues in Tourism., 2021), refieren que el valor económico es parte de las dimensiones del valor percibido, observándose que los turistas consideran temas como precios justos, accesibilidad y calidad de los servicios anteriormente al sentirse satisfechos y desarrollar, a su vez, sensaciones de lealtad. Luego, (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), corroboraron que el valor económico sigue siendo un componente importante, dentro del modelo de valor percibido en destinos de costa, aunque su poder de influencia puede ser menor que el ejercido por las dimensiones de tipo emocional.

Así pues, el factor económico es la valoración objetiva que el turista hace con respecto a la viabilidad económica del destino, un componente que se convierte en el pilar importante que refuerza la competitividad turística.

Factor funcional.

El componente funcional se refiere, exclusivamente, a la aplicación práctica que llega a conocer el turista durante su visita, abarcando aspectos asociados a la calidad de los servicios, de la infraestructura, a la organización, a la seguridad, la accesibilidad

y la eficiencia del propio destino. Dicha dimensión tiene que ver con una valoración racional acerca del comportamiento del servicio turístico.

Según (Sweeney & Soutar, 2001), el valor funcional está ligado a la calidad esperada y al funcionamiento adecuado del servicio, siendo este uno de los componentes más relevantes del valor percibido. Los consumidores realizan una valoración positiva cuando consideran que el servicio permite satisfacer e ir más allá de sus necesidades. (Sheth, Newman, & Gross, 1991), exponen que el valor funcional es la utilidad derivada de las características físicas y del comportamiento del propio producto o servicio.

En el caso del turístico, la propia utilidad está asociada a la calidad del hospedaje, medio de transporte, gastronomía, limpieza, infraestructura y atención al visitante. De igual manera, (Petrick, 2002), sostiene que la calidad percibida constituye un determinante esencial del valor turístico, ya que influye directamente en la satisfacción y en la intención de recomendar el destino.

Las indagaciones llevadas a cabo por (Carvache Franco, Current Issues in Tourism., 2021), ponen de manifiesto que el valor funcional figura entre las dimensiones que comprenden la satisfacción del turista en destinos playeros. Los autores enfatizan que, a mayor infraestructura adecuada, organización del destino, limpieza, o calidad de los servicios que finalmente se perciben, mayor es la valoración positiva del visitante.

Por su parte, (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), identificaron que el valor funcional continúa siendo una dimensión considerable para poder explicar el comportamiento del turista en destinos playeros, especialmente cuando los visitantes aprecian eficiencia en la prestación de los servicios de turismo y conservación del entorno.

Con esta idea, el aspecto funcional se convierte en uno de los puntos de partida para la competitividad de los destinos playeros, ya que brinda experiencias satisfactorias que se fundamentan en la calidad de los servicios que se ofrecen los turistas.

Factor emocional

El factor emocional abarca las respuestas afectivas y los sentimientos que experimenta el turista cuando lleva a cabo una visita al destino. Esta componente se refiere a emociones como felicidad, tranquilidad, diversión, relajación, entusiasmo y bienestar, se refieren a un conjunto de sentimientos que generan una experiencia turística y afectiva con respecto al lugar visitado.

Concretamente, (Sheth, Newman, & Gross, 1991), asumen que el valor afectivo responde por un producto/servicio que suscita sentimientos positivos en el consumidor; en el turismo, las emociones son uno de los determinantes que más influyen en la satisfacción.

(Sweeney & Soutar, 2001), consideran que el valor afectivo es la utilidad del estado emocional o de los sentimientos surgidos del consumo, constituyendo uno de los elementos más relevantes del valor percibido.

De igual manera, (Holbrook, 1999), argumenta que las experiencias turísticas generan valor cuando crean emociones gratificantes que perduran en la memoria del turista, lo que a su vez incrementa su intención de retorno y de recomendación del destino.

Respecto a los destinos de playa, (Carvache Franco, 2021), sostiene que el componente emocional tiene un efecto significativo sobre la satisfacción y la fidelidad del turista, y que los visitantes prestan especial consideración a sus sensaciones de relajación, sus impresiones de contacto con la naturaleza, su bienestar y su disfrute durante su estancia en el destino.

Este resultado fue corroborado por (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), para quienes el valor emocional constituye el predictor más adecuado con respecto a la satisfacción, la intención de retorno y la recomendación del destino. Concluyen que las emociones positivas son uno de los aspectos que poseen mayor capacidad de fidelizar a los visitantes de los destinos de playa.

Por lo tanto, el factor emocional es una dimensión fundamental del valor percibido, vinculado con la percepción del destino, aunque también con la empatía del turista hacia la experiencia y la creación de vínculos afectivos entre el mismo turista y el

destino. Esto facilitaría la fidelización y la promoción del destino gracias al "boca a boca positivo".

Factor social

El factor social hace referencia al valor del turista por las relaciones sociales, interacción de personas y reconocimiento en el marco del destino. Esta dimensión incluye el sentido de pertenencia, la aceptación social, el prestigio y experiencia compartidas con otros visitantes, amigos y familia.

Tal como lo afirman (Sheth, Newman, & Gross, 1991), el valor social surge cuando el consumo de un producto o servicio alimenta la imagen personal del individuo o el grado de aceptación en un grupo social.

Por otro lado, (Sweeney & Soutar, 2001), al igual que las anteriores, sugieren que el valor social es la utilidad ofrecida por las opiniones y el reconocimiento de personas ajenas, constituyendo una dimensión importante del valor percibido.

En concordancia con lo mencionado, (Williams & Soutar, 2009), indican que compartir con familiares y amigos las experiencias vividas en un destino eleva el valor social del mismo, incrementando la satisfacción y la recomendación de este destino turístico. La investigación de (Carvache Franco, 2021), reveló que el valor social constituye una de las dimensiones del valor percibido en los destinos costeros sostenibles. Los turistas perciben satisfacción cuando logran compartir experiencias, interactuar con otros turistas y además están identificados con la cultura local.

De igual modo, (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), evidencian que el componente social, que se integra con el valor emocional, también presenta una influencia positiva en la intención de recomendar el destino y desarrollar comportamientos de lealtad.

De ahí que el componente social interiorice la experiencia turística vivida, al fomentar las relaciones interpersonales, el intercambio cultural y la creación de recuerdos comunitarios, factores que favorecen el posicionamiento y la promoción de los destinos costeros.

Factores del turismo sostenible

La prosperidad del turismo a largo plazo dependerá de si el sector turístico es capaz de gestionar los aspectos sociales, ambientales y económicos y son también dimensiones del desarrollo sustentable (del ecoturismo) que deben tenerse en cuenta en el turismo para que el desarrollo sustentable tenga efectos positivos en este. (Fernández Fernández, 2015)

Tabla 1 Factores del Turismo Sostenible

Dimensión	Autor	Concepto
Sociocultural	(Fernández Fernández, 2015)	Este punto cobra gran importancia en turismo, especialmente se hace el foco en lugares donde existe un gran patrimonio artístico-cultural, o en lugares donde existe un importante papel de las tradiciones y valores de sus habitantes. El turismo, en este sentido, tiene la posibilidad de generar empleo y llevar a cabo acciones de conservación patrimonial. Sin embargo, el turismo también puede, como contrapartida, propiciar la masificación de estos lugares gracias a cualquier tipo de empresa extranjera o empresa de operación, por lo tanto, debe potenciarse el control de las personas sobre sus vidas, fortaleciendo la propia identidad de las comunidades.
Ambiental	(Wearing & Neil, 2009)	La calidad ambiental, al igual que los recursos naturales propios del destino, configuran un recurso turístico, por lo que cualquier actividad que repercuta negativamente en el mismo supondrá un deterioro del propio recurso turístico. Como consecuencia, desde el punto de vista turístico, se producirá un descenso del número de visitantes y, en consecuencia, de la recaudación de los ingresos por turismo.

Económica	(Fernández Fernández, 2015).	El turismo no responde al concepto de desarrollo sostenible, pues favorece la aparición de los costes sociales y medioambientales, ya que en el largo plazo prevalecen los ingresos económicos de la actividad turística y, por lo tanto, si en el cálculo de los ingresos por turismo no se consideran tales costes, los resultados de las proyecciones futuras pueden ser erróneos y podríamos terminar planificando de forma inadecuada. Por esa razón, la sostenibilidad económica debe garantizar un desarrollo económico eficiente en términos de beneficios para todos los agentes de la región afectada y gestionar los recursos de modo que se conserven para las generaciones futuras.
------------------	------------------------------	--

Factores de turismo sostenible en destinos costeros

El turismo sostenible se ha convertido en un modelo de desarrollo que persigue la satisfacción de los turistas, de la comunidad de acogida y de los diversos actores vinculados a la actividad turística, asegurando, a su vez, la conservación de los recursos tanto naturales como culturales y económicos para las generaciones venideras. Este modelo busca equilibrar el crecimiento de la economía con la satisfacción social y la protección del medio ambiente, al mismo tiempo que los destinos turísticos se mantienen competitivos y sostenibles en el tiempo (Organización Mundial del Turismo, 2023).

En el caso de los destinos de costa, el turismo sostenible posee una grandísima relevancia por la conexión que existe entre la actividad turística y los ecosistemas marinos y litorales. Estos espacios reúnen una enorme variedad de recursos naturales y culturales que son la atracción de miles de visitantes cada año, generando beneficios económicos importantes para las comunidades locales. El crecimiento turístico también puede tener impactos negativos relacionados con la degradación del medio ambiente, la presión sobre los servicios públicos, la ocupación desmedida del espacio

y el aumento de la actividad económica informal, situaciones que comprometen la calidad del destino y la experiencia del visitante (UNEP & OMT, 2006).

