UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de

Licenciado en Turismo

Autor:

Miranda Camacho Luis Fernando

Tutor:

Manuel Abarca Zaquinaula

LATACUNGA - ECUADOR

Agosto 2026

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Miranda Camacho Luis Fernando, con cédula de ciudadanía No. 1726302803, declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **"ANÀLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÌSTICA EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO** siendo el Ingeniero Manuel Abarca Zaquinaula Mgs. Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 7 de agosto del 2026

Luis Fernando Miranda Camacho
C.C: 1726302803
ESTUDIANTE

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **MIRANDA CAMACHO LUIS FERNANDO**, identificada con cédula de ciudadanía **1726302803** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - EL CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **"ANÀLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÌSTICA EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: octubre 2019 - marzo 2020

Finalización de la carrera: abril 2023 – agosto 2023

Tutor: Ing. Manuel Abarca Zaquinaula , Mgs.

Tema: **"ANÀLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÌSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO**

CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
b) La publicación del trabajo de grado.
c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 7 días del mes de Agosto del 2026.

Luis Fernando Miranda Camacho	Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
EL CEDENTE	**LA CESIONARIA**

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

“ANÀLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÌSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO”, de **Miranda Camacho Luis Fernando**, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 7 de agosto del 2026

Ing. Manuel Abarca Zaquinaula, Mgs.
C.C: **0602636987**
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, el postulante: Miranda Camacho Luis Fernando, con el título del Proyecto de Investigación: **"ANÀLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÌSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO",** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 7 de agosto del 2026

Ing. Andrea Andrade Ayala, MSc.
C.C: 1719291468
LECTOR 1 (PRESIDENTE)

Lcda. Diana Vinueza Morales, Mg.
C.C: 1716060148
LECTOR 2 (MIEMBRO)

Ing. Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.
C.C: 1722220868
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

. Agradezco profundamente a Dios por haberme brindado la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por ser mi pilar fundamental. Gracias por su amor incondicional, su apoyo constante y por creer en mí en todo momento, incluso cuando yo mismo dudaba.

A mis profesores de la Universidad Técnica de Cotopaxi, quienes guiaron mi proceso académico con dedicación y compromiso. Su acompañamiento fue clave en la formación de mi pensamiento crítico y profesional.

A mi tutor de tesis ing. ... Manuel Abarca Zaquinaula, por su orientación, y valiosos aportes durante el desarrollo de este proyecto. Y finalmente, a mí mismo, por no rendirme, por levantarme cada vez que fue necesario y por confiar en que los sueños se logran con constancia, disciplina y pasión. Luis Fernando Miranda Camacho

Luis Fernando Miranda Camacho

DEDICATORIA

Con todo mi amor y gratitud, dedico este trabajo a mis padres, quienes han sido mi mayor ejemplo de esfuerzo, valentía y dedicación. Gracias por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por enseñarme a nunca rendirme.
Este logro es tan mío como suyo. Sin su amor, sacrificio y confianza en mí, no habría sido posible llegar hasta aquí.

Luis Fernando Miranda Camacho

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: "ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"

Autor:
Miranda Camacho Luis Fernando

RESUMEN

El presente estudio tuvo como principal propósito es analizar la relación entre el nivel de actividad turística, el estrés percibido y la felicidad auténtica en turistas que visitan el Centro Histórico de Quito. Para su cumplimiento se plantearon cuatro objetivos específicos; en primer lugar, describir el perfil sociodemográfico de los turistas en el Centro Histórico de Quito; en segundo lugar, Medir el estrés percibido de los visitantes mediante la aplicación de encuestas estandarizadas identificando los factores que inciden a su bienestar psicológico durante su experiencia turística.; en tercer lugar Evaluar la felicidad auténtica en función de tipo de actividades turísticas practicada por los visitantes, con el fin de determinar su correlación y aportar evidencia sobre cómo estas experiencias influyen en el bienestar emocional.; en cuarto lugar, Establecer la relación existente entre el estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes, con el fin de comprender cómo la influencia de las actividades turísticas incide en su bienestar subjetivo. Por este motivo, se optó por guiarse bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de corte transversal y tomando un alcance correlacional, por medio de la aplicación de encuestas estructuradas a turistas nacionales e internacionales que cumplieran con la característica de ser mayores de 18 años. Consiguientemente, para la recolección de datos se emplearon distintos métodos en los que se incluye la aplicación de la Escala de Estrés Percibido, la Escala de Felicidad Subjetiva y un cuestionario de actividad turística. Los resultados manifestaron que el estrés percibido persevera en una relación negativa y significativa con la felicidad auténtica, lo que refleja que, a mayor tensión emocional, existe una menor percepción de bienestar. Asimismo, la frecuencia turística no presentó una relación significativa con la felicidad auténtica ni tampoco reveló una relación positiva débil con el estrés percibido, a razón de ello, la actividad turística no garantiza por sí misma una reducción del estrés ni un aumento directo de la felicidad. Por lo tanto, el principal aporte de esta indagación radica en demostrar que el bienestar turístico depende en mayor medida de la calidad de la experiencia, las condiciones emocionales del visitante y la organización que se le ofrezca del recorrido que de la cantidad de actividades exploradas. En conclusión, existen impactos relevantes para la gestión turística del Centro Histórico de Quito el cual cada día se orienta más hacia el diseño de experiencias más exigibles que permanezcan en la memoria del turista.

Palabras clave: Actividad turística, centro histórico de quito, estrés percibido, felicidad autentica.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

THERE: "ANALYSIS OF PERCEIVED STRESS AND AUTHENTIC HAPPINESS IN RELATION TO THE LEVEL OF TOURIST ACTIVITY AMONG TOURISTS VISITING THE HISTORIC CENTER OF QUITO"

Author:
Miranda Camacho Luis Fernando

ABSTRACT

This The main purpose of this study was to analyze the relationship between the level of tourist activity, perceived stress, and authentic happiness among tourists visiting the Historic Center of Quito. To achieve this, four specific objectives were established: first, to describe the sociodemographic profile of tourists in the Historic Center of Quito; second, to measure visitors' perceived stress through standardized surveys, identifying the factors that affect their psychological well-being during their tourism experience; third, to evaluate authentic happiness based on the type of tourist activities engaged in by visitors, in order to determine their correlation and provide evidence on how these experiences influence emotional well-being; fourth, to establish the relationship between perceived stress and authentic happiness among visitors, in order to understand how tourist activities influence their subjective well-being. For this reason, we opted for a quantitative approach, using a non-experimental, cross-sectional design with a correlational scope, through the administration of structured surveys to domestic and international tourists who were 18 years of age or older. Consequently, various methods were used for data collection, including the Perceived Stress Scale, the Subjective Happiness Scale, and a tourism activity questionnaire. The results showed that perceived stress maintains a significant negative relationship with authentic happiness, indicating that higher levels of emotional stress are associated with a lower perception of well-being. Likewise, the frequency of tourism did not show a significant relationship with authentic happiness, nor did it reveal a weak positive relationship with perceived stress; therefore, tourism activity does not in and of itself guarantee a reduction in stress or a direct increase in happiness. Consequently, the main contribution of this study lies in demonstrating that tourism-related well-being depends to a greater extent on the quality of the experience, the visitor's emotional state, and the organization of the tour than on the number of activities undertaken. In conclusion, there are significant implications for the tourism management of Quito's Historic Center, which is increasingly focused on designing more memorable experiences that leave a lasting impression on tourists.

Keywords: Tourism activity, Quito's Historic Center, perceived stress, authentic happiness.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN vi
AGRADECIMIENTO vii
DEDICATORIA viii
RESUMEN ix
ABSTRACT x
ÍNDICE DE CONTENIDO xi
ÍNDICE DE TABLAS xiv
ÍNDICE DE FIGURAS xv
1 INFORMACIÓN GENERAL 1
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO 2
3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO 3
3.1 Directos 4
3.2 Indirectos 6
4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 7
5 OBJETIVOS 10
5.1 General 10
5.2 Específicos 10
6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS 11
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA 12
7.1 Marco legal 12
7.2 Fundamentación jurídica según la constitución de la república del Ecuador 12
7.2.1 Derecho a la salud integral y al bienestar 12
7.2.2 Derecho al tiempo libre, recreación y descanso 12
7.2.3 Derechos del buen vivir en turismo y cultura 13

7.2.4 Derecho a vivir en un ambiente sano 13
7.2.5 Derechos de la naturaleza y del desarrollo sustentable 13
7.3 Normas internacionales sobre salud mental y bienestar 14
7.3.1 Declaración universal de los derechos humanos (DUDH) 14
7.3.2 Pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales (PIDESC) 14
7.3.3 Principios de las naciones unidas para la protección de los enfermos mentales y el mejoramiento de la atención de la salud mental 14
7.3.4 Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 15
7.3.5 Organización mundial de la salud (OMS) 15
7.4 Marco teórico 16
7.4.1 Relación del estrés percibido, felicidad auténtica, bienestar y turismo 16
7.4.2 Turismo 16
7.4.3 Actividades Turísticas 17
7.4.4 Tipos de turismo 17
7.4.5 Turismo de Aventura 19
7.4.6 Turismo de naturaleza 19
7.4.7 Turismo de relajación 20
7.4.8 Atractivos turísticos 20
7.4.9 Bienestar psicológico 21
7.4.10 Resiliencia y turismo 22
7.4.11 Turismo y bienestar emocional 23
7.4.12 Turismo como estrategia de regulación del estrés 23
7.4.13 Estrés percibido 24
7.4.14 Estrés percibido y su impacto en la salud mental 24
7.4.15 Felicidad auténtica 25
7.4.16 Modelo PERMA de Martin Seligman 25
7.4.17 Bienestar subjetivo y felicidad 27
7.4.18 Felicidad auténtica y turismo 27
7.4.19 Turismo como factor de regulación emocional y reducción del estrés 27
7.4.20 Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en la felicidad 28
7.4.21 Influencia de la frecuencia de actividad turística en el estrés y la felicidad 28
7.4.22 Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en el bienestar 29
7.4.23 Relevancia del estudio en el centro historico de Quito 29
7.4.24 Revisión bibliográfica 29
7.4.25 Correlación 30

7.4.26 Correlación de Pearson 30
7.4.27 Coeficiente de correlación Spearman 31
8 VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS 31
8.1 Hipótesis 31
9 METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL 32
9.1 Área de estudio 34
9.1.1 Límites 34
9.1.2 Altitud 35
9.1.3 Coordenadas geográficas 35
9.1.4 Clima 35
9.1.5 Atractivos Turísticos 35
9.2 Trabajo de campo 36
9.2.1 Cronograma de salidas 36
9.3 Matriz de comparación de instrumentos aplicados en otras investigaciones 39
9.3.1 Instrumento de recolección de datos con respecto al estrés percibido, felicidad auténtica y práctica de actividades turísticas. 41
9.4 Valoración del estrés percibido, la felicidad auténtica y la frecuencia de actividad turística 45
9.5 Población y Muestra 49
9.5.1 Cálculo del tamaño de la muestra: 50
9.5.2 Técnica de muestreo 50
9.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 51
9.6.1 Técnica de encuesta 51
9.6.2 Excel 52
9.6.3 SPSS-R 53
9.6.4 Correlación Pearson 54
9.6.5 Correlación de Spearman 55
10 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS 56
10.1 Análisis Exploratorio Inicial 56
10.2 Distribución de género de los participantes 58
10.3 Distribución por grupos de edad 59
10.4 Distribución por tipo de acompañamiento en el viaje 60
10.5 Distribución por niveles de ingreso 61
10.6 Distribución por estado civil 63
10.7 Distribución por actividades turísticas preferidas 64