Diversos estudios coinciden en afirmar que la sostenibilidad de los destinos turísticos depende de la integración equilibrada de tres dimensiones fundamentales: la económica, la social y la ambiental. Estas dimensiones son interdependientes y permiten evaluar la capacidad del destino para proporcionar beneficios económicos, mejorar el bienestar de la población y conservar los recursos naturales que son la base del desarrollo turístico en un destino en un determinado territorio (Goodwin , 2011); (Organización Mundial del Turismo, 2023).

Los estudios realizados en los destinos de sol y playa demuestran que una correcta gestión de estos aspectos contribuye a mejorar la competitividad del destino, favoreciendo la satisfacción de la persona visitante y la conservación de los recursos culturales y naturales. (Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco, 2022), suponen que el desarrollo turístico sostenible debe incluir políticas vinculadas a mejorar la calidad del servicio relacionado con las playas, y la participación de la población local y la protección del entorno. (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), también indican que la sostenibilidad es una característica que puede ayudar a mejorar la percepción y la fidelización de las personas turistas que visitan los destinos de sol y playa.

En relación con estos planteamientos, la presente investigación establece como factores del turismo sostenible el económico, el social y el medioambiental, dado que son las dimensiones muy reconocidas en la literatura científica para evaluar la sostenibilidad de los destinos de sol y playa.

Factor económico.

El desarrollo económico local es uno de los elementos centrales del turismo sostenible, ya que la actividad turística ofrece oportunidades de desarrollo para las comunidades receptoras, a través de la generación de empleo, el empoderamiento del emprendimiento y la intensificación de la actividad comercial. En los destinos costeros, donde una gran proporción de la economía se presta al turismo, esta dimensión cobra especial protagonismo, pues otorga la posibilidad de dar movimiento a otros sectores productivos, como el alojamiento, la restauración, el transporte, el

comercio o los servicios recreativos. En el caso de un desarrollo turístico sostenible, los beneficios económicos pueden distribuirse entre la población local, propiciando el bienestar global, reduciendo desigualdades económicas.

La (Organización Mundial del Turismo, 2023), afirma que uno de los principios más relevantes del turismo sostenible es que se garantice la viabilidad económica de las actividades en el tiempo y se generen oportunidades para todos los actores involucrados en el mismo. Desde este prisma, el desarrollo económico no solo debe entenderse como la potencialidad de atraer un mayor número de turistas, sino también como la del destino de contribuir al crecimiento de la economía local, al fomento de inversiones responsables y a la mejora de la calidad de vida de la población.

(Goodwin , 2011), sostiene que el turismo sostenible representa una oportunidad para el desarrollo de un crecimiento inclusivo si las comunidades están directamente implicadas en la prestación de bienes y servicios turísticos. El autor argumenta que la contratación de la mano de obra local, el fortalecimiento de pequeños emprendimientos o la adquisición de productos elaborados por la comunidad permiten que un mayor porcentaje de los ingresos provocados por el turismo se quede en el territorio, propiciando un crecimiento económico más equitativo.

Factor social

El factor social es probablemente uno de los ejes fundamentales del turismo sostenible, de manera que se persigue que la actividad turística contribuya a mejorar el bienestar de las comunidades de acogida generando inclusión y participación, equidad, la propia identidad cultural y calidad de vida en la población. Esta dimensión entiende que la actividad turística sólo puede considerarse un ejercicio de desarrollo sostenible cuando se considera la distribución de los beneficios económicos entre las comunidades y cuando éstas participan en la planificación, la gestión y el uso de los recursos turísticos.

La (Organización Mundial del Turismo, 2023), manifiesta que el turismo sostenible ha de ser un turismo respetuoso con la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, ha de conservar su patrimonio cultural material e inmaterial, ha de favorecer la comunicación intercultural entre residentes y visitantes. Desde este punto de vista, el desarrollo turístico tiene que promover relaciones armónicas entre

los actores y los diferentes agentes, donde no haya conflictos sociales ni desavenencias y donde prime la cohesión social de las comunidades.

(Goodwin, 2011), sostiene que la participación comunitaria es uno de los principios fundamentales del turismo sostenible, ya que permite a la población que se involucre en las decisiones que derivan del propio desarrollo turístico y se beneficie directamente de la actividad; y menciona que la inclusión social refuerza el sentimiento de pertenencia en el destino y favorece la protección de los recursos culturales y naturales.

Por otro lado, (Sharples, 2009), afirma que el turismo sostenible ha de contribuir a la mejora de la calidad de vida a partir de la creación de empleo, un refuerzo en la prestación de servicios públicos, la protección de la identidad cultural y la reducción de las desigualdades sociales.

Del mismo modo, sostiene que la satisfacción de los residentes es una de las cuestiones fundamentales para garantizar la sostenibilidad de cualquier destino turístico.

Los destinos de playa le asignan una especial importancia a la dimensión social al vivir una relación permanente entre turistas, colectivos locales y prestadores de servicios. De la convivencia existente entre estos protagonistas depende la percepción relacionada con la seguridad, la hospitalidad, el grado de orden o la calidad del destino en el que se encuentra. Si existen mecanismos de participación comunitaria y las actuaciones de las autoridades y de la población son adecuadas, se puede mejorar la imagen y lograr, poco a poco, un mejor grado de satisfacción de la experiencia del visitante.

Trabajos recientes de (Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco, 2022), son claros al afirmar que la participación de la comunidad y la calidad de las relaciones sociales inciden positivamente en la satisfacción del turista y en el posicionamiento de destinos turísticos de costa. En la misma línea, Regalado-Pezúa et al. (2023) concluyen que la incorporación de la población en el desarrollo de la actividad turística favorece la sostenibilidad del destino y el modelo de imagen positiva que puede tener el visitante.

Factor ambiental

El aspecto ambiental se considera como uno de los elementos básicos de un turismo sostenible. El motivo sería que permite la preservación de los recursos naturales que respaldan la actividad turística y que garantizan la continuidad de los destinos de forma perdurable. Esta dimensión implica la protección de los ecosistemas, el uso responsable de los recursos naturales, la conservación de la biodiversidad, la adecuada gestión de los residuos sólidos y la minimización de los efectos medioambientales generados por la actividad turística.

(Organización Mundial del Turismo, 2023), determina que el turismo sostenible es aquel que tiene como meta lograr el más alto aprovechamiento de los recursos medioambientales, proteger los procesos ecológicos esenciales y contribuir a la conservación del patrimonio natural y la diversidad biológica. En este sentido, la gestión ambiental se convierte en una variable fundamental para conservar la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2021), los destinos costeros tienen una gran vulnerabilidad ante la acción del ser humano, pues están constituidos por los ecosistemas marinos y costeros que destacan por su fragilidad. Por eso es clave la aplicación de estrategias de conservación para preservar la biodiversidad, reducir la contaminación y favorecer el uso sostenible de los recursos naturales.

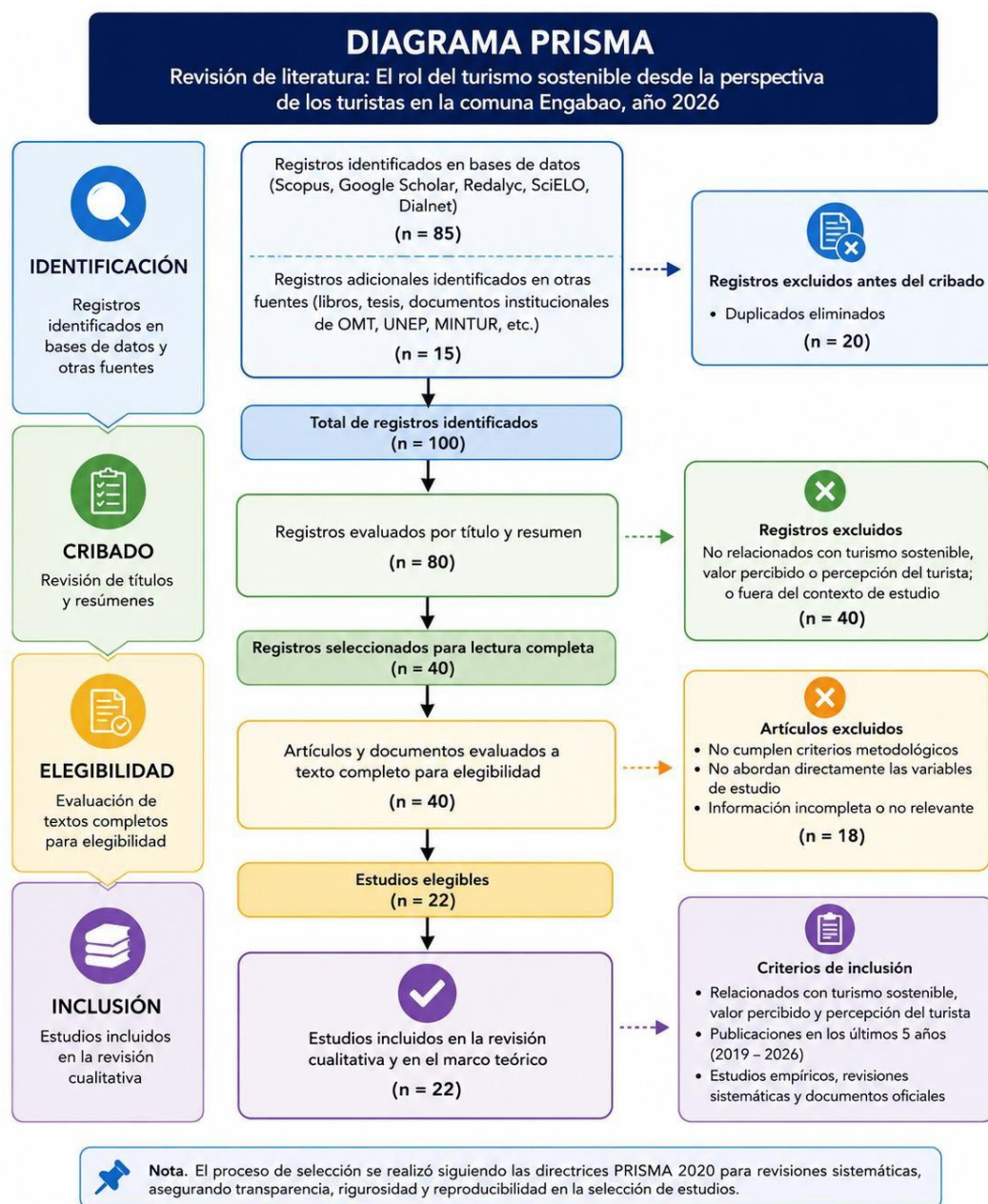
(Weaver, 2007), sostiene que la protección medioambiental es la base sobre la que se construye el turismo sostenible, puesto que la calidad del entorno natural impacta directamente en la satisfacción de los visitantes y en la competitividad del destino, de tal manera que el autor pone en valor la buena gestión de las playas, de los ecosistemas marinos y de las áreas naturales, ya que genera un incremento de continuidad de la actividad turística y mejora la percepción de calidad del destino.

La conservación ambiental en los destinos de playa forma parte del reto constante del aumento de los visitantes, la generación de residuos sólidos, la contaminación del agua, el deterioro del paisaje, la ocupación sin regulación del espacio público... Estas problemáticas pueden deteriorar la imagen del destino y disminuir la satisfacción de los turistas, si no hay mecanismos de planificación y control ambiental adecuados.

(Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco), ponen de manifiesto que la calidad ambiental se encuentra en la cúspide de los factores que determinan la competitividad de los destinos de playa, pues la limpieza en las playas, la conservación de los ecosistemas o los espacios con seguridad para el ocio son altamente valorados por los turistas.

Del mismo modo, (Regalado Pezúa & Carvache Franco, 2023), determinan que la conservación ambiental afecta de manera significativa a la satisfacción, la intención de regreso y la recomendación.

Ilustración 1 Diagrama De Prisma



Capítulo II Metodología.

Diseño de investigación.

La presente investigación será cuantitativa porque su objetivo es medir y evaluar las percepciones de sostenibilidad de los turistas, así como el valor percibido, mediante un cuestionario estructurado. Los datos obtenidos se procesarán mediante técnicas estadísticas que permiten establecer relaciones entre las variables del estudio de una manera que permita que los objetivos planteados se respondan de forma objetiva, en torno al turismo responsable de la comuna de Engabao. A través de este enfoque se intenta dar sentido a la manera en que los/as visitantes valoran las prácticas sostenibles que desarrolla el destino y cómo éstas fomentan su vivencia turística y su imagen sobre la comunidad.

La investigación que se desarrollará será descriptiva, dado que será una aproximación que permitirá conocer las características del turismo responsable en Engabao y puntualizar, a partir de los turistas, los aspectos vinculados con la sostenibilidad, el comportamiento de los turistas previstos y la valía que se otorga al destino.

Métodos de la investigación

Método bibliográfico:

Este método será implementado para recopilar información científica proveniente de libros, artículos académicos, tesis y documentos relacionados con el turismo sostenible, el comportamiento del turista y el valor percibido. A su vez, la revisión bibliográfica facilita el sustento teórico de la investigación permite profundizar en los antecedentes relacionados con la temática objeto de estudio.

Método analítico:

Servirá para que podamos conocer en detalle las opiniones y las reflexiones que poseen los turistas sobre la sostenibilidad en las prácticas de Engabao, con el fin de poder

identificar las opiniones y reflexiones que son consideradas importantes en relación al significado que las prácticas y la sostenibilidad poseen en esta experiencia turística.

Método sintético:

Este método permitirá organizar e integrar la información adquirida del proceso investigativo, facilitando la elaboración de conclusiones sobre el papel del turismo sostenible y su efecto en el desarrollo local de la comunidad.

Método inductivo:

Se destinará al análisis de la información obtenida mediante entrevistas y observaciones realizadas con los turistas, lo que permitirá llegar a conclusiones globales sobre cómo se percibe el turismo sostenible en Engabao.

Población y muestra.

La población estará constituida por los turistas nacionales y extranjeros que visiten la comuna de Engabao, en el año 2026. Dado que no se dispone de un registro oficial sobre la cifra total de visitantes en el periodo en estudio, se considerará una población infinita, criterio que es posible aplicar cuando el universo supere los 100.000 individuos o cuando no sea posible determinar de manera exacta su número.

Para la obtención del tamaño de la muestra se utilizará la fórmula de poblaciones infinitas de (Cochran, 1977), universalmente utilizada en las investigaciones de carácter cuantitativo.

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

Componentes:

- n : Tamaño de la muestra a buscar.
- Z : Nivel de confianza. Si es del 95%, equivale a 1,96.
- p : Probabilidad de éxito o de ocurrencia del evento (0,50 por defecto).
- q : Probabilidad de fracaso ($1 - p$, es decir, 0,50).
- e : Margen de error deseado (ej. 5% se expresa, como 0,05).

Formula infinita.

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.0025} = 384.16 \approx 384$$

El cálculo del tamaño de la muestra para lo que se llama poblaciones infinitas fue el empleado en este estudio, el cual corresponde al que fue propuesto por William G. Cochran (1977) para su utilización en estudios e investigaciones cuantitativas cuando no se conoce el tamaño de la población o el mismo es muy elevado como fue el caso de este estudio, que se conformó con 384 encuestas aplicadas a turistas, cifra que se consideró suficiente para obtener información dentro del estudio cuantitativo.

Las técnicas de recojo de información serán la encuesta semiestructurada y la observación directa para el conocimiento, en detalle, de las opiniones, experiencias y percepciones por parte de los turistas en el turismo sostenible en Engabao.

Muestra de Encuestas.

El rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026.

La presente investigación, titulada **“El rol del turismo sostenible desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026”**

La información proporcionada será tratada de manera anónima y confidencial, utilizada exclusivamente con fines académicos y científicos. Los datos recopilados no incluirán información que permita identificar a los participantes y serán empleados

únicamente para analizar la percepción de los turistas respecto a los aspectos ambientales, sociales y económicos vinculados al turismo sostenible en la comuna.

Datos Sociodemográficos.

¿Cuál es su nacionalidad?

Tipo de pregunta

1. **¿Cuál es su Género?**

☐ Masculino.

☐ Femenino.

¿Estado civil?

☐ Soltero/a.

☐ Casado/a.

☐ Unión libre.

☐ Divorcido/a.

☐ Viudo/a.

¿Cuál es su edad?

☐ 18-25 años.

☐ 26-35 años.

☐ 36-45 años.

☐ 46-55 años.

☐ más de 55 años.

¿Nivel de educación?

☐ Primaria.

☐ Secundaria.

☐ Técnico/a.

☐ Universitario.

☐ Posgrado.

¿Ocupación?

☐ Estudiantes.

☐ Trabajador tiempo completo.

☐ Medio tiempo/Casual.

☐ Trabajador autónomo.

☐ Ejecutiva del hogar.

☐ Desempleado.

¿Viaja acompañado?

☐ Solo.

☐ familia.

☐ Amigos.

☐ Pareja.

☐ Grupo organizado.

¿Estadía?

☐ 1 día.

☐ 2-3 días.

☐ 4-7 días.

☐ Más de 7 días.

¿Nivel de gasto?

☐ Menos de \$50.

☐ \$50-\$100.

☐ \$101-\$200.

☐ Más de \$200.

Dimensión Ambiental.

Conteste del 1 al 5 cada ítem, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo

	1. Totalme nte en desacuer -do	2. En desacuer do	3. Neu- tral.	4. De acuer- do.	5. Total- mente de acuerdo
Engabao mantiene limpias sus playas y espacios turísticos	☐	☐	☐	☐	☐
Durante mi visita observé acciones para proteger el medio ambiente.	☐	☐	☐	☐	☐
Los turistas	☐	☐	☐	☐	☐

respetan el
entorno
natural de
Engabao.

Considero
que los
recursos
naturales de
Engabao
están bien
conservados.

☐☐☐☐☐

Dimensión Sociocultural.

Conteste del 1 al 5 cada ítem, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Totalme
nte en
desacuer
-do

2. En
desacuer
do

3. Neu-
tral.

4. De
acuer-
do.

5. Total-
mente
de
acuerdo

La
comunidad
local
conserva sus
tradiciones y
costumbres.

☐☐☐☐☐

Me sentí bien
recibido por
los habitantes
de Engabao.