10.8 Frecuencia de participación en actividades turísticas 66
10.9 Distribución de niveles de estrés en turistas 68
10.10 Niveles de felicidad auténtica en turistas 70
10.11 Correlación de las variables de estudio 71
10.11.1 Pruebas de normalidad de las variables de estudio 71
10.11.2 Relación entre estrés percibido y felicidad auténtica 73
10.11.3 Relación entre frecuencia turística y felicidad auténtica 75
10.11.4 Relación entre frecuencia turística y estrés percibido 76
10.12 Análisis de las tres variables 77
11 IMPACTOS 79
11.1 Impactos económicos 79
11.2 Impactos sociales 79
11.3 Impactos ambientales 80
12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 80
12.1 Conclusiones 80
12.2 Recomendaciones 81
13 BIBLIOGRAFÍA **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *porcentajde de beneficiarios* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 2 beneficiarios directos 4
Tabla 3 *beneficiarios indirectos* 5
Tabla 4 *Actividades y sistema de tareas* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 5 *Cronograma de salidas de campo* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 6 *Matriz de comparación estrés percibido* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 7 *Matriz de comparación felicidad auténtica* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 8 *Valoración de respuesta de frecuencia turística* **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 9 *Valoración de ítems invertidos* 6
Tabla 10 *Valoración de respuestas de estrés percibido* 11
Tabla 11 *Valoración de respuestas de felicidad auténtica* 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Mapa turístico del centro historico de quito* 34
Figura 2 *Mapa de atractivos turísticos visitados para la recolección de datos* 35
Figura 3 *Parte delantera de la encuesta* 43
Figura 4 *Parte trasera de la encuesta* 44
Figura 5 *Procedencia de los visitantes encuestados* 56
Figura 6 *Distribución de género* 58
Figura 7 *Grupo etario* 59
Figura 8 *Tipo de acompañamiento* 60
Figura 9 *Niveles de ingreso económico* 61
Figura 10 *Estado civil* 63
Figura 11 *Preferencia de actividades turísticas* 64
Figura 12 *Frecuencia turística* 66
Figura 13 *infografia* 68
Figura 14 *niveles de estrés* 70
Figura 15 *niveles de felicidad auténtica* 73
Figura 16 *estrés percibido y felicidad auténtica* 75
Figura 17 *Frecuencia turísticay felicidad auténtica* 76
Figura18 frecuencia turística y estrés percibido

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: "ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y FELICIDAD AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"

Fecha de Inicio: Noviembre -2025

Fecha de Finalización: Julio- 2026

Lugar de ejecución:

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia: Carrera de Turismo

Nombre de equipo de Investigadores

Nombre de Tutor: Ing. Manuel Abarca Zaquinaula, Mgs.

Nombre de la Investigadora: Luis Fernando Miranda Camacho

Teléfono: 0995946869

Correo electrónico: Luis.miranda2803@utc.edu.ec

Área de Conocimiento: Servicios - Servicios Personales

Línea de Investigación: Planificación y Gestión de Turismo Sostenible y Sustentable

Sublínea: Conservación y Turismo

Línea de Vinculación de la Carrera: Planificación y Gestión de Turismo Sostenible y Sustentable

2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación tuvo como finalidad analizar la relación entre el estrés percibido y la felicidad auténtica, considerando como factor de mediación la frecuencia con la que los visitantes practican actividades turísticas en el centro histórico de Quito. Es así que la investigación plantea al turismo no solo como una actividad de ocio o de generación económica, sino también como una estrategia complementaria para el cuidado de la salud mental.

La importancia radica en su aporte al entendimiento de cómo determinadas experiencias turísticas pueden influir de manera directa en el estado emocional de los visitantes. En una época donde los niveles de estrés, ansiedad y agotamiento emocional han aumentado de forma considerable, investigar la relación entre turismo y bienestar psicológico adquiere una relevancia significativa. Al incorporar variables como el estrés percibido, la felicidad auténtica y la frecuencia con la que se practican actividades turísticas, se adopta una visión integral que permite observar al turismo desde una perspectiva más humana. El enfoque reconoce que los viajes, el contacto con entornos naturales, la desconexión de la rutina y la vivencia de experiencias positivas pueden impactar favorablemente en el equilibrio emocional de las personas.

En lo que respecta a su relevancia, la investigación responde a una necesidad cada vez más evidente tanto en el ámbito social como en el académico, y así comprender al turismo como puede contribuir al bienestar subjetivo de las personas y en otras como los niveles de ansiedad, estrés y malestar emocional han ido en aumento debido a las exigencias del estilo de vida moderno, de las cuales resulta prioritario identificar actividades que favorezcan el equilibrio psicológico y emocional. Permitiendo visibilizar cómo las vivencias turísticas, incluso cuando son esporádicas, pueden impactar positivamente en la salud mental de los individuos, fomentando estados de relajación, satisfacción y felicidad duradera, así también se abre un campo de análisis explorado en el contexto local, aportando una visión innovadora y pertinente para el desarrollo de políticas

públicas, estrategias turísticas sostenibles y propuestas enfocadas en el cuidado emocional de los visitantes.

La pertinencia se radica en la acertada selección del centro histórico de Quito como unidad de análisis, ya que se trata de uno de los destinos turísticos más emblemáticos y representativos del Ecuador. Este territorio, reconocido tanto a nivel nacional como internacional en un escenario ideal para observar y analizar cómo las experiencias turísticas pueden influir en aspectos emocionales y psicológicos de quienes lo visitan. En consecuencia, la investigación no solo contribuye al campo académico, sino que también posee una alta pertinencia práctica, al promover la creación de destinos turísticos emocionalmente sostenibles, que respondan a las nuevas necesidades de una sociedad que busca experiencias que enriquezcan tanto el cuerpo como la mente.

3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Los principales beneficiarios de este estudio son los propios turistas que visitan el centro histórico de Quito, ya que los hallazgos obtenidos facilitarán la identificación de sus expectativas emocionales y permitirán potenciar su experiencia a través de propuestas turísticas que favorezcan su bienestar psicológico y satisfacción personal durante la visita. Tal como señalan Pine y Gilmore (1999), dentro del enfoque de la economía de la experiencia, el visitante ocupa un rol protagónico, en donde sus emociones, percepciones y niveles de satisfacción se convierten en elementos esenciales para el desarrollo de una oferta turística verdaderamente significativa y de calidad.

Por lo tanto, el presente estudio proporciona una guía útil para que los visitantes puedan seleccionar y practicar actividades turísticas de forma más estratégica, priorizando aquellas que les generen mayor equilibrio emocional, relajación y satisfacción personal.

De forma complementaria, también se beneficiarán las personas que prestan servicios turísticos como: (hospedaje, A&B, operadoras, recreación, transporte y comerciantes) quienes

podrán adaptar sus ofertas y servicios con base en información técnica que responda a las expectativas y niveles de satisfacción del visitante, fortaleciendo así la calidad del destino y la sostenibilidad del sector, como lo señalan Kotler, Bowen, & Makens (2017) al destacar que una oferta turística exitosa se basa en comprender al cliente y ajustar los servicios a su perfil.

TABLA 1

Porcentaje de Beneficiarios por género

Beneficiarios	Hombres %	Mujeres %
Propietarios	58%	42%
Gerentes/Administradores	16%	84%
Personal/Empleados	53%	47%

Según Lundberg et al (2017) destacan que un servicio empático y orientado al bienestar genera mayores niveles de satisfacción y fidelización en los turistas. En términos estadísticos y económicos, los visitantes en el centro histórico de Quito pueden generar impactos directos e indirectos en la economía local.

3.1 Directos

Los beneficiarios directos son aquellas personas que reciben de manera inmediata y concreta los efectos positivos del desarrollo de Turismo, ya sea a través de mejoras en servicios, acceso a información útil a beneficios prácticos en su entorno o actividad.

4 TABLA 2

Beneficiario directo	Descripción	Beneficio que recibe
Turistas nacionales	Visitantes provenientes de diferentes provincias del Ecuador.	Acceso al patrimonio cultural, religioso, histórico y a actividades recreativas.
Turistas internacionales	Visitantes extranjeros que recorren el Centro Histórico.	Experiencias culturales, conocimiento del patrimonio declarado por la UNESCO y servicios turísticos.
Guías turísticos	Profesionales que acompañan y orientan a los visitantes.	Generación de empleo e ingresos económicos por la prestación de sus servicios.
Hoteles y hostales	Establecimientos de alojamiento ubicados en el sector.	Incremento de la ocupación y de los ingresos económicos.
Restaurantes y cafeterías	Negocios dedicados a la alimentación de los visitantes.	Mayor demanda de servicios gastronómicos y crecimiento de ventas.
Agencias de viajes y operadoras turísticas	Empresas que organizan recorridos y paquetes turísticos.	Aumento en la contratación de tours y servicios turísticos.
Artesanos	Productores y vendedores de artesanías tradicionales.	Incremento en la comercialización de productos locales y fortalecimiento de la identidad cultural.
Comerciantes locales	Propietarios de tiendas, mercados y negocios del sector.	Mayor flujo de clientes y aumento de ingresos económicos.
Residentes del Centro Histórico	Personas que habitan en el sector patrimonial.	Oportunidades de empleo, mejora de la economía local y fortalecimiento de la calidad de vida.
Museos y centros culturales	Instituciones dedicadas a la conservación y difusión del patrimonio.	Mayor afluencia de visitantes y promoción de la cultura.
Iglesias y sitios patrimoniales	Templos y monumentos históricos abiertos al turismo.	Conservación del patrimonio, incremento de visitas y difusión de su valor histórico y religioso.

4.1 Indirectos

Los beneficiarios indirectos son aquellas personas, comunidades o instituciones que, sin participar directamente en las actividades turísticas en la investigación, se benefician de manera secundaria. Esto incluye a la población local que experimenta mejoras en la economía, al entorno social que se fortalece con el desarrollo turístico, y a instituciones educativas o gubernamentales que pueden utilizar los resultados como insumo para futuras políticas o proyectos.

Tabla 3

Beneficiario indirecto	Descripción	Beneficio que recibe
Proveedores de alimentos y bebidas	Empresas que abastecen a restaurantes, cafeterías y hoteles.	Incremento en la venta de productos y mayor demanda comercial.
Productores agrícolas	Agricultores que suministran frutas, verduras y otros alimentos.	Mayor comercialización de productos locales y generación de ingresos.
Empresas de transporte	Operadoras de transporte urbano, taxis y transporte turístico.	Mayor número de usuarios y aumento de ingresos por movilización de visitantes.
Empresas de limpieza y mantenimiento	Negocios encargados del mantenimiento de espacios públicos y establecimientos turísticos.	Generación de empleo y contratación de servicios.
Empresas de seguridad privada	Instituciones que brindan seguridad a hoteles, museos, comercios y eventos.	Incremento de contratos y oportunidades laborales.

Instituciones educativas	Universidades e institutos que realizan investigaciones, prácticas y proyectos en turismo.	Desarrollo académico, investigación y vinculación con la comunidad.