☐☐☐☐☐

El turismo
contribuye a

☐☐☐☐☐

preservar la
cultura local.

La
gastronomía
local
representa la
identidad de
la comuna.

☐☐☐☐☐

Dimensión Económica.

Conteste del 1 al 5 cada ítem siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Totalme
nte en
desacuer
-do

2. En
desacuer
do

3. Neu-
tral.

4. De
acuer-
do.

5. Total-
mente
de
acuerdo

El turismo
genera
beneficios
económicos
para la
comunidad.

☐☐☐☐☐

Los negocios
turísticos
ofrecen
productos y
servicios
adecuados.

☐☐☐☐☐

Los precios
de los
servicios
turísticos son
razonables.

☐☐☐☐☐

Considero
que el turismo
favorece el
desarrollo
local de
Engabao.

☐☐☐☐☐

Valor percibido.

Valor funcional.

Conteste del 1 al 5 cada ítem siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Totalme
nte en
desacuer
-do

2. En
desacuer
do

3. Neu-
tral.

4. De
acuer-
do.

5. Total-
mente
de
acuerdo

La calidad de
los servicios
cumplió mis
expectativas.

☐☐☐☐☐

La
infraestructu-
ra turística
facilitó

☐☐☐☐☐

mi visita.

El destino
ofrece
servicios
adecuados
para los
visitantes.

☐☐☐☐☐

La
experiencia
recibida fue
de buena
calidad.

☐☐☐☐☐

Valor Emocional.

Conteste del 1 al 5 cada ítem, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Totalme
nte en
desacuer
-do

2. En
desacuer
do

3. Neu-
tral.

4. De
acuer-
do.

5. Total-
mente
de
acuerdo

Mi visita a la
comuna

☐☐☐☐☐

Engabao me
hizo sentir
satisfecho.

Disfruté la
experiencia
turística en la
comuna
Engabao.

Me sentí
relajado
durante mi
estancia.

Visitar la
comuna
Engabao fue
una
experiencia
memorable.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

Valor social.

Conteste del 1 al 5 cada ítem, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Totalme
nte en
desacuer
-do

2. En
desacuer
do

3. Neu-
tral.

4. De
acuer-
do.

5. Total-
mente
de
acuerdo

Visitar la
comuna
Engabao

☐☐☐☐☐

mejora mi
imagen como
turista
responsable.

Recomendarí
a la comuna

Engabao a
familiares en
redes
sociales.

☐☐☐☐☐

Compartiría

experiencias
positivas de
Engabao en
redes
sociales.

☐☐☐☐☐

Considero

que la
comuna
Engabao es
un destino
atractivo para
otros turistas.

☐☐☐☐☐

Valor Económico.

Conteste del 1 al 5 cada ítem, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

	1. Totalme nte en desacuer -do	2. En desacuer do	3. Neu- tral.	4. De acuer- do.	5. Total- mente de acuerdo
Los servicios de la comuna Engabao tienen precios económicos.	☐	☐	☐	☐	☐
Los precios de los servicios turísticos de la comuna Engabao parecen razonables.	☐	☐	☐	☐	☐
Considera que los servicios turísticos de la comuna Engabao ofrecen una buena	☐	☐	☐	☐	☐

relación
calidad-
precio.

Recolección y Procesamiento de los datos.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, aplicado a través de encuestas.

Para continuar, se señala también la forma en la cual los datos que han sido recogidos terminan tabulados (Jamovi, Pls, Excel, Google Forms).

El objetivo radica en buscar los problemas principales de la comuna, por tal motivo, las encuestas están orientadas a los turistas que visitan la comuna Engabao.

Frecuencias

Tabla 2 Datos Sociodemográficos

Sociodemográficos.	Categorías.	Frecuencia	%
Género.	Masculino	183	47,4%
	Femenino.	201	52,6%
Edad	18-25	145	37,5
	26-35	114	29,7
	36-45	64	16,7
	> 55	39	16,2
Educación	Primaria.	11	34,6%
	Secundaria.	134	28,1%
	Universitario.	108	26,0%
	Técnico.	99	8,3%
	Postgrado/Master, PhD	32	8,3
Nivel de gasto.	< \$50.	82	21,4%
	\$51 - \$100	102	26,6%
	\$101 - \$ 200	95	24,7%
	> \$200	105	27,3%
Estado civil.	Casado/a.	62	16,4
	Unión libre.	68	17,7
	Viudo/a.	3	0.8
	Soltero/a	235	60,9

	Divorciado/a,	16	4,2
Frecuencia de Visitas	1 día.	186	48,4
	2-3 días.	153	39,8
	4-7 días.	29	7,6
	7 días en adelante.	16	4,2

La muestra estuvo constituida por un total de 384 personas, cuyos datos revelaron 201 mujeres (52,6 %) frente a 183 hombres (47,4 %), lo que evidenció una ligera inclinación hacia el sexo femenino.

En lo que respecta a la edad, la franja más representativa fue la de 18-25 años con una población de 145 personas (37,5%) continuando con las personas con edades de 26-35 años con 114 participantes (29,7%). Las franjas de edad de 36-45 años y mayor de 55 años llegaron al 16,7% (64 participantes) y el 16,2% (39 participantes), respectivamente, lo que delata que la mayoría de la muestra fue de adultos/as jóvenes.

En lo que se refiere al nivel educativo, el que mayor protagonismo tenía era el de secundaria con 134 participantes (34,9%) a continuación, nivel universitario con 108 participantes (28,1%). Después de ellos, 99 participantes (25,8%) hablaban de formación de carácter técnico y 32 personas (8,3%) señalaban que habían realizado estudios de posgrado (máster o doctorados), en último lugar solamente 11 participantes (2,9%) declararon haber realizado estudios de primaria.

Con respecto al nivel de gasto por visita, resultó el más activo el de más de \$200 (105 personas; 27,3%), seguido de los/las que gastaron entre \$51 y \$100 (con 102 participantes; 26,6%); seguido del que correspondió a los 95 participantes (24,7%) que gastaron entre \$101 y \$200. Mientras tanto, 82 personas (21,4%) gastaron por debajo de los \$50. Lo que indicaba un grado de interacción relativamente igualado de los distintos rangos de gastos.

Relativo a la situación marital, la mayoría de los/las encuestados/as (235 participantes; 60,9%) era soltera. El resto se distribuyó entre personas en unión libre (68), casadas (62), divorciadas (16) y viudas (3), además de quienes indicaron viajar en pareja.

Por último, en lo que respecta a la habitualidad de la estancia, casi la mitad de los encuestados se habían quedado un día en el destino (186; 48,4%); 153 encuestados (39,8%) afirmaron que pasaron entre 2 y 3 días, por el contrario, 29 personas (7,6%)

afirmaron haber pasado entre 4 - 7 días y solo 16 encuestados (4,2%) afirmaban haber estado más de 7 días. Los resultados de esta investigación indican que las visitas breves son las predominantes entre los encuestados.

Los resultados obtenidos demuestran que la nacionalidad de los encuestados corresponde en un 98.7 % a turistas de nacionalidad ecuatoriana, con un 1.0 % catalogándose como venezolanos y con unos pocos turistas (0.3 %) de nacionalidad estadounidense. Estos resultados demuestran que el público turístico que visita la comuna Engabao está compuesto en su mayoría por visitantes nativos, lo que pone de manifiesto que el destino cuenta con mayor posicionamiento en el segmento de la oferta turística nacional.

Tablas de Contingencia			
	¿Cuál es su género?		
¿Nivel de educación?	Masculino	Femenino	Total
1. PRIMARIA	2	9	11
2 SECUNDARIA	65	68	133
3.TÉCNICO/TECNOLÓGICO	68	32	100
4. UNIVERSITARIO	31	77	108
5.POSGRADO	16	16	32
Total	182	202	384

Pruebas de χ^2			
	Valor	df	p
χ^2	36.1	4	<.001
N	384		

La tabla de contingencia nos enseña la distribución de los participantes en función del nivel educativo y su género (384 casos). En la tabla se aprecia que los niveles educativos más frecuentes son el secundario (133 participantes), el universitario (108 participantes) y el técnico/tecnológico (100 participantes), mientras que son las categorías que poseen una menor frecuencia.

Por otra parte, la prueba chi-cuadrado indica $\chi^2 = 36.1$ (4 grados de libertad: $df = 4$) y un nivel de significación $p < .001$; dado que $p < .05$, la hipótesis nula de independencia entre las variables queda rechazada. Así, se establece que hay una relación estadísticamente significativa entre el nivel educativo y el género lo que nos dice que de acuerdo con el factor nivel educativo de los participantes su distribución por géneros también varía.

Tablas de Contingencia			
	¿Cuál es su género?		
¿Ocupación?	Masculino	Femenino	Total
1. ESTUDIANTE	28	51	79
2. TRABAJADOR COMPLETO	93	48	141
3. MEDIO TIEMPO	24	29	53
4. TRABAJADOR AUTÓNOMO	33	21	54
5. EJECUTIVA DEL HOGAR	1	33	34
6. DESEMPLEO	3	20	23
Total	182	202	384

Pruebas de χ^2			
	Valor	df	p
χ^2	66.0	5	<.001
N	384		

Mediante el análisis de la variable ocupación en función del género de los participantes, se obtuvo la tabla de contingencia. Para el muestreo se consideraron un total de 384 personas, de las cuales 182 pertenecen a la categoría del género masculino y 202 pertenecen a la categoría del género femenino. La categoría con la que se obtenía una mayor frecuencia de participantes era la de "trabajador completo" (141 participantes), siendo la categoría con menor frecuencia la de "ejecutiva del hogar" (34 participantes).