Además, este estudio proporciona insumos relevantes para que las autoridades locales diseñen políticas y programas orientados a la promoción del turismo con un enfoque estratégico y basado en evidencia. De igual manera, la comunidad local se beneficiará mediante el impulso de un turismo sostenible y consciente, que puede generar impactos económicos positivos, como la creación de empleo, el fortalecimiento del desarrollo local y la preservación del patrimonio cultural.

5 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel internacional, el estrés percibido se ha convertido en una de las problemáticas más relevantes dentro del ámbito de la salud pública, afectando a millones de personas en contextos diversos. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023)los trastornos vinculados al estrés, como la ansiedad y la depresión, representan una carga cada vez mayor tanto para los sistemas de salud como para la economía global. Ante este escenario, han surgido múltiples enfoques destinados a fomentar el bienestar mental, entre los cuales el turismo ha ganado protagonismo como una alternativa no farmacológica capaz de reducir tensiones emocionales y favorecer estados de bienestar subjetivo. Desde esta perspectiva, el turismo ha sido valorado no solo por su aporte económico, sino también por sus efectos positivos en la salud emocional de las personas. Investigaciones previas, como las desarrolladas por Gilbert & Abdullah (2004), han demostrado que las vacaciones y la participación en actividades turísticas contribuyen al incremento de la satisfacción vital y a la disminución del estrés acumulado.

A pesar de estos avances, aún existen vacíos conceptuales y metodológicos que limitan la comprensión de cómo se establece esta relación entre turismo y bienestar psicológico en distintos

tipos de destinos y según las características del visitante. En particular, se requiere mayor investigación que profundice en la relación entre el nivel de actividad turística que se practica (pasiva, moderada o intensa) y su impacto en variables como el estrés percibido y la felicidad auténtica, entendida esta última como un estado duradero de satisfacción interior, más allá del placer momentáneo.

En Ecuador, el estrés se ha consolidado como una problemática creciente que afecta tanto a sectores urbanos como rurales, exagerado por condiciones laborales inestables, desigualdades sociales y la crisis sanitaria generada por la pandemia de COVID-19. Según la Encuesta Nacional de Salud y Bienestar del (INEC, 2022), más del 45% de los ecuatorianos manifestó haber experimentado síntomas de ansiedad o estrés en el último año, evidenciando la necesidad de políticas públicas que incluyan estrategias de salud mental más integrales.

Ante este contexto, el turismo se presenta como una herramienta alternativa y efectiva para mitigar los niveles de estrés, promover el bienestar y mejorar la calidad de vida. El Ministerio de Turismo del Ecuador (2022) reconoce que el turismo interno no solo dinamiza la economía local, sino que también genera beneficios psicológicos en los visitantes, especialmente cuando las experiencias están relacionadas con la naturaleza, la espiritualidad y la cultura. Sin embargo, estas apreciaciones se han fundamentado principalmente en observaciones cualitativas, sin un sustento investigativo robusto que analice variables psicológicas como el estrés percibido o la felicidad auténtica desde una perspectiva empírica.

El Plan Nacional de Desarrollo 2021–2025 establece al turismo como una herramienta para el bienestar y la cohesión social (Secretaría Nacional de Planificación, 2021). No obstante, en la práctica, la implementación de este enfoque ha sido limitada por la falta de estudios que midan

con precisión cómo las diferentes modalidades y niveles de actividad turística inciden en el bienestar emocional de los visitantes.

El centro histórico de Quito, se ha consolidado como uno de los principales destinos turísticos del país, atrae a miles de turistas en busca de experiencias como: culturales y patrimoniales experiencias religiosas ,experiencia artística etc..

La mayoría de los estudios locales relacionadas con el turismo han centrado su atención en aspectos económicos, la sostenibilidad ambiental o la competitividad del destino. Sin embargo, se ha prestado escasa atención a la dimensión subjetiva del bienestar emocional de los visitantes, a pesar de que el turismo, por su propia naturaleza, puede desempeñar un rol clave en la mejora de la salud mental y el equilibrio emocional de las personas. Esta falta de enfoque resulta preocupante, especialmente como punto clave siendo el centro histórico de Quito , donde la oferta turística combina entornos naturales, actividades culturales apreciación del Patrimonio y espacios de relajación. Actualmente, se carece de evidencia empírica local que permita establecer una relación clara entre la frecuencia de las actividades turísticas practicadas por los visitantes y su impacto emocional. Esta ausencia de información limita la posibilidad de diseñar propuestas turísticas más humanas, orientadas a promover el bienestar integral del turista. Además, la percepción que tienen los viajeros sobre el valor del turismo como vía para reducir tensiones, reconectarse consigo mismos o mejorar su estado de ánimo sigue siendo un aspecto poco abordado desde un enfoque cuantitativo, psicológico y validado. Estudios como el de Pazmiño y Torres (2021) han señalado que una proporción significativa de turistas acude al centro histórico de quito en busca de experiencias transformadoras; sin embargo, aún no se comprende con claridad cómo estas vivencias impactan en su bienestar mental. Por tanto, resulta urgente desarrollar investigaciones que integren variables emocionales y psicológicas dentro del análisis turístico, con el fin de generar

conocimiento útil, pertinente y aplicable tanto a nivel académico como en la gestión turística del destino.

6 OBJETIVOS

6.1 General

Analizar la relación entre el nivel de actividad turística, el estrés percibido y la felicidad auténtica en turistas que visitan el Centro Histórico de Quito

6.2 Específicos

- Describir el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el centro histórico de quito.
- Medir el estrés percibido de los visitantes mediante la aplicación de encuestas estandarizadas identificando los factores que inciden a su bienestar psicológico durante su experiencia turística.
- Evaluar la felicidad auténtica en función de tipo de actividades turísticas practicada por los visitantes, con el fin de determinar su correlación y aportar evidencia sobre cómo estas experiencias influyen en el bienestar emocional.
- Establecer la relación existente entre el estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes, con el fin de comprender cómo la influencia de las actividades turísticas incide en su bienestar subjetivo.

7 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 4

Actividades y sistema de tareas

Objetivos	Actividades	Metodología	Resultados
Describir el perfil sociodemográfico **Medir el estrés percibido de los visitantes mediante la aplicación de encuestas estandarizadas identificando los factores que inciden a su bienestar psicológico durante su experiencia turística.** **Evaluar la felicidad auténtica en función de tipo de actividades turísticas practicada por los visitantes, con el fin de determinar su correlación y aportar evidencia sobre cómo estas experiencias influyen en el bienestar emocional.** **Establecer la relación existente entre el estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes, con el fin de comprender cómo la influencia de las actividades turísticas incide en su bienestar subjetivo.**	Elaboración del cuestionario sociodemográfico Seleccionar el instrumento de recolección de datos más adecuado para medir el nivel de estrés percibido. Calcular el tamaño de la muestra en función de la población objetivo. Identifican y seleccionar los atractivos turísticos con mayor demanda dentro del centro histórico de quito con base en datos de afluencia y relevancia territorial. Elaborar un cronograma de salidas de campo para la aplicación ordenada y oportuna de los instrumentos de recolección de datos. Seleccionar el instrumento de recolección de datos más adecuado para medir la felicidad auténtica. Calcular el tamaño de la muestra en función de la población objetivo. Identificar y seleccionar los atractivos turísticos con mayor demanda dentro del centro histórico de quito, con base en datos de afluencia y relevancia territorial. Elaborar un cronograma de salidas de campo para la aplicación ordenada y oportuna de los instrumentos de recolección de datos. Ingresar los datos obtenidos en campo en una hoja de Excel. Elaborar gráficas estadísticas con los datos recolectados. Migrar los datos de Excel a un software estadístico (R-SPSS). Aplicar pruebas estadísticas de correlación y comparación, de acuerdo con la naturalidad de las variables de estudio.	**Tipo:** Enfoque: cuantitativo Alcance: correlacional Exploratoria Diagnóstico Descriptiva **Método:** Deductivo Observacional Trabajo de campo **Técnica:** Encuestas Revisión bibliográfica Trabajo de campo Técnica de muestreo no probabilística accidental **Instrumento:** Cuestionarios , Matriz de comparación **Herramienta:** Software estadístico (R-SPSS) **Técnica:** Tabla de resultados **Instrumento:** Gráficas estadísticas	Base de datos con el perfil sociodemográfico Nivel de estrés medido Tamaño de la muestra Atractivos turísticos Cronograma de salidas de campo Felicidad auténtica y actividades turísticas evaluadas. Tamaño de la muestra Atractivos turísticos Cronograma de salidas de campo Correlación de las tres variables

8 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA

8.1 Marco legal

Para el desarrollo de esta investigación se toma en cuenta como soporte y sustentación del proyecto, documentos de conocimiento legal como la Constitución de la Republica del Ecuador y las Normas Internacionales sobre Salud Mental y Bienestar en los cuales se determinan las actividades y normas.

8.2 Fundamentación jurídica según la constitución de la república del Ecuador

La Constitución del Ecuador reconoce de forma integral los derechos del Buen Vivir (Sumak Kawsay), que incluyen la recreación, el descanso, la salud y la interacción armónica con la naturaleza, todos esos aspectos esenciales relacionados con la práctica del turismo y el bienestar psicológico (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

8.2.1 Derecho a la salud integral y al bienestar

El artículo 32 de la Constitución de la República del Ecuador establece que "la salud es un derecho que garantiza el Estado y cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el acceso al agua, a la alimentación, a la educación, al trabajo, a la cultura física, al deporte, al descanso y al tiempo libre" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 29). Esta disposición implica que el Estado debe garantizar condiciones que favorezcan la salud mental y emocional, aspectos estrechamente relacionados con el acceso a actividades recreativas y turísticas.

8.2.2 Derecho al tiempo libre, recreación y descanso

El artículo 66, numeral 15 de la Constitución de la República del Ecuador reconoce a todas las personas "el derecho al descanso, al ocio, al tiempo libre y a desarrollar actividades recreativas"

(Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 48). Este derecho respalda la importancia de promover prácticas turísticas como mecanismo para reducir el estrés y fomentar el bienestar psicológico.

8.2.3 Derechos del buen vivir en turismo y cultura

El artículo 393 de la Constitución de la República del Ecuador establece que "el Estado garantizará el desarrollo del turismo como una actividad económica sustentable, con participación de la población, y que debe fomentar el respeto a la diversidad social y cultural" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p 191). Esto implica que el turismo no solo debe ser visto desde una perspectiva económica, sino también como una herramienta para el desarrollo humano y el fortalecimiento del bienestar, tanto de los visitantes como de las comunidades receptoras.

8.2.4 Derecho a vivir en un ambiente sano

El artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 28). Este principio se vincula directamente con las actividades turísticas en entornos naturales, las cuales han demostrado científicamente mejorar el estado de ánimo, reducir el estrés y aumentar los niveles de felicidad, favoreciendo así el bienestar integral de los individuos.

8.2.5 Derechos de la naturaleza y del desarrollo sustentable

Los artículos 71 y 275 de la Constitución de la República del Ecuador establecen la obligación del Estado y de la sociedad de respetar y garantizar los derechos de la naturaleza, así como de promover un desarrollo sustentable que priorice el bienestar de las personas (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 87, 177). Este mandato es coherente con los principios del turismo

responsable, el cual busca proteger los entornos naturales y, al mismo tiempo, contribuir a la mejora de la calidad de vida tanto de los visitantes como de las comunidades receptoras.