La prueba de χ^2 resultó $\chi^2 = 66.0$ con 5 grados de libertad ($df = 5$) y con significancia $p < .001$; esto hace referencia a que existe asociación estadísticamente significativa entre las variables ocupación y el género de los participantes dado que el valor de p es inferior a cualquier criterio convencional de significancia como el de 0,05. Y también

puede afirmarse que la distribución de las ocupaciones es distinta con relación al género de los participantes.

ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO

TURISMO SOSTENIBLE.

Tabla 3 Cargas Factoriales

Factor y asociación entre ítems	Loading	Media	SD	h^2
Nombre del Factor 1 Dimensión Ambiental.				
Variance =34.2 ; autovalor=2.74 ; α=0.913 ; ω= 0.913				
Indicador	0.903	3.35	1.16	0.291
DA1 Engabao mantiene limpias sus playas y espacios turísticos.				
	0.908	3.43	1.15	0.223
DA2 Durante mi visita observe acciones para proteger el medio ambiente.				
DA3 Los turistas respetan el entorno natural de Engabao.	0.653	3.57	1.24	0.286
DA4 Considero que los recursos naturales de Engabao están bien conservados.	0.704	3.59	1.17	0.238
Nombre del Factor 3 Dimension Economica.				
Variance =46.2 ; autovalor= 3.69; α= 0.963; ω= 0.964				
Indicador	0.959	4.21	1.25	0.114
DE1 El turismo genera beneficios económicos para la comunidad.				
DE2 Los negocios turísticos ofrecen productos y servicios adecuados.	0.935	4.02	1.18	0.118
DE3 Los precios de los servicios turísticos son razonables.	0.861	3.85	1.28	0.223
DE4 Considero que el turismo favorece el desarrollo local de Engabao.	0.979	4.15	1.24	0.073
Bartlett's Test	$\chi^2= 3409$; gl=28; p<.001			
Medidas de idoneidad de muestreo	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test = 890			

Note: Extraction Method: " Residuo mínimo";"Oblimin"; SD=Standar Desviation; α = Cronbach's alpha; ω = McDonald's Omega coefficient, h^2 = Comunalidad.

Los resultados obtenidos del análisis factorial exploratorio muestran las evidencias necesarias para sostener la existencia de dos dimensiones que agruparan claramente toda aquella serie de indicadores de la variable Turismo Sostenible.

La Dimensión Ambiental (Factor 1) explica un 34,2% de la varianza total, con autovalor 2,74, con lo cual se despliega que este factor explica una parte importante de la información contenida por los indicadores.

La dimensión se muestra con una excelente consistencia interna, tal como queda demostrado al informar de un α = Cronbach 0,913 y un ω = McDonald's 0,913, superando el criterio deseado de 0,70. Las cargas factoriales oscilan entre 0,653 y 0,908, lo que enfatiza la adecuada unión de los cuatro indicadores con el factor. Los pesos factoriales más representativos son los que se corresponden con los ítems DA2 (0,908) y DA1 (0,903), de tal manera que sí muestra que esos dos ítems representan mejor la dimensión ambiental.

En relación con la Dimensión Económica o Factor 3, explica una varianza del 46,2 %, con un autovalor de 3,69 que supera el mínimo de 1 y que, lógicamente, denota su importancia en la estructura factorial.

La confiabilidad fue también excelente, hallándose un α de Cronbach = 0,963 y un ω de McDonald's = 0,964, lo que denota una elevada consistencia interna de sus indicadores. Las cargas factoriales fueron también muy elevadas (dentro de un rango entre 0,861 y 0,979); el ítem DE4 ("Considero que el turismo es un factor de desarrollo local para Engabao") fue el que tuvo una mayor carga factorial (0,979), seguido de DE1 (0,959), lo que revela que ambos indicadores representan de forma muy importante esta dimensión.

Respecto a la adecuación del modelo factorial, cabe señalar que la prueba de esfericidad de Bartlett obtuvo un resultado estadísticamente significativo ($\chi^2 = 3409$; gl = 28; $p < 0,001$), lo que indica que se pueden buscar correlaciones suficientes entre los ítems como para indicar que se podía aplicar el análisis factorial; también la medida de adecuación KMO mostró un valor de 0,890, valor considerado muy bueno y que, por tanto, alerta de que la matriz de correlaciones es susceptible de ser sometida a este tipo de análisis."

ANALISIS FACTORIAL EXPLORATORIO

Table 4. Cargas factoriales y confiabilidad.

Factor y asociación entre ítems	Loading	Media	SD	h^2
---------------------------------	---------	-------	----	-------

Nombre del Factor 1 Valor Emocional-Social.

Variance =52.4; auto valor=89.9 ; α = 0.972; ω = 0.973

Indicador

VEM2 Disfrute la experiencia turística en la comuna Engabao	0.891	4.14	1.19	0.111
VEM4 Visitar la comuna Engabao fue una experiencia memorable.	0.969	4.14	1.23	0.072
VS1 Visitar la comuna Engabao mejora mi imagen como turista responsable.	0.888	4.09	1.28	0.137
VS4 Considero que la comuna Engabao es un destino atractivo para otros turistas.	0.987	4.14	1.23	0.081

Nombre del Factor 2 Valor Funcional.

Factor y asociación entre ítems	Loading	Media	SD	h^2
Nombre del Factor 2 Valor Funcional				
Variance = 35.8; autovalor= 85.4; α= 0.944; ω= 0.946				
Indicador				
VF2 La infraestructura turística facilito mi visita.	0.958	3.67	1.23	0.278
VF3 El destino ofrece servicios adecuados para los visitantes.	0.813	3.95	1.24	0.087
VF4 La experiencia recibida fue de buena calidad.	0.891	4.05	1.22	0.060

Bartlett's Test

$\chi^2=4067$; gl=21 ; p<.001

Medidas de idoneidad de muestreo

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test = 0.906

Note: Extraction Method: " Residuo mínimo"; Rotation: " Oblimin "; SD=Standar Desviation; α = Cronbach's alpha; ω = McDonald's Omega coefficient, h^2 = Comunalidad.

Los resultados obtenidos en el Análisis Factorial Exploratorio apuntan a que los datos reúnen las características para ser empleados este tipo de análisis. En primer lugar, la medida de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) alcanza un valor de 0,906 lo que indica que la muestra es adecuada para realizar el análisis factorial. Por otro lado, también la prueba de esfericidad de Bartlett es estadísticamente significativa ($\chi^2=$

4067; $gl = 21$; $p < 0.001$), lo que indica que hay suficiente relación entre las variables para dar razón a la extracción de factores.

Al desarrollar el análisis se obtuvieron 2 factores. El Factor 1, asignado como Valor Emocional-Social, fue el que mayor porcentaje de varianza explicó, alcanzando un 52.4% con un autovalor de 89.9 y una fortísima consistencia interna ($\alpha = 0.972$; $\omega = 0.973$). Las cargas factoriales de los indicadores oscilaron entre 0.888 y 0.987, promediando los ítems de la experiencia turística memorable, el placer durante la visita a la comuna de y la imagen del visitante. Las medias de estos indicadores formalizaron una variación entre 4.09 y 4.14, reflejando una afectación positiva por parte de los participantes.

En lo referente al Factor 2, denominado Valor Funcional, se comunicó una varianza del 35.8 %, con un autovalor de 85.4, un perfil similar al anterior y que también mostró una excelente consistencia interna ($\alpha = 0.944$; $\omega = 0.946$). Las cargas factoriales oscilaron entre 0.813 y 0.958, por lo que existe una gran congruencia entre los indicadores y el factor. Este factor engloba los aspectos relacionados con la infraestructura turística, la calidad de la experiencia y servicio a los turistas, oscilando la media dada entre 3.67 y 4.05; por lo tanto, se podría concluir que la funcionalidad del destino turístico es bien valorada.

REGRESIÓN LINEAL.

Table 5. Relationship between motivation and loyalty.

Model		F	R2 ΔR^2	<i>t-value</i>	Standard Error	β	<i>P</i>
Turismo Sostenible			0.778 0.882				
Valor Funcional		59.1		7.69	0.373	0.328	<.001
Valor Emocional		123.3		11.10	0.539	0.467	<.001

Note: T= Tolerance; VIF= Variance Inflation Factor; Durbin-Watson: 1.81;

Significant values in bold.

El modelo de regresión alcanza un coeficiente de determinación $R^2 = 0.778$, de lo que se infiere que el modelo está en condiciones de explicar el 77.8 % de la variabilidad de la variable dependiente. Se señala especialmente el $\Delta R^2 = 0.882$, ya que computa el cambio en varianza explicada en función del modelo que se atiende.

En lo que respecta a los predictores, reportó un estadístico $F = 59.1$, un valor $t = 7.69$; un error estándar de 0.373; un coeficiente estandarizado $\beta = 0.328$ y un nivel de significancia $p < .001$, esto es, que los resultados implican que el valor funcional opera como predictor para la variable dependiente con el correspondiente grado de significancia estadística.

En lo tocante al valor emocional, este alcanzó un estadístico $F = 123.3$; $t = 11.10$; error estándar = 0.539; coeficiente estandarizado $\beta = 0.467$; y la significancia fue de $p < .001$, igualmente denotando un efecto estadísticamente significativo. Complementariamente, el coeficiente β para el valor emocional es superior al del valor funcional, lo que implica que aporta relativamente más dentro del modelo.

Por último, la tabla nos indica un estadístico Durbin-Watson = 1.81, valor próximo a 2 y, por tanto, se constata que no existen evidencias de problemas importantes de autocorrelación de los residuos.

SEM MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES.

Tabla 4 Modelo de medidas

	Cargas Externas.
DA1 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.718
DA2 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.768
DA3 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.832
DA4 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.842
DE1 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.900
DE2 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.910

DE3 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.882
DE4 <- TURISMO SOSTENIBLE	0.914
VEM2 <- VALOR EMOCIONAL	0.959
VEM4 <- VALOR EMOCIONAL	0.970
VF2 <- VALOR FUNCIONAL	0.914
VF3 <- VALOR FUNCIONAL	0.963
VF4 <- VALOR FUNCIONAL	0.967

Los Outer Loadings de la tabla permiten conocer el grado de asociación que existe entre los indicadores y la variable constructo respectiva. A nivel general, las cargas factoriales superiores a 0.70 indican que los indicadores replican comúnmente un constructo latente.

Los indicadores que forman el constructo Turismo Sostenible tienen cargas factoriales en el intervalo entre 0.718 y 0.914, lo que denota una buena asociación de todos los ítems con el constructo. En concreto, las cargas de los indicadores DE2 (0.910) y DE4 (0.914) indicaron los máximos valores, mientras que el indicador DA1 muestra el valor más bajo (0.718), aunque por encima de la carga de referencia de 0.70.

En el caso del constructo Valor Emocional, las cargas son de 0.959 y 0.970, lo que indica una muy fuerte relación entre los indicadores y el constructo.

En el caso del constructo valor funcional, las cargas son de 0.914, 0.963 y 0.967, lo que también refleja una elevada consistencia de los indicadores con respecto a la variable latente.

Tabla 7. Validación y Revalidación de constructo

Tabla 5 Validación y Revalidación de datos.

	Cronbach's alpha	Fiabilidad Compuesta (rho_a)	Fiabilidad Compuesta (rho_c)	Varianza media extraída (AVE)
TURISMO SOSTENIBLE	0.944	0.956	0.953	0.720
VALOR EMOCIONAL	0.973	0.973	0.980	0.924
VALOR FUNCIONAL	0.944	0.951	0.964	0.900

La tabla que muestra los indicadores de fiabilidad y validez convergente de las tres dimensiones asociadas a Turismo Sostenible, Valor Emocional y Valor Funcional (T. S.), en el caso del constructo Turismo Sostenible, la respuesta del índice Alfa de Cronbach fue de 0.944, la de la fiabilidad compuesta (rho_a) fue de 0.956 mientras que la fiabilidad compuesta (rho_c) fue de 0.953 y la AVE fue de 0.720; si bien los resultados anteriores denotan una elevadísima consistencia interna y adecuados para explicar la varianza de los indicadores.

El constructo Valor Emocional de las escalas expuestas, mostró un Alfa de Cronbach de 0.973. Es decir, su fiabilidad compuesta (rho_a) se encontró en 0.973, su fiabilidad compuesta (rho_c) alcanzó un porcentaje equivalente a 0.980 y una AVE de 0.924, por lo tanto, estos valores reflejan que existe un alto nivel de fiabilidad y una buena validez convergente.

En lo que respecta al constructo valor Funcional, su Alfa de Cronbach se evidenció con un coeficiente de 0.944, su fiabilidad compuesta (rho_a) se presenta en 0.951, su fiabilidad compuesta (rho_c) se observa en 0.964 y su AVE alcanzó un puntaje que equivale a 0.900, también indica una alta consistencia interna, así como una adecuada representación de los indicadores.

Tabla 6 Resultado Estructural

	Original muestra (O)	Media muestral (M)	Desviación Estándar. (STDEV)	T Estadística (O/STDEV)	P valor
VALOR EMOCIONAL -> TURISMO SOSTENIBLE	0.545	0.548	0.094	5.813	0.000
VALOR FUNCIONAL -> TURISMO SOSTENIBLE	0.379	0.376	0.098	3.869	0.000

Table 8. Modelo de Resultado Estructural.

Hipótesis.	(β)	T estadística.	P- valor.	Observación.
H1: Garantía de salud $\rightarrow$ Calidad del destino.	0.094	5.813	.000	Si
H2: Curiosidad intelectual $\rightarrow$ Calidad del destino.	0.098	3.869	.000	Si

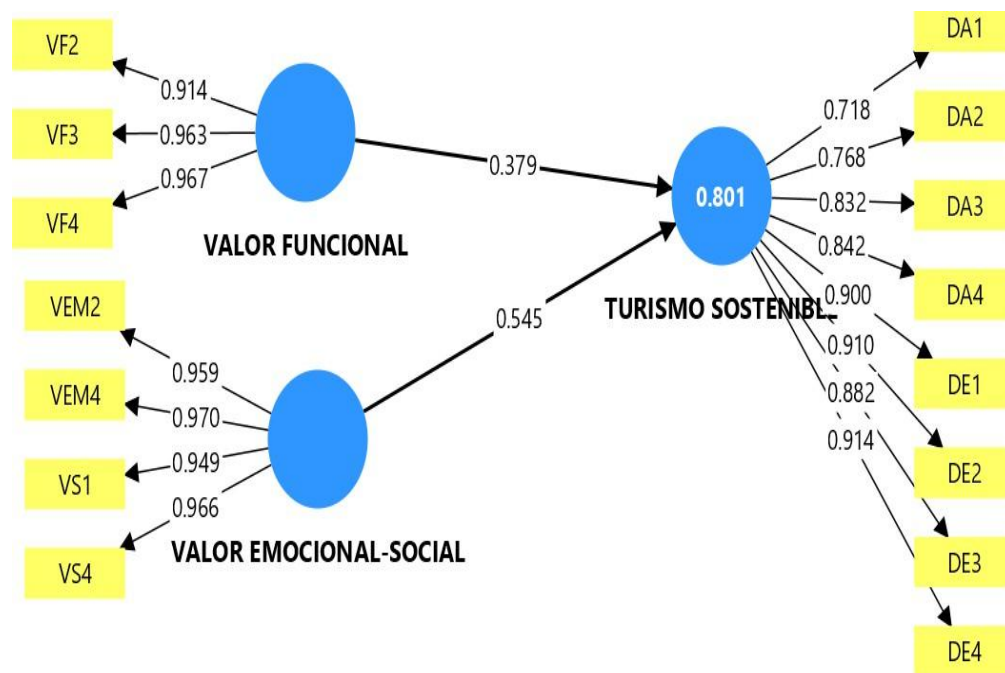
En la tabla pueden observarse los resultados indicativos que permiten conocer las condiciones del modelo estructural, incluyendo el coeficiente de trayectoria (coeficiente original de la muestra; Original muestra, O), la media muestral (M), la desviación estándar (STDEV), el estadístico t así como el valor p en las relaciones que aparecen entre los constructos.

La relación Valor Emocional $\rightarrow$ Turismo Sostenible obtuvo un coeficiente de trayectoria (O) de 0.545, una media muestral (M) de 0.548, una desviación estándar (STDEV) de 0.094, un estadístico t de 5.813 y un valor $p = 0.000$. Los resultados mostrados permiten considerar que se trata de una relación positiva y estadísticamente significativa, lo que permite concluir que se obtiene apoyo empírico para hipotetizar la relación.

En cuanto a la relación Valor Funcional $\rightarrow$ Turismo Sostenible, se obtuvo un coeficiente de trayectoria (O) de 0.379, una media muestral de 0.376, una desviación estándar de 0.098, un estadístico t de 3.869 y un valor $p = 0.000$. Esto evidencia que también existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el valor funcional y el turismo sostenible, por lo que se acepta la hipótesis formulada.

Al respecto, cabe indicar que ambas hipótesis, las cuales han sido evaluadas, se aceptan, tal como se aprecia en la tabla de contraste de hipótesis, dado que los valores de p para ambas hipótesis fueron $p = 0.000$.

Ilustración 2 Modelo Estructural de la relación entre Turismo sostenible y Valor percibido.



Discusión.

Mediante los resultados de la investigación fue posible describir el rol del turismo sostenible desde la mirada de los turistas que visitan la comuna Engabao durante el año 2026. En general, los resultados indican una percepción positiva por parte de los turistas respecto a las acciones de sostenibilidad propuestas en el destino y la valoración de la experiencia turística.

Con respecto a las características de los turistas, se puede indicar que el 98,7 % de los encuestados corresponden a turistas ecuatorianos y solo el 1,3 % a turistas extranjeros; por otro lado, se observa que el grupo mayoritario corresponde al género femenino (52,6 %), mientras que el masculino es del 47,4 %, de aquí se desprende una distribución con tendencia al equilibrio. Del mismo modo, la franja etaria mayoritaria corresponde a la de 18 a 25 años (37,5 %), luego el de 26 a 35 años (29,7 %), por lo que se puede observar a Engabao como un destino principalmente de jóvenes y adultos jóvenes. Los resultados obtenidos se asocian a las tendencias del turismo interno propuestas por (Organización Mundial del Turismo, 2023), quienes manifiestan el crecimiento del turismo nacional por destinos naturales y costeros.