8.3 Normas internacionales sobre salud mental y bienestar

8.3.1 Declaración universal de los derechos humanos (DUDH)

Adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, establece en su artículo 25 que: "Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios" (Naciones Unidas, 1948, art. 25). Este artículo reconoce el bienestar psicológico, incluida la salud mental, como un derecho humano fundamental, lo cual respalda la necesidad de promover entornos y actividades, como el turismo responsable, que contribuyan a mejorar la salud integral de las personas.

8.3.2 Pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales (PIDESC)

El artículo 12 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC) reconoce "el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental" (Naciones Unidas, 1966, art. 12). Este compromiso implica que los Estados Parte deben adoptar medidas adecuadas para la prevención y el tratamiento de enfermedades, así como la promoción de condiciones que favorezcan el bienestar integral, lo cual incluye la salud mental como componente esencial.

8.3.3 Principios de las naciones unidas para la protección de los enfermos mentales y el mejoramiento de la atención de la salud mental

Reafirman que todas las personas con trastornos mentales tienen derecho a ser tratadas con humanidad, dignidad y respeto, así como a recibir servicios que promuevan su recuperación y

bienestar psicosocial (Naciones Unidas, 1991). Este instrumento enfatiza la necesidad de crear entornos saludables e inclusivos que fomenten la salud mental, lo cual puede ser complementado mediante políticas públicas que integren actividades recreativas, culturales y turísticas como medios terapéuticos y preventivos.

8.3.4 Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Destacan, en su Objetivo 3, el compromiso de "garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades", incorporando de manera explícita la salud mental y el bienestar como prioridades fundamentales a nivel mundial (Organización de las Naciones Unidas, 2015). Este planteamiento reconoce que el desarrollo sostenible no puede entenderse únicamente desde una perspectiva económica o ambiental, sino que debe incluir el bienestar integral de las personas como eje central. En este contexto, se refuerza la necesidad de promover actividades turísticas sostenibles que, además de preservar los recursos naturales y culturales, tengan un impacto positivo en la salud emocional y psicológica de las comunidades y los visitantes.

8.3.5 Organización mundial de la salud (OMS)

Interpretar la salud como un estado integral de bienestar físico, mental y social, más allá de la simple ausencia de enfermedades o dolencias (Organización Mundial de la Salud, 2006, p.1). Bajo esta perspectiva holística, la institución impulsa diversas estrategias globales orientadas al fortalecimiento de la salud mental en las comunidades, fomentando el autocuidado y la disminución de los niveles de estrés. Estas acciones son reconocidas como esenciales para elevar la calidad de vida de las personas y su bienestar psicológico, incluso dentro de espacios recreativos y turísticos, donde el entorno puede influir directamente en el equilibrio emocional de los individuos.

8.4 Marco teórico

8.4.1 Relación del estrés percibido, felicidad auténtica, bienestar y turismo

La interacción entre el estrés percibido y la felicidad auténtica ha sido abordada con profundidad en diversas investigaciones dentro de los ámbitos de la psicología, el turismo y las ciencias del bienestar. La evidencia científica sugiere que las experiencias turísticas no solo cumplen una función recreativa, sino que también pueden ejercer un impacto favorable en la salud emocional y mental de quienes las practican. Autores como Filep y Deery (2010) y Nawijn (2011) han señalado que involucrarse en actividades turísticas ayuda a suavizar el estrés, ya que permite a las personas desconectarse de sus rutinas diarias y acceder a momentos de relajación genuina.

Por otro lado, dichas vivencias también favorecen el desarrollo de una felicidad auténtica, entendida como una forma de bienestar más estable y significativo, que trasciende los placeres momentáneos (Seligman, 2002). Desde la neurociencia del bienestar, se ha demostrado que la práctica de actividades placenteras y la exploración a entornos naturales y culturales durante el turismo activan regiones cerebrales asociadas con la liberación de neurotransmisores como la serotonina y la dopamina, lo cual fortalece el estado anímico positivo y la sensación de satisfacción vital (Fredrickson, 2001; Ulrich, 1984).

8.4.2 Turismo

Según (Hunziker & Krapf, 2014), el término "turismo" hace referencia a un conjunto de fenómenos y relaciones que dan como resultado la movilización de personas ya sea temporal o permanentemente fuera de su hogar, siempre y cuando no estén motivadas hacia una actividad con fines de lucro. Dando a entender que el turismo se define como una reubicación temporal o, a corto plazo.

La Organización mundial del Turismo (OMT, Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008) sitúa este concepto como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se localizan fuera de su lugar habitual ya sea por motivos de negocios, personales, denominando así a estas personas como visitantes en donde el turismo tiene que ver con sus diversas actividades las cuales implican un gasto turístico.

8.4.3 Actividades Turísticas

Constituyen el eje central del fenómeno turístico, ya que representan las experiencias que motivan el desplazamiento de los visitantes y configuran su interacción con el entorno natural, cultural o social. Desde un enfoque científico, estas actividades han sido estudiadas como herramientas que contribuyen no solo al desarrollo económico y social de los territorios, sino también al bienestar integral de las personas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que las actividades turísticas comprenden todas las acciones que realiza una persona durante su visita a un destino, y estas pueden dividirse en diferentes categorías según su finalidad e intensidad, como, por ejemplo: recreativas, culturales, de aventura, de contacto con la naturaleza o espirituales (OMT, 2022).

Desde un enfoque técnico, varios estudios han clasificado estas actividades según el nivel de esfuerzo físico, emocional o sensorial que requieren, agrupándolas en pasivas, moderadas o intensas. Esta tipología, propuesta por Bujosa et al. (2015), resulta útil tanto para una mejor organización de la oferta turística como para entender el impacto que estas experiencias pueden tener en el estado emocional del visitante.

8.4.4 Tipos de turismo

El turismo, entendido como una actividad social compleja y multidimensional, puede clasificarse en diversas tipologías según las motivaciones del viajero, el entorno en el que se

desarrolla y el grado de participación del visitante. Esta clasificación es fundamental para comprender el comportamiento turístico y facilitar una planificación adecuada, inclusiva y sostenible (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022; Millán et al., 2018).

Entre los tipos de turismo más representativos se destacan:

- Turismo de naturaleza: Comprende actividades vinculadas al contacto directo con entornos naturales como caminatas, observación de fauna y flora o visitas a áreas protegidas. Este tipo de turismo favorece la conexión con el medio ambiente y ha demostrado beneficios para la salud emocional al reducir los niveles de estrés (Balmford et al., 2009).
- Turismo de aventura: Se enfoca en experiencias que implican cierto nivel de riesgo controlado o desafío físico, tales como rafting, canopy, escalada o ciclismo en montaña. Este tipo de turismo suele atraer a personas que buscan emociones fuertes, sensaciones de logro y superación personal, lo que puede contribuir a liberar tensiones emocionales acumuladas (Buckley, 2012).
- Turismo de bienestar: Está orientado a la búsqueda del equilibrio personal y la mejora del estado emocional. Incluye actividades como baños termales, terapias alternativas, yoga o meditación. Se ha asociado con beneficios psicológicos, incluyendo la reducción del estrés y el fortalecimiento del bienestar subjetivo (Voigt et al., 2011).
- Turismo cultural: Se fundamenta en el interés por conocer la historia, el arte, la arquitectura y las costumbres de una región. Este tipo de turismo fomenta la identidad cultural y promueve el aprendizaje intercultural (Richards, 2018).
- Turismo comunitario: Involucra activamente a las comunidades locales en la gestión del turismo, ofreciendo experiencias auténticas que generan desarrollo social, económico y

cultural. Además, permite al visitante conectarse con valores como la solidaridad, el respeto por las tradiciones y el intercambio de saberes (Zapata et al., 2011).

Cada uno de estos tipos de turismo impacta de manera diferenciada en la experiencia del visitante y puede influir significativamente en su bienestar, dependiendo de factores como la intensidad de la actividad, el entorno y la motivación personal del turista.

8.4.5 Turismo cultural

El turismo cultural en el Centro Histórico de Quito se basa en el conocimiento y la apreciación del patrimonio histórico, artístico y arquitectónico de la ciudad. Esta actividad permite a los visitantes conocer la historia, las costumbres, la gastronomía, las tradiciones y las manifestaciones religiosas que forman parte de la identidad quiteña.

En el campo académico, este tipo de turismo ha sido objeto de análisis desde diferentes disciplinas, debido a su potencial para generar experiencias emocionalmente enriquecedoras. Investigaciones como las de Filep y Laing (2019) destacan que estas vivencias pueden producir efectos transformadores en el bienestar psicológico, fomentando la autorrealización, la superación de límites personales y el fortalecimiento del vínculo con el entorno natural. Estos efectos están alineados con los pilares del modelo PERMA desarrollado por Seligman (2011), el cual subraya la importancia de las emociones positivas, la conexión con los demás y el sentido de propósito para alcanzar una vida plena.

8.4.6 Turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza tiene lugar en entornos naturales que se mantienen en relativo buen estado de conservación, donde los visitantes buscan disfrutar de paisajes, biodiversidad y valores ecológicos con fines recreativos, educativos y de desarrollo personal. De acuerdo con la

Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), esta modalidad turística promueve una relación respetuosa y consciente con el medio ambiente, fomentando experiencias auténticas y sostenibles.

Dentro de este tipo de turismo se incluyen actividades como caminatas por senderos ecológicos, observación de especies silvestres, visitas a reservas o áreas protegidas, fotografía de paisajes, así como baños en ríos y cascadas. Estas experiencias, generalmente de bajo impacto ambiental, requieren condiciones específicas para su desarrollo adecuado, tales como infraestructura básica, señalización educativa, guías especializados y estrategias de conservación impulsadas por la comunidad. Por ello, su implementación demanda una planificación territorial eficiente y una gestión comprometida con la sostenibilidad local.

8.4.7 Turismo de relajación

El turismo de relajación, también conocido como turismo de descanso o turismo de bienestar pasivo, se refiere a aquellas prácticas turísticas orientadas a la reducción del estrés, la recuperación del equilibrio emocional y el mejoramiento de la calidad de vida, a través de actividades que promueven el descanso físico y mental en entornos tranquilos y armoniosos. Esta modalidad incluye actividades como visitas a termas, spas, baños minerales, masajes terapéuticos, prácticas de meditación, yoga o contemplación de la naturaleza.

8.4.8 Atractivos turísticos

Ecuador se distingue a nivel internacional por su notable riqueza natural, cultural y geográfica, lo que lo convierte en un destino turístico de gran valor. De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2023), el país ofrece una extensa variedad de atractivos, clasificados en categorías como turismo de naturaleza, de aventura, cultural, comunitario, religioso y de bienestar.

Estos atractivos, entendidos como elementos naturales o manifestaciones culturales capaces de despertar el interés y movilizar a los visitantes, desempeñan un papel esencial en el desarrollo de las regiones, al impulsar la economía local y contribuir al bienestar de quienes los visitan. Bajo esta perspectiva, los destinos turísticos no solo representan espacios de recreación, sino también escenarios estratégicos para promover el equilibrio emocional y la valoración del patrimonio.

8.4.9 Bienestar psicológico

El bienestar es un constructo complejo que ha sido explorado desde múltiples disciplinas, entre ellas la psicología positiva, la neurociencia y la salud mental. Se refiere a la capacidad del individuo para desenvolverse de manera satisfactoria en su entorno, mantener vínculos saludables, encontrar sentido a su vida y experimentar emociones agradables, incluso en contextos de adversidad (Ryff, 1989). La investigadora Carol Ryff, considerada una referente en este ámbito, desarrolló un modelo teórico que identifica seis dimensiones fundamentales del bienestar: aceptación de uno mismo, relaciones interpersonales positivas, autonomía, manejo del entorno, propósito vital y crecimiento personal.

Desde otro enfoque complementario, Seligman (2002) plantea el modelo PERMA, el cual sugiere que el bienestar duradero se alcanza a través de cinco pilares: emociones positivas, involucramiento, relaciones significativas, sentido vital y logros. Este enfoque de la psicología positiva no se centra únicamente en reducir el sufrimiento, sino en fomentar las fortalezas personales y la resiliencia ante los desafíos.

Asimismo, Diener (1984) distingue entre dos dimensiones del bienestar: el bienestar subjetivo, vinculado con el placer, la satisfacción con la vida y la presencia de emociones agradables; y el bienestar psicológico, que se relaciona más con el desarrollo personal, el propósito

y el funcionamiento integral del individuo, mientras que el segundo incluye una evaluación más profunda del sentido de la vida y el funcionamiento personal. Tanto la psicología positiva como los enfoques del bienestar psicológico coinciden en que este estado no depende únicamente de circunstancias externas, sino que está profundamente influido por la forma en que cada individuo percibe e interpreta sus vivencias personales.

Por su parte, la neurociencia del bienestar ha proporcionado respaldo empírico a estas afirmaciones, al identificar que emociones como la gratitud, la alegría y la compasión activan regiones específicas del cerebro, en particular la corteza prefrontal izquierda. Esta activación se asocia con una mayor capacidad de adaptación emocional y una respuesta más saludable frente al estrés, fortaleciendo así la resiliencia del individuo (Davidson & McEwen, 2012).

8.4.10 Resiliencia y turismo

La resiliencia, entendida como la habilidad de las personas para adaptarse y sobreponerse a situaciones difíciles, estresantes o traumáticas, ha cobrado especial importancia en el análisis del bienestar psicológico y la salud mental (Masten, 2001). En el ámbito turístico, este concepto adquiere una dimensión particular, ya que las experiencias recreativas pueden funcionar como herramientas efectivas para restablecer el equilibrio emocional y enfrentar las exigencias del entorno cotidiano.

Desde esta perspectiva, el turismo se configura como un medio favorable para estimular la resiliencia personal, al ofrecer momentos de descanso, conexión con la naturaleza, exploración cultural y espacios de interacción social. Estos elementos permiten fortalecer tanto los recursos internos como externos de los visitantes, contribuyendo a una mejor gestión del estrés y al desarrollo del bienestar mental (Gössling, Scott, & Hall, 2015). Investigaciones previas han

demostrado que las vivencias turísticas tienen un efecto positivo como estrategia de afrontamiento, ayudando a reducir la carga emocional y a mejorar el estado psicológico de quienes las practican (Chen & Petrick, 2013).

Asimismo, desde un enfoque comunitario, el turismo sostenible puede fomentar la resiliencia colectiva en las poblaciones receptoras, al impulsar la economía local, preservar la identidad cultural y fortalecer los vínculos sociales. Estos factores son esenciales para enfrentar desafíos sociales, económicos y ambientales de forma más sólida y cohesionada (Biggs et al., 2012). Por tanto, el turismo no solo aporta beneficios individuales, sino que también contribuye al desarrollo de comunidades más adaptativas y resilientes.

8.4.11 Turismo y bienestar emocional

El bienestar emocional en el contexto del turismo se ha estudiado ampliamente. Sirgy et al (2011) sugieren que viajar tiene un impacto positivo en la calidad de vida, debido a: Generación de recuerdos positivos; Reducción del estrés y ansiedad; Aumento de la satisfacción personal y social.

Los visitantes que realizan actividades turísticas con mayor frecuencia tienden a reportar niveles más altos de felicidad y menor estrés percibido (Dolnica et al, 2013).

8.4.12 Turismo como estrategia de regulación del estrés

Diversos estudios han demostrado que el turismo y las actividades recreativas funcionan como mecanismos de afrontamiento del estrés. De Bloom et al, (2017) encontraron que las experiencias turísticas generan efectos positivos en la reducción del estrés y el aumento del bienestar psicológico.

Mecanismos de reducción del estrés a través del turismo:

1. Desconexión del entorno cotidiano y laboral (Chen & Petrick, 2013).
2. Contacto con la naturaleza como regulador del sistema nervioso (Korpela et al, 2018).
3. Experimentación de emociones positivas (Fredrickson, 2001).

8.4.13 Estrés percibido

Desde la perspectiva psicológica, el estrés se concibe como una reacción natural del ser humano frente a situaciones que percibe como complejas, amenazantes o difíciles de manejar. Este concepto fue desarrollado por Lazarus y Folkman (1984), quienes lo definieron como una respuesta que depende no solo del evento en sí, sino de la manera en que la persona lo interpreta y afronta. En este sentido, el estrés puede clasificarse en dos tipos: por un lado, el estrés agudo, que se presenta de forma inmediata ante un estímulo específico y suele ser de corta duración; y por otro, el estrés crónico, que se acumula progresivamente y puede llegar a afectar el bienestar físico y emocional si no se gestiona adecuadamente.

8.4.14 Estrés percibido y su impacto en la salud mental

El estrés se manifiesta como una reacción del organismo frente a situaciones que son interpretadas como amenazantes o difíciles de manejar, actuando como un mecanismo de adaptación (Lazarus & Folkman, 1984). Sin embargo, cuando esta respuesta se prolonga de forma sostenida, puede derivar en consecuencias negativas para la salud integral de la persona, aumentando la probabilidad de padecer afecciones como trastornos cardiovasculares, ansiedad o depresión (Sapolsky, 2004).

En el ámbito turístico, diversas investigaciones han demostrado que el descanso y la participación en actividades recreativas influyen positivamente en la disminución del estrés percibido. Según Chen y Petrick (2013), el turismo actúa como una vía efectiva para liberar tensiones acumuladas, mientras que Sonnentag y Fritz (2007) sostienen que el tiempo libre y el

contacto con entornos naturales contribuyen a la restauración de los recursos psicológicos necesarios para afrontar los desafíos cotidianos.

8.4.15 Felicidad auténtica

Martin Seligman, reconocido como el fundador de la psicología positiva, desarrolló la Teoría de la Felicidad Auténtica, que sostiene que la verdadera felicidad surge de la combinación de tres componentes esenciales. En primer lugar, la vida placentera, que se refiere a la experiencia frecuente de emociones positivas como la alegría, la gratitud y el amor. En segundo lugar, la vida comprometida, que implica la participación completa en actividades que generan estados de flujo o "flow", donde la persona se siente totalmente absorta en lo que realiza (Csikszentmihalyi, 1990). Finalmente, la vida con significado, relacionada con encontrar un propósito vital al involucrarse en actividades que tienen un sentido profundo y que benefician tanto al individuo como a su entorno. Según Seligman (2002), para alcanzar una felicidad genuina y sostenible, es necesario mantener un equilibrio entre estos tres aspectos en la vida diaria.

8.4.16 Modelo PERMA de Martin Seligman

El modelo PERMA, desarrollado por Martin Seligman (2002), uno de los pioneros de la psicología positiva, busca describir los cinco pilares esenciales que contribuyen al bienestar psicológico y a llevar una vida plena y satisfactoria. Este acrónimo representa elementos universales y medibles que, según Seligman, son clave para lograr un bienestar duradero:

1. P – Emociones Positivas: Se refiere a la manifestación y el cultivo de sentimientos agradables como la alegría, la gratitud, la esperanza, el amor y la satisfacción. Estas emociones no solo elevan el ánimo de manera temporal, sino que también aportan beneficios

a nivel cognitivo y físico, fortaleciendo la resiliencia y mejorando la capacidad para enfrentar situaciones difíciles (Fredrickson, 2001).

2. E – Compromiso: Este componente describe el estado de inmersión total o "flow" que se experimenta al realizar actividades que implican un desafío adecuado a las habilidades personales. El compromiso genera concentración intensa y disfrute profundo, favoreciendo la motivación, el crecimiento personal y el cumplimiento de objetivos (Csikszentmihalyi, 1990).

3. R – Relaciones Positivas: Las conexiones humanas saludables y profundas son esenciales para el bienestar emocional. La compañía, el apoyo social y las relaciones afectuosas incrementan el sentido de pertenencia y contribuyen a la estabilidad emocional. Seligman destaca que estas relaciones positivas son uno de los factores más importantes para la felicidad y la salud mental (Lyubomirsky, Sheldon & Schkade, 2005).

4. M – Significado o Propósito: Tener un sentido de propósito en la vida, que puede provenir de la religión, el trabajo, la familia o causas sociales, aporta dirección y un marco para interpretar las experiencias personales. Encontrar este significado se asocia con un mayor bienestar y una mayor capacidad para resistir el estrés (Frankl, 1963).

5. A – Logros: Alcanzar metas, ya sean personales, profesionales o sociales, genera un sentimiento de competencia y confianza en uno mismo. Reconocer y celebrar los logros, sin importar su tamaño, fortalece la autoestima y promueve la motivación para continuar hacia nuevas metas (Bandura, 1997).

8.4.17 Bienestar subjetivo y felicidad

Ed Diener, otro investigador clave en el estudio de la felicidad, desarrolló el concepto de bienestar subjetivo, el cual sostiene que la felicidad es una combinación de: Alta presencia de emociones positivas; Baja presencia de emociones negativas; Alta satisfacción con la vida (Diener, 1984).

Diener (2000) encontró que la felicidad no solo está determinada por circunstancias externas como la riqueza o el estatus, sino por factores internos como la gratitud, la resiliencia y la forma en que las personas interpretan su realidad.

8.4.18 Felicidad auténtica y turismo

La felicidad auténtica, según Seligman (2002), se basa en un modelo de bienestar que identifica tres pilares fundamentales: el placer, entendido como la experiencia de emociones positivas y el disfrute inmediato; el compromiso, que implica sentirse profundamente involucrado y apasionado por las actividades que se realizan; y el significado, que se refiere a contar con un propósito trascendente en la vida. Este modelo sostiene que la verdadera felicidad no depende únicamente de placeres momentáneos, sino también de factores como el significado vital, el compromiso constante y la permanencia de emociones positivas a lo largo del tiempo. En este sentido, el turismo tiene un papel relevante, ya que al ofrecer vivencias significativas, contribuye al fortalecimiento de estos elementos, facilitando así un aumento en la felicidad subjetiva de las personas (Filep, 2012).

8.4.19 Turismo como factor de regulación emocional y reducción del estrés

La Teoría de la Restauración de la Atención, propuesta por Kaplan y Kaplan (1989), sostiene que los entornos naturales facilitan la recuperación tanto cognitiva como emocional,

contribuyendo a reducir la fatiga mental. Por otro lado, el turismo de aventura ha sido señalado como un recurso efectivo para fortalecer la autoestima y mejorar las estrategias de afrontamiento frente al estrés, ya que ofrece la oportunidad de enfrentar retos y desarrollar capacidades de resiliencia (Ewert & Jamieson, 2003). Además, investigaciones anteriores han evidenciado que la inmersión en espacios naturales y la participación en actividades al aire libre son capaces de disminuir los niveles de cortisol, conocida como la hormona del estrés, lo que se traduce en una mejora del estado anímico y la salud mental en general (Bratman et al., 2015).