En relación con el primer objetivo específico orientado a conocer los factores del turismo sostenible percibidos por los turistas, los resultados evidencian una valoración positiva en las dimensiones ambiental, social y económica. Respecto a la dimensión ambiental, un 61,2 % de los encuestados considera que los recursos naturales de Engabao están bien conservados, mientras que un 55,5 % indicó que durante su visita logró observar acciones orientadas a la protección del ambiente. En la misma línea, un 51,8 % afirma que playas y espacios turísticos mantienen adecuados niveles de limpieza, apoyando lo sostenido por la (Organización Mundial del Turismo, 2023), que expresa que la conservación de los recursos naturales es uno de los pilares centrales de la sostenibilidad de los destinos turísticos.

La dimensión social arroja resultados todavía más positivos, donde un 74,7 % de los turistas sostuvo que se sentía bien recibido por parte de los habitantes de la comuna, lo que pone en evidencia la importancia de la hospitalidad como factor que diferencia al destino. De igual forma, un 81,0 % considera que la gastronomía es la representación de la identidad cultural de Engabao, y un 63,8 % percibe que la comunidad conserva adecuadamente sus tradiciones y costumbres. Estos mismos hallazgos se encuentran

avalados en lo expuesto por (Carvache Franco, Carvache Franco, & Carvache Franco, Sustainable Tourism and tourist behavior in coastal destinations, 2022), quienes revelan que la autenticidad cultural y la participación comunal actúan como factores potenciadores de la competitividad y sostenibilidad en torno a los destinos costeros.

En el ámbito de la dimensión económica, un 77,9% de los encuestados considera que las empresas turísticas ofrecen productos y servicios adecuadamente. Un 73,2% considera una adecuada proporción entre la calidad y el precio de los servicios. Asimismo, un 72,2% considera razonables los precios de los servicios ofrecidos por los establecimientos de turismo. Estos resultados evidencian que la oferta turística genera una buena imagen respecto al valor económico, en el que (Sweeney & Soutar, 2001), indican que está positivamente relacionado con la satisfacción y la intención de regresar a dicho destino.

En relación a la segunda meta específica, ligada al valor percibido de los turistas, Se puede afirmar que los resultados alcanzan niveles altos de satisfacción, ya que el 79,9 % de los encuestados declaró haber disfrutado su vivencia turística en Engabao, y el 79,4 % manifestó sentirse satisfecho después de su visita. Igualmente, el 78,4 % indicó que la experiencia vivida fue memorable, y el 77,8 % señaló haber recibido un servicio de calidad. Asimismo, el 74,8% manifestó que la calidad de los servicios cumplió con sus expectativas, y el 75,7% consideraron que los servicios turísticos que recibió eran adecuados. Todos estos resultados demuestran que la experiencia del visitante genera altos niveles de valor percibido, tal como coinciden con las propuestas de (Zeithaml , 1988), quien dice que el valor percibido llega tras la evaluación de lo que uno recibe (beneficios) y lo que uno deja (costos).

Un segundo descubrimiento interesante se vincula con la intención de recomendar el destino en cuestión. En este sentido, el 79,7 % de los turistas se manifestó al señalar que compartiría experiencias positivas en relación a Engabao en redes sociales, lo cual se aprecia como un alto grado de satisfacción y se transforma a la vez en un buen indicador de la fidelidad del/a turista. También, en relación a la intención de recomendar el destino, se considera que visitar Engabao favorece la imagen de turista responsable (76,3 %), además de reconocer que el turismo favorece el desarrollo local de la comuna (80,7 %), lo que es coherente con los hallazgos de Regalado-Pezúa et al. (2023), quienes concluyen que el valor emocional disponible durante la visita afecta la recomendación del destino y la intención de retorno.

En síntesis, se puede concluir que el turismo sostenible tiene un impacto positivo en el valor percibido de los turistas de la comuna Engabao. La buena conservación de los recursos naturales, la hospitalidad de su gente, la preservación de sus elementos de la identidad cultural y la impresión de la calidad de los servicios son elementos que refuerzan la experiencia turística y permiten convertir a este destino turístico en un destino sostenible; los hallazgos obtenidos, por tanto, permiten cumplir con el objetivo general de la investigación y demuestran que potenciar las prácticas de turismo sostenible favorece el aumento de la competitividad de la comuna Engabao y posibilitar el desarrollo y el bienestar económico, social y ambiental.

Conclusiones

- 1) Se evidenció que los turistas valoran positivamente las buenas prácticas de turismo sostenible que se llevan a cabo en la comuna Engabao, sobre todo a lo que hace a la conservación de los recursos naturales, la amabilidad del público y la preservación de la identidad. Por otro lado, también se generaron oportunidades de mejora en la limpieza de algunos espacios públicos, la infraestructura turística y la implementación de acciones ambientales continuas que garanticen la sostenibilidad del destino.
- 2) Respecto del valor percibido, los resultados obtenidos indican que los visitantes muestran altos niveles de satisfacción con la experiencia turística, la mayor parte de ellos considera que los servicios prestados cumplen con sus expectativas, reconocen la adecuada relación entre calidad y precio, los mismos se manifiestan dispuestos a recomendar Engabao como destino turístico y regresar en una próxima ocasión, lo cual pone de manifiesto que el destino genera experiencias positivas que refuerzan su posicionamiento turístico.
- 3) Los resultados obtenidos permiten concluir que el turismo sostenible y el valor percibido por los turistas están positivamente relacionados, dado que el adecuado manejo de los componentes ambiental, social y económico influye favorablemente en la satisfacción de los visitantes, incrementa la percepción de calidad de la experiencia y aumenta la competitividad del destino, corroborando el cumplimiento de los objetivos generales del estudio.
- 4) El perfil de los visitantes reflejó claramente que existe predominancia de turistas del país, fundamentalmente de entre 18 y 35 años, que visitan el destino motivados por el contacto con la naturaleza, la gastronomía y las actividades recreativas y presentan una oportunidad para definir estrategias de promoción y diversificar la oferta turística según sus intereses y expectativas.
- 5) Por último, el estudio supone una valiosa fuente de información para las autoridades locales, los operadores de servicios turísticos y la comunidad de Engabao, ya que genera evidencias que pueden ser utilizadas como referencia para planificar políticas, programas y estrategias diseñadas para el desarrollo del turismo sostenible, contribuyendo en este sentido al desarrollo económico, social y ambiental de la comuna.

Recomendaciones

1. **Consolidar la gestión ambiental** mediante la ejecución de programas permanentes de conservación de playas, manejo integral de residuos sólidos y campañas de educación ambiental para turistas, habitantes y prestadores de servicios turísticos, con el fin de conservar los recursos naturales que son el atractivo de la comuna Engabao.
2. **Desarrollar la infraestructura y los servicios turísticos** mediante la instalación de señalética informativa, mantenimiento de espacios públicos, aumento de áreas de descanso, servicios higiénicos, accesibilidad y equipamiento turístico a efectos de mejorar el nivel de calidad de la experiencia del visitante y aumentar el valor percibido del destino.
3. **Fomentar la capacitación constante** de los proveedores de servicios turísticos y de la comunidad local en todo lo referido a la atención al cliente, al turismo sostenible, a la hospitalidad, a la gestión ambiental o a la calidad de los servicios, ahondando en las competencias necesarias para ofrecer experiencias de viaje satisfactorias.
4. **Elaborar e implementar estrategias de promoción de turismo sostenible**, mediante el uso de medios digitales y redes sociales y colaboraciones con organizaciones públicas y privadas para situar a la comuna Engabao como un destino responsable, mediante la promoción de sus recursos naturales, de la práctica del surf, de la cocina local o de las manifestaciones culturales de la propia comunidad.
5. **Estimular la participación activa de la comunidad** en la planificación y gestión del turismo sostenible, motivando por el desarrollo de emprendimientos a nivel local, la comercialización de los productos artesanales, gastronómicos, así como la conservación del patrimonio natural y cultural; propiciando una repartición equitativa de los beneficios económicos que genera la actividad turística.
6. **Promover el monitoreo y la evaluación continua** de la percepción de los turistas sobre la sostenibilidad y la calidad de los servicios, mediante la aplicación periódica de encuestas e indicadores de gestión, que permitan localizar oportunidades

de mejora de forma tal de orientar la toma de decisiones de la autoridad local y de los actores turísticos.

7. Realizar futuras investigaciones en las que se analicen variables complementarias, tales como la satisfacción, la lealtad, la intención de retorno, la calidad del servicio y la competitividad del destino, en las que participen los distintos actores del sector turístico (habitantes, empresarios, autoridades, operadores turísticos), a fin de profundizar el conocimiento sobre el desarrollo sostenible de la comuna Engabao.