8.4.20 Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en la felicidad

Investigaciones recientes señalan que la frecuencia con la que las personas participan en actividades turísticas influye directamente en su bienestar general (Dolnicar et al., 2013). Desde la perspectiva de la teoría de la autodeterminación, Ryan y Deci (2001) destacan que este tipo de actividades satisfacen necesidades psicológicas básicas, lo que contribuye a elevar el bienestar personal. Asimismo, Filep y Deery (2010) evidenciaron que el turismo juega un papel importante en la reducción del estrés y en el fortalecimiento de la resiliencia emocional. Por último, Seligman (2011) sostiene que las experiencias turísticas no solo generan placer inmediato, sino que también promueven la prosperidad al favorecer la autorrealización y fortalecer las conexiones sociales.

8.4.21 Influencia de la frecuencia de actividad turística en el estrés y la felicidad

El turismo no solo proporciona una vía para reducir el estrés y aumentar la felicidad en el corto plazo, sino que su impacto puede ser acumulativo dependiendo de la frecuencia con la que se practican actividades turísticas. Neal et al (2007) encontraron que las personas que participan regularmente en actividades de ocio y recreación tienen una percepción de vida más satisfactoria en comparación con aquellas que no lo hacen.

8.4.22 Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en el bienestar

Una correlación entre la frecuencia de viajes y el nivel de bienestar psicológico de los individuos. Según Sirgy et al. (2011), las personas que realizan viajes con mayor frecuencia reportan niveles más altos de satisfacción con la vida y una menor incidencia de estrés. Esto se debe a que el turismo ofrece un espacio de desconexión, reflexión y experiencias enriquecedoras que contribuyen a la salud mental.

La repetición de experiencias turísticas incrementa la familiaridad con el destino, lo que puede potenciar la sensación de bienestar al reducir la ansiedad asociada a lo desconocido y generar recuerdos positivos recurrentes (Pearce, 2012).

8.4.23 Relevancia del estudio en el centro historico de Quito

El centro histórico de Quito es uno de los destinos turísticos más importantes de Ecuador, con una gran afluencia de visitantes nacionales e internacionales. Su oferta turística se centra en el bienestar, la cultura y el patrimonio, lo que lo convierte en un laboratorio natural para estudiar la relación entre turismo, estrés y felicidad. El presente estudio busca generar conocimiento que pueda ser utilizado para diseñar estrategias de promoción del turismo como herramienta de bienestar, no solo para los visitantes, sino también para los trabajadores del sector turístico, quienes pueden experimentar estrés laboral debido a la alta demanda de servicios y la estacionalidad del turismo. Investigaciones anteriores han evidenciado que los destinos turísticos con características similares a las descritas suelen favorecer una mejor calidad de vida y un mayor bienestar emocional, tanto en los visitantes como en los residentes locales (Gibson, 2021).

8.4.24 Revisión bibliográfica

La revisión bibliográfica implicó un proceso sistemático de análisis, selección y organización de información pertinente obtenida de fuentes documentales tanto primarias como

secundarias. En este estudio, dicha etapa fue esencial para la elaboración del marco teórico y el contexto que respaldan la investigación. La información se recopiló mediante la consulta de libros especializados, artículos científicos, tesis, revistas académicas y fuentes digitales confiables, con el objetivo de identificar enfoques, teorías y descubrimientos previos relacionados con el estrés percibido, la felicidad auténtica y la actividad turística. La recopilación rigurosa permitió no solo respaldar conceptualmente el estudio, sino también establecer relaciones teóricas entre las variables analizadas, garantizando así la validez teórica del proyecto.

8.4.25 Correlación

La correlación es una medida que permite conocer el grado de relación o asociación entre dos variables, es muy utilizada en el campo de la estadística. Para medir la correlación se mide en que grado afecta una variable a la otra y tiene un grado de precisión, dado que no es exacta, por ello en pruebas estadísticas existe un margen de error para determinar la relación entre variables. La correlación se clasifica en:

1. Lineal o curvilínea: según los resultados van a una línea recta o a una curva.
2. Positiva: Cuando una variable aumenta la otra también.
3. Negativa: Cuando una variable aumenta la otra disminuye o viceversa.
4. Nula: No hay correlación entre las variables.

8.4.26 Correlación de Pearson

El coeficiente de correlación de Pearson (r) es una medida estadística que evalúa la fuerza y dirección de la relación lineal entre dos variables cuantitativas continuas. Esta técnica es ampliamente utilizada en investigaciones sociales, psicológicas y del turismo, cuando se desea establecer si existe una asociación entre variables como el estrés percibido y la felicidad auténtica, como es el caso del presente estudio.

Su valor oscila entre **–1 y +1**:

+1: correlación positiva perfecta.

0: ausencia de correlación lineal.

–1: correlación negativa perfecta.

Valores cercanos a 0 indican una relación débil o nula.

Valores cercanos a ±1 indican una relación fuerte.

8.4.27 Coeficiente de correlación Spearman

Es una medida de correlación en la cual se puede conocer si una variable se relaciona con otra, determinando la dependencia o independencia entre ellas. “Es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos” (Montes et al, 2021)

De acuerdo a los resultados obtenido en el coeficiente de correlación Spearman se dice que la relación es significativa cuando el nivel de significancia es de 0.05. En la presente investigación se aplicará el método de Spearman para la validación de la hipótesis.

9 VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

9.1 Hipótesis

a. Correlación entre estrés percibido y felicidad auténtica

H_0= No existe relación entre el estrés percibido y la felicidad auténtica.

H_1= Existe una relación negativa entre el estrés percibido y la felicidad auténtica.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Afirma que existe una correlación negativa y significativa entre ambas variables, aunque su magnitud sea moderada, sí hay una relación: a más estrés, menos felicidad.

b. Correlación entre frecuencia turística y felicidad auténtica

H_0= No existe relación entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

H_1= Existe una relación positiva entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

Se acepta la hipótesis nula (H_0), ya que la relación es muy débil y probablemente no significativa. Esto quiere decir que no hay evidencia suficiente para afirmar que la frecuencia con la que se realizan actividades turísticas influye directamente en los niveles de felicidad auténtica de los visitantes.

c. Correlación entre frecuencia turística y estrés percibido

H_0= No existe relación entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

H_1= Existe una relación positiva entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

Se acepta la hipótesis nula (H_0). Esto significa que no hay evidencia estadísticamente suficiente para afirmar que la frecuencia con la que una persona realiza turismo esté relacionada con su nivel de estrés.

10 METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

La presente investigación se sustenta en el enfoque cuantitativo, el cual busca la medición objetiva de fenómenos mediante el análisis estadístico de datos empíricos. Este enfoque permite verificar hipótesis preestablecidas y determinar el grado de asociación entre variables, en este caso, el nivel de actividad turística, el estrés percibido y la felicidad auténtica. El propósito fundamental es identificar patrones de relación entre dichas variables y aportar evidencia científica sobre el bienestar psicológico de los turistas en contextos patrimoniales.

El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal y de alcance correlacional.

- Es no experimental porque no se manipularán las variables independientes, sino que se observarán en su contexto natural, sin intervención del investigador.
- Es de corte transversal porque la recolección de datos se realizará en un solo momento temporal, captando las percepciones y experiencias de los turistas durante su visita al Centro Histórico.
- Es correlacional porque pretende identificar la existencia, dirección y magnitud de las relaciones entre las variables principales, sin establecer causalidad directa (Hernández et al., 2018).

Este tipo de diseño resulta idóneo para investigaciones turísticas, dado que permite estudiar la experiencia del visitante sin alterar su comportamiento natural, generando datos válidos y ecológicamente representativos (Field, 2018).

10.1 Área de estudio

Figura 1

Mapa turístico del centro histórico de quito



El área de estudio de la presente investigación comprendió los atractivos turísticos de mayor afluencia del centro histórico de Quito. La selección de estos lugares se basó en fuentes confiables como el Ministerio de Turismo (MINTUR) , Quito turismo, medios de comunicación y agencias de viajes locales. Para su identificación, se realizó una revisión preliminar de sitios web, noticias y publicaciones recientes que destacaban los destinos más frecuentados por los visitantes.

10.1.1 Límites

Norte: La zona de los barrios tradicionales como San Juan y la Basílica del Voto Nacional, extendiéndose hacia las faldas de la elevación del Itchimbía.

Sur: Las faldas y la estructura de la colina de El Panecillo, incluyendo el sector del barrio de San Roque y la calle Ambato.

Este: La Avenida Pichincha y las laderas del cerro Itchimbía.

Oeste: La Avenida Mariscal Sucre (conocida también como la Autopista Occidental o los túneles), que corre al pie de las faldas del volcán Pichincha.

10.1.2 Altitud

El centro histórico de Quito está a una altitud promedio de 2.850 metros (9.350 pies) sobre el nivel del mar.

10.1.3 Coordenadas geográficas

Latitud: -1.3969

Longitud: -78.4246

10.1.4 Clima

fresco y parcialmente nublado con 17°C a las 19:00, y se esperan temperaturas entre los 11°C y 23°C durante el día.

10.1.5 Atractivos Turísticos

Figura 2

Mapa de atractivos turísticos visitados en el centro histórico de Quito



Tal como se mencionó anteriormente, la selección de los atractivos turísticos se realizó mediante una revisión bibliográfica exhaustiva, utilizando como fuentes principales páginas oficiales de turismo, portales informativos de Quito turismo y referencias proporcionadas por agencias de viajes locales. Este proceso permitió identificar los atractivos más representativos, priorizando aquellos con mayor relevancia turística, afluencia de visitantes ..

los lugares seleccionados de mayor afluencia actualmente son:

- **Plaza Grande o de la Independencia**, principal núcleo político y turístico del Centro Histórico.
- **Plaza de San Francisco**, representativa por su valor patrimonial y su actividad cultural.
- **Iglesia de santo Domingo**, ícono del turismo urbano y de la interacción con la comunidad local.

Basílica del Voto Nacional, punto de alta concentración de visitantes nacionales e internacionales.

10.2 Trabajo de campo

El trabajo de campo corresponde al proceso que se dan en el lugar de estudio, lo que permite al investigador obtener información primaria, de forma que los datos del estudio son reales. En este caso el trabajo de campo se evidencia a través de los datos obtenidos de las encuestas en los diferentes atractivos turísticos del centro histórico de Quito.

10.2.1 Cronograma de salidas

De acuerdo a los atractivos se seleccionaron los días a los que se visitarían tomando en cuenta aspectos importantes como son el horario de atención, la ubicación geográfica, la

accesibilidad y la afluencia de visitantes. Estos factores permitieron organizar de manera eficiente el cronograma de visitas, priorizando los momentos de mayor presencia de turistas para la aplicación de encuestas. Asimismo, algunos atractivos fueron visitados en más de una ocasión, con el fin de completar el número requerido de encuestas o mejorar la representatividad de la muestra. A continuación, se presenta un cuadro que detalla el día de visita y la cantidad de encuestas realizadas en cada uno de los lugares seleccionados:

Tabla 5

Cronograma de salidas de campo

Fecha	Horario	Punto de muestreo	N.º de encuestas	Coordenadas (Lat., Long.)	Observaciones
08/11/2025	09:00–12:00	Plaza de la Independencia	30	-0.2202, -78.5120	Alta afluencia de turistas nacionales y extranjeros.
22/11/2025	14:00–17:00	Basílica del Voto Nacional	25	-0.2159, -78.5079	Condiciones climáticas favorables.
06/12/2025	09:00–12:30	Iglesia de San Francisco	35	-0.2216, -78.5136	Incremento de visitantes por fiestas de Quito.
20/12/2025	14:00–17:00	Iglesia de Santo Domingo	30	-0.2233, -78.5132	Buena colaboración de los encuestados.
17/01/2026	09:00–12:00	Plaza de la Independencia	40	-0.2202, -78.5120	Flujo constante de visitantes durante la mañana.
31/01/2026	14:00–17:00	Basílica del Voto Nacional	25	-0.2159, -78.5079	Muestreo realizado sin inconvenientes.
14/02/2026	09:00–12:00	Iglesia de San Francisco	35	-0.2216, -78.5136	Mayor presencia de turistas internacionales.
28/02/2026	14:00–17:00	Iglesia de Santo Domingo	30	-0.2233, -78.5132	Clima parcialmente nublado.
21/03/2026	09:00–12:00	Plaza de la Independencia	40	-0.2202, -78.5120	Alta participación de visitantes.
18/04/2026	14:00–17:00	Basílica del Voto Nacional	30	-0.2159, -78.5079	Jornada desarrollada con normalidad.
16/05/2026	09:00–12:00	Iglesia de San Francisco	35	-0.2216, -78.5136	Encuestas aplicadas conforme al cronograma.
13/06/2026	14:00–17:00	Iglesia de Santo Domingo	20	-0.2233, -78.5132	Menor afluencia por condiciones climáticas.
15/06/2026	09:00–11:30	Plaza de la Independencia	10	-0.2202, -78.5120	Cierre y verificación del levantamiento de información.

10.3 Matriz de comparación de instrumentos aplicados en otras investigaciones

Para el presente estudio, se diseñó un instrumento de recolección de datos estructurado en base a dos escalas reconocidas y validadas científicamente, pero primero se seleccionaron los datos más relevantes para esta investigación. Posteriormente, dicha información fue organizada en un cuadro comparativo, en el cual se especifican la metodología, su descripción y su aplicación.

Estrés Percibido

Tabla 6

Matriz de comparación estrés percibido

Metodología	Descripción	Aplicación
Mediciones fisiológicas (Cortisol, VFC, EEG)	Evaluación objetiva del estrés mediante biomarcadores como el cortisol salival, variabilidad de la frecuencia cardiaca (VFC) y electroencefalografía (EEG).	Investigaciones científicas, diagnósticos clínicos y estudios estrictos.
Escala de Estrés Percibido (PSS)	Cuestionario de autoinforme que mide el grado en que las personas perciben su vida como estresante en las últimas semanas.	Estudios psicológicos y valoración de la salud mental.
Cuestionario de afrontamiento del Estrés (CAE)	Evaluación de estrategias de afrontamiento utilizadas por los individuos para enfrentar situaciones estresantes.	Psicología clínica, investigación de salud mental y bienestar subjetivo.
Escalas de apreciación del estrés (EAE)	Conjunto de escalas para evaluar el impacto del estrés en diferentes ámbitos: laboral, social, ancianos y conducción.	Evaluación ocupacional, gerontología y psicología del tránsito.
Evaluación de Estrés Laboral	Cuestionarios y herramientas para medir la presencia de estrés en el trabajo.	Recursos humanos, prevención de riesgos laborales y estudios de bienestar organizacional.

Entre las distintas metodologías investigadas para medir los niveles de estrés, se seleccionó la Escala de Estrés Percibido (PSS) debido a su amplia validación y uso en diversos contextos,

incluido el turismo. Esta herramienta permite evaluar la percepción que tienen las personas sobre la dificultad o carga que representan las situaciones vividas en su día a día. En el ámbito turístico, el PSS ha demostrado su eficacia para identificar a aquellos visitantes que presentan niveles elevados de estrés durante sus experiencias de viaje. Esta información resulta útil para que los proveedores de servicios turísticos puedan desarrollar estrategias y acciones personalizadas con el fin de disminuir el estrés de los turistas y optimizar su satisfacción durante el viaje (Cohen et al., 1983).

Felicidad Auténtica

Tabla 7

Matriz de comparación felicidad auténtica

Metodología	Descripción	Aplicación
Cuestionario de Felicidad Auténtica (Authentic Happiness Inventory)	Evalúa el nivel general de felicidad mediante ítems que miden emociones positivas, compromiso y sentido de vida.	Evaluaciones psicológicas individuales, investigación en psicología positiva.
PERMA Profiler	Instrumento basado en el modelo PERMA de Seligman que mide cinco componentes del bienestar: Placer, Compromiso, Relaciones, Significado y Logros.	Participaciones educativas, programas de bienestar y estudios de salud mental.
Cuestionario de Fortaleza VIA (Values in Action)	Identifica fortalezas personales que contribuyen al bienestar y a una vida con sentido, como gratitud, valentía y amor por el aprendizaje.	Desarrollo personal, educación positiva y programas de intervención emocional.
Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS)	Evalúa la percepción subjetiva de satisfacción con la vida como parte del bienestar psicológico general.	Psicología clínica, estudios pertinentes sobre bienestar, políticas de salud pública.
Evaluación de Emociones Positivas	Herramientas que miden la frecuencia e intensidad de emociones como la alegría, esperanza y gratitud, relacionadas con el florecimiento humano.	Programas de resiliencia, intervención en crisis, bienestar organizacional.

Para esta investigación se optó por utilizar el Cuestionario de Bienestar Auténtico (Authentic Happiness Inventory, AHI), desarrollado dentro del marco teórico de la Psicología

Positiva por Martin Seligman, debido a su sólida fundamentación teórica, relevancia empírica y enfoque integral hacia la medición del bienestar. El AHI ofrece una estructura de evaluación del nivel de felicidad auténtica, abordando dimensiones emocionales, cognitivas y conductuales. A diferencia de otros instrumentos que se limitan a medir la satisfacción con la vida o el estado de ánimo, este cuestionario contempla aspectos más amplios y sostenidos en el tiempo, tales como el placer, el compromiso y el sentido vital, que constituyen pilares esenciales en el enfoque propuesto por Seligman. Además, su elección responde a su amplia aplicación en ámbitos académicos, clínicos y organizacionales, donde se ha evidenciado su alta confiabilidad y validez psicométrica.

10.3.1 Instrumento de recolección de datos con respecto al estrés percibido, felicidad auténtica y práctica de actividades turísticas.

El instrumento utilizado en esta investigación fue desarrollado por el grupo de investigación de la carrera , denominado “Turismo e Ciencia”. Después de realizar un análisis mediante una matriz comparativa, se seleccionaron los instrumentos que resultaron más adecuados para el estudio. Esta elección se fundamentó en criterios teóricos y metodológicos sólidos, evaluados por diversos autores que han aplicado estos cuestionarios en investigaciones anteriores, obteniendo resultados validados y de relevancia para el ámbito investigado.

Se optó por incluir dos instrumentos reconocidos: la Escala de Estrés Percibido (PSS) desarrollada por Sheldon Cohen, la cual permite medir el grado en que las personas perciben su vida como estresante; y el Cuestionario de Bienestar Auténtico (AHI) propuesto por Martin Seligman, que evalúa componentes clave de la felicidad auténtica, tales como el placer, el compromiso y el sentido de vida.

Con base en estos cuestionarios, se diseñó un instrumento combinado que incluye los ítems más representativos de ambas escalas, con el propósito de identificar y analizar la relación entre el

nivel de estrés percibido, el bienestar auténtico y el tipo o frecuencia de actividades turísticas realizadas por los visitantes del centro histórico de Quito

La primera sección correspondiente a la actividad turística, se aplicó en el cuestionario 7 ítems donde se mide la intensidad de practica de actividades turísticas diseñado específicamente para registrar la cantidad, genero, edad, con quien viaja, ingreso económico, estado civil, nacionalidad, tipo de actividades y la frecuencia de práctica.

La segunda sección el estrés percibido está compuesta por ítems derivados de la Escala de Estrés Percibido (Perceived Stress Scale - PSS) desarrollada por Sheldon Cohen et al. Esta escala ha sido ampliamente utilizada en contextos de investigación psicológica por su validez y fiabilidad al evaluar el grado en que las situaciones en la vida son evaluadas como estresantes. En el presente estudio se utiliza una versión adaptada al contexto turístico, compuesta por 10 ítems, que mide las percepciones de control, sobrecarga y niveles de tensión de los individuos durante su experiencia turística.

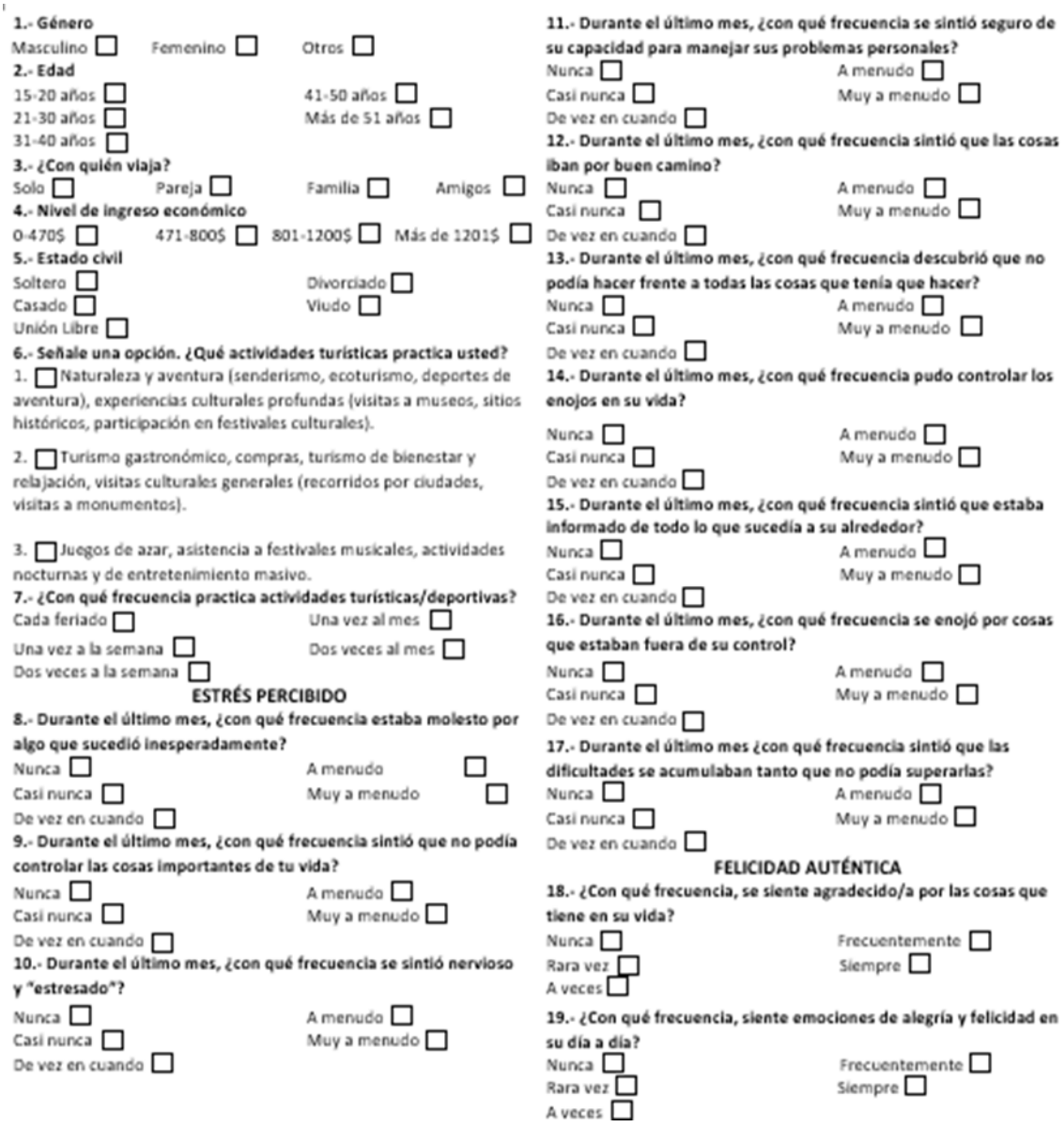
La tercera sección del instrumento evalúa la felicidad auténtica, basada en el modelo propuesto por Martin Seligman dentro del marco de la Psicología Positiva. Esta parte del cuestionario incluye 15 ítems que abordan dimensiones clave como el placer, el compromiso y el sentido (los tres pilares de la felicidad auténtica en el modelo PERMA). El cuestionario fue adaptado al contexto turístico para explorar cómo las actividades recreativas contribuyen al bienestar subjetivo de los visitantes.