Referencias

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2023. El financiamiento de una transición sostenible: inversión para crecer y enfrentar el cambio climático. CEPAL, CAPITULO I.
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO.* , 50-56.
- Carranza , E., & García, G. (2024). Turismo sustentable o sostenible en Sudamérica:. *Ciencia Latina*, 8(1).
- Carvache Franco, M. (2021). *Current Issues in Tourism*. Taylor & Francis, 2325-2341.
- Carvache Franco, M., Bagaric, L., Carvache Franco, O., & Carvache Franco, W. (2025). Segementation by recretion experiences of demand in coastal and marine destitution. A study in Galápagos, Ecuador. *Plos One*, 20.
- Carvache Franco, M., Carvache Franco, W., & Carvache Franco, O. (2022). Sustainable Tourism and tourist behavior in coastal destinations. *Sustainability*.
- Chen, C., & , A. (2026). Educación, comunicación y turismo: un modelo interdisciplinario para la sostenibilidad territorial en Panamá. *Revista Latinoamericana de Calidad Educativa*.
- Cochran, W. (1977). *Sampling techniques*.
- Fernández Fernández, J. L. (2015). El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad en el ámbito local (Doctoral dissertation, Universidade da Coruña). Dialned, 328.
- Gallardo Dueñas, D., & Aguilar Cano, C. A. (2025). Management of the ecotourism potential in the coastal region of the Ecuador. *REVISTA ACADÉMICA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS*, 14.
- Gallarza, M., & Saura, I. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 437-452.
- Goodwin , H. (2011). Taking Responsibility for Tourism: Responsasible Tourism Management. *Torrossa.com*.
- Grewal, D. (2000). El impacto de la tecnología en la cadena calidad-valor-lealtad: una agenda de investigación. *Página principal de Sage Journals*, 168-174.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *McGraw-will*, 106-116.
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*. Routledge interpretive marketing research series, 91-97.

- Iturralde, G., & Samaniego, J. (2021). Marine spatial planning in Ecuador: Current situation and the challenges we face. *Revista Costas*, 293-314.
- Lastra Bravo, X., & Cabanilla, E. (2020). Impacto del Turismo en el desarrollo del Ecuador: Reflexiones desde la Academia-IV CONGRETUR Estudios y perspectivas en Turismo. *SciELO Analytics*, 1272-1279.
- Lu, H.-P., & Hsiau, K.-L. (2010). La influencia de la extroversión/introversión en la intención de pagar por sitios de redes sociales. *Information & Management*, 150-157.
- Melgosa, F. (2006). Del desarrollo sostenible al turismo sostenible. La integración del medio ambiente en el sector turístico. *Noticias de la Unión Europea*, 115-132.
- Ministerio del turismo. (2019). *Plandetur 2030*.
- Moliner, M. A., Sánchez, J., Rodríguez, R. M., & Callarisa, L. (2007). Relationship quality with a travel agency: The influence of the postpurchase perceived value of a tourism package. *Tourism and Hospitality Research*, 7(3-4), 194-211. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050052>
- Mora Méndez, F., García Castro, S., & Chiriboga Cisneros, E. (2020). Certificación Turística como herramienta de diferenciación clave para las playas: Caso Playa Chichipe-Salinas-Ecuador. *Innova research journal*, vol. 5, núm. 3, 233-244.
- Moreno Manzo, J. (2025). Perceived value in Quito, World Heritage Site. *Consumer Behaviour*.
- ONU, TURISMO. (2024). *PROMOCIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y RESILIENTE, INCLUIDO EL ECOTURISMO*. NACIONES UNIDAS.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, TURISMO. (2024). *PROMOCIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y RESILIENTE. EL ECOTURISMO PARA ERRADICAR DE LA POBREZA*.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *La importancia de promocionar el turismo sostenible*.
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Tourism for sustainable development*. World Tourism Organization. OMT.
- Patterson, P., & Spreng, R. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: An empirical examination. *International Journal of service Industry management*, 414-434.
- Petrick, J. (2002). Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value for service. *Leisure Research*, 119-134.
- PNUMA. (2021). Contaminación marina por desechos plásticos en países del perfil costero del Pacífico Sur, 2016-2021. *Revista Científico Profesional*, 458-478.

- Regalado Pezúa, O., & Carvache Franco, M. (2023). Valor percibido y su relación con la satisfacción y la lealtad en destinos costeros culturales: Un estudio en Huanchaco, Perú. *PloS one*, 18.
- Sánchez, I. (2020). Marcas blancas, valor percibido y la lealtad en el sector retail. *SciELO*, 29.
- Sharpley, R. (2009). *Desarrollo turístico y medio ambiente: ¿Más allá de la sostenibilidad?*. Routledge.
- Sheth, J., Newman, B., & Gross, B. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*. *Revista de Investigación Empresarial*, 159-170.
- Slack, N., Singht, G., & Sharma, S. (2020). Impact of perceived value on the satisfaction of supermarket customers: developing country perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 1235-1254.
- Sweeney, J., & Soutar, G. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a multiple Item Scale. *Revista de comercio minorista*, 203-220.
- Tapia Pazmiño, J., & Águilera Montalvan , L. (2025). El turismo alternativo. Una estrategia para el desarrollo turístico en zonas costeras del Ecuador . *Scientia Andes*, 1(4), 20-37.
- UNEP & OMT. (2006). Programa de las naciones unidas para el medio ambiente y organización mundial del turismo. Por un turismo más sostenible.
- Wearing, S., & Neil, J. (2009). *Ecotouris: Impacts, potentials and possibilities*. Grupo Taylor & Francis.
- Weaver, D. (2007). *Turismo sostenible* . Routledge.
- Williams, P., & Soutar, G. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *ScienceDirect*, 413-438.
- Zeithaml , V. (1988). Consumer perceptions of price,quality,and value: A meansend model and synthesis of evidence. *Revista de marketing*, 2-22.
- Zhao, S., & Chen, L. (2021). Exploring residents' purchase intention of green housings in China: an extended perspective of perceived value. *MDPI*, 4074.

Libros físicos o virtuales

Blumberg, B., Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *Business Research Methods*. New York: Mcgraw-Hill Education.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hill.

Van, S. (2014). *Research Methods in Public Administration and Public Managment*. New York: Routledge.

Artículos científicos

Bacilio, J. (2018). Planificación estratégica en empresas del sector público en la provincia de Santa Elena. Revista RCPI-UPSE.

Linkografía

https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.

MATRIZ DE CONSISTENCIA.

Título de la propuesta de Investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Idea a defender / Producto a obtener (si aplica)
- El Rol del turismo sostenible como factor explicativo del valor percibido del destino desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026.	Problema General: Analizar y medir la sostenibilidad del turismo en la comuna de Engabao, debido a la limitada información existente en la literatura académica sobre este contexto específico. En este sentido, se propone identificar los factores clave que inciden en la sostenibilidad (en sus dimensiones social, económica y ambiental) y determinar cuál de ellos tiene mayor influencia en el desarrollo turístico local. Asimismo, la investigación busca examinar la relación entre estos factores de sostenibilidad y el valor percibido por los turistas, considerando sus dimensiones funcional, monetaria, social y emocional. De esta manera, se pretende contribuir al vacío existente en la literatura turística, integrando el análisis de la sostenibilidad con el enfoque del valor percibido, y proporcionando información relevante para la toma de decisiones y el desarrollo sostenible de la comuna. "El dilema reside en la incertidumbre de si las prácticas de turismo sostenible desarrolladas en la comuna Engabao son percibidas por el visitante como un valor añadido, o bien, ya resulta innecesario saber si dejan de ser percibidas ante los factores tradicionales de la práctica del consumo."	- Objetivo General: Analizar el rol del turismo sostenible incide en el fortalecimiento del desarrollo local de la comuna de Engabao.	- Los resultados de estas dos variables, para obtener estrategias favorables.

	Sistematización del problema: • ¿Cuál es el factor más importante? • ¿Cuál sería el valor percibido? • ¿Cuál sería la relación del turismo sostenible y el valor percibido?	Objetivos específicos: - Examinar cual es el factor más importante que mide el turismo sostenible en Engabao. - Detectar cual es el valor percibido del turista en Engabao. - Determinar cuál es la relación del turismo sostenible y el valor percibido en Engabao.	
Alineación con el eje de investigación			
Fuente de información	Línea de investigación: Turismo y Patrimonio.		
	Sublínea de investigación: Valorización turística del patrimonio cultural y desarrollo local.		
	Libros digitales biblioteca UPSE:	1	
	Tesis grado:	5	
	Tesis posgrado:	20	
	Artículos alto impacto Scopus:	11	
	➤ Artículos alto impacto Vos:	4	

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título	Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicador	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
- El Rol del turismo sostenible como factor explicativo del valor percibido del destino desde la perspectiva de los turistas en la comuna Engabao, año 2026.	Turismo Sostenible	De acuerdo con Hussein Musaa (2025), la motivación de escapismo se conceptualiza como un impulso psicológico orientado a evadir la rutina cotidiana. Esta variable actúa de manera independiente en la intención de los turistas de visitar destinos sostenibles. Asimismo, se la considera un factor predictor que influye tanto en la intención de visita como en la lealtad hacia el destino, mediada por dicha intención.	- Económica - Ambiental	- Nivel de participación de la comunidad local - Generación de empleo local - Satisfacción de los residentes	Enfoque: mixto Alcance: descriptivo Diseño: no experimental		Instrumentos de cuestionario.
	Valor Percibido	De acuerdo con Pereyra Gonzales (2021), diversos estudios evidencian que el turismo constituye un motor de dinamización económica y contribuye al fortalecimiento del capital humano dentro del sector. No obstante, su desarrollo exige procesos de formación y capacitación en ámbitos sociales, económicos, ambientales y culturales. Asimismo, se destaca la importancia de implementar políticas públicas que respalden esta actividad, dado que el turismo no solo impulsa la actividad socioeconómica, sino que también favorece el desarrollo sostenible de las comunidades.	- Emocional - Social. - Funcional.	- Valor Emocional. - Valor de conveniencia. - Valor social.			