La elección de este instrumento se fundamenta en su validez científica, su amplio uso internacional, y su adecuación al enfoque psicológico y experiencial del turismo. Esta integración metodológica permite una evaluación más completa de las experiencias subjetivas de los participantes, alineándose con los objetivos de la presente investigación.

A continuación, se presenta el siguiente cuestionario:

Figura 3

Parte delantera de la encuesta



1.- Género
Masculino ☐ Femenino ☐ Otros ☐

2.- Edad
15-20 años ☐ 41-50 años ☐
21-30 años ☐ Más de 51 años ☐
31-40 años ☐

3.- ¿Con quién viaja?
Solo ☐ Pareja ☐ Familia ☐ Amigos ☐

4.- Nivel de ingreso económico
0-470$ ☐ 471-800$ ☐ 801-1200$ ☐ Más de 1201$ ☐

5.- Estado civil
Soltero ☐ Divorciado ☐
Casado ☐ Viudo ☐
Unión Libre ☐

6.- Señale una opción. ¿Qué actividades turísticas practica usted?
1. ☐ Naturaleza y aventura (senderismo, ecoturismo, deportes de aventura), experiencias culturales profundas (visitas a museos, sitios históricos, participación en festivales culturales).

2. ☐ Turismo gastronómico, compras, turismo de bienestar y relajación, visitas culturales generales (recorridos por ciudades, visitas a monumentos).

3. ☐ Juegos de azar, asistencia a festivales musicales, actividades nocturnas y de entretenimiento masivo.

7.- ¿Con qué frecuencia practica actividades turísticas/deportivas?
Cada feriado ☐ Una vez al mes ☐
Una vez a la semana ☐ Dos veces al mes ☐
Dos veces a la semana ☐

ESTRÉS PERCIBIDO

8.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia estaba molesto por algo que sucedió inesperadamente?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

9.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia sintió que no podía controlar las cosas importantes de tu vida?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

10.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia se sintió nervioso y "estresado"?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

11.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia se sintió seguro de su capacidad para manejar sus problemas personales?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

12.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia sintió que las cosas iban por buen camino?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

13.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia descubrió que no podía hacer frente a todas las cosas que tenía que hacer?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

14.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia pudo controlar los enojos en su vida?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

15.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia sintió que estaba informado de todo lo que sucedía a su alrededor?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

16.- Durante el último mes, ¿con qué frecuencia se enojó por cosas que estaban fuera de su control?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

17.- Durante el último mes ¿con qué frecuencia sintió que las dificultades se acumulaban tanto que no podía superarlas?
Nunca ☐ A menudo ☐
Casi nunca ☐ Muy a menudo ☐
De vez en cuando ☐

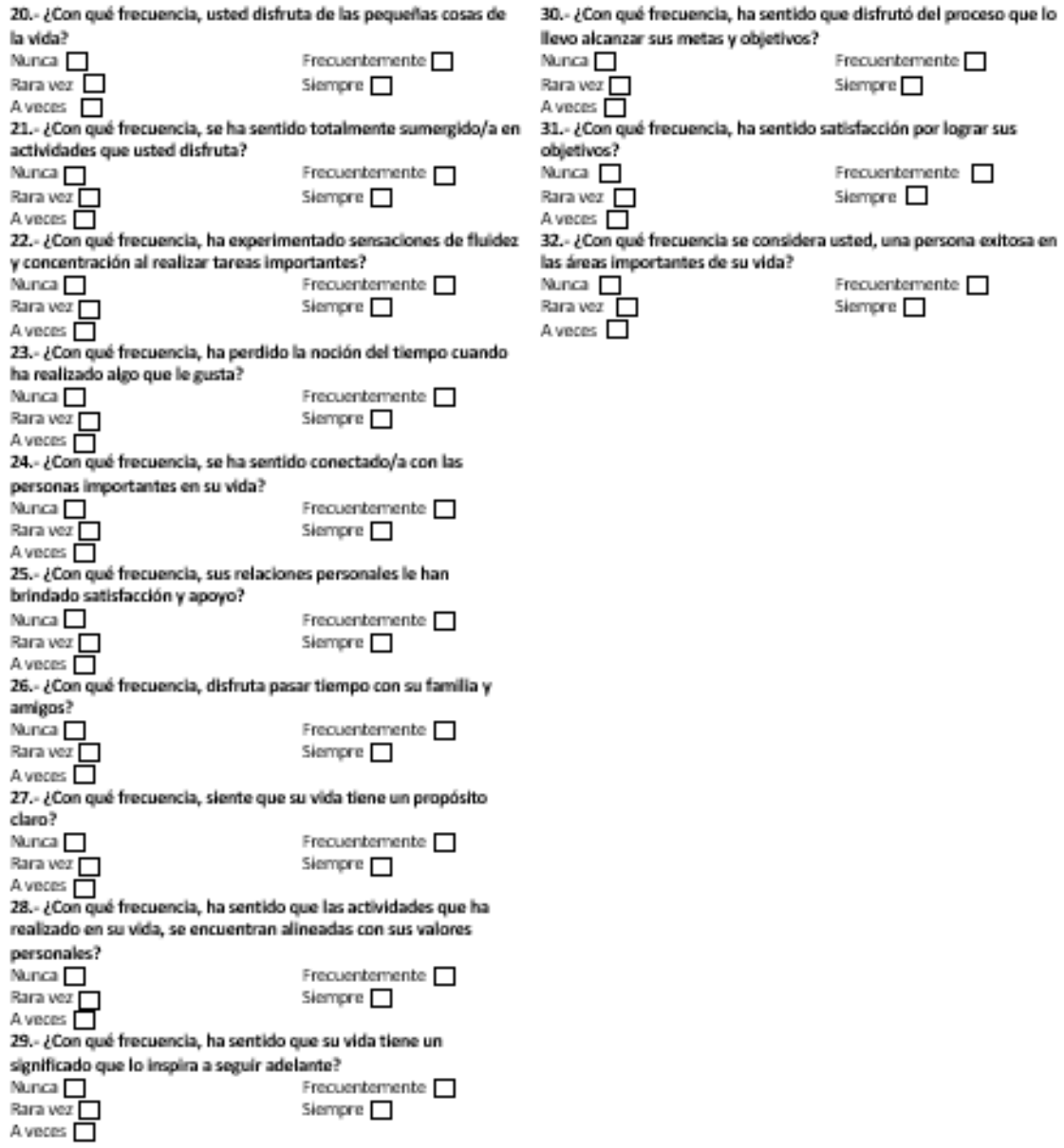
FELICIDAD AUTÉNTICA

18.- ¿Con qué frecuencia, se siente agradecido/a por las cosas que tiene en su vida?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

19.- ¿Con qué frecuencia, siente emociones de alegría y felicidad en su día a día?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

Figura 4

Parte trasera de la encuesta



20.- ¿Con qué frecuencia, usted disfruta de las pequeñas cosas de la vida?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

21.- ¿Con qué frecuencia, se ha sentido totalmente sumergido/a en actividades que usted disfruta?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

22.- ¿Con qué frecuencia, ha experimentado sensaciones de fluidez y concentración al realizar tareas importantes?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

23.- ¿Con qué frecuencia, ha perdido la noción del tiempo cuando ha realizado algo que le gusta?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

24.- ¿Con qué frecuencia, se ha sentido conectado/a con las personas importantes en su vida?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

25.- ¿Con qué frecuencia, sus relaciones personales le han brindado satisfacción y apoyo?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

26.- ¿Con qué frecuencia, disfruta pasar tiempo con su familia y amigos?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

27.- ¿Con qué frecuencia, siente que su vida tiene un propósito claro?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

28.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que las actividades que ha realizado en su vida, se encuentran alineadas con sus valores personales?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

29.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que su vida tiene un significado que lo inspira a seguir adelante?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

30.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que disfrutó del proceso que lo llevo alcanzar sus metas y objetivos?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

31.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido satisfacción por lograr sus objetivos?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

32.- ¿Con qué frecuencia se considera usted, una persona exitosa en las áreas importantes de su vida?
Nunca ☐ Frecuentemente ☐
Rara vez ☐ Siempre ☐
A veces ☐

10.4 Valoración del estrés percibido, la felicidad auténtica y la frecuencia de actividad turística

Los participantes deberán indicar, marcando con una “X”, la frecuencia con la que se han sentido o han pensado de cierta manera frente a situaciones cotidianas, permitiendo así obtener una medida subjetiva pero confiable. Esta escala está compuesta por una serie de ítems que evalúan la percepción de las 3 variables en relación con los pensamientos y sentimientos experimentados durante el último mes.

Frecuencia de Actividad Turística

Para medir la frecuencia de la actividad turística se elaboró un apartado específico dentro del cuestionario, conformado por 7 ítems principales, cuatro criterios demográficos como: genero, edad, nivel económico y estado civil. A demás de 3 preguntas relacionadas al turismo, como: el tipo de actividad turística practicada, con quien viaja y la frecuencia con la que realizan turismo.

Tabla 8

Valoración de respuesta de frecuencia turística

Respuesta	Valor	Interpretación
Cada feriado	1	Muy baja frecuencia (turismo ocasional)
Una vez al mes	2	Baja frecuencia (participación mensual)
Dos veces al mes	3	Frecuencia moderada (actividad regular)
Una vez a la semana	4	Alta frecuencia (turismo constante)
Dos veces al mes	5	Muy alta frecuencia (turismo habitual o intensivo)

Esta valoración permitió cuantificar el nivel de exposición turística de cada participante y clasificarlo en 5 niveles: Muy baja, baja, moderada, alta y muy alta. La clasificación funcionó como una variable ordinal en el análisis estadístico, útil para establecer relaciones con otras

variables psicológicas. Esta forma de medición se basó en criterios utilizados en estudios previos sobre conducta del turista y frecuencia de viaje (Bigné, Andreu, & Gnoth, 2009)

Estrés Percibido (Perceived Stress Scale, PSS)

Para medir el estrés percibido se utilizará la Escala de Estrés Percibido (Perceived Stress Scale, PSS) desarrollada por Sheldon Cohen, la cual es ampliamente reconocida y validada en investigaciones científicas a nivel internacional.

En las encuestas se han elegido preguntas importantes que consta de 10 ítems, los cuales están formulados para reflejar con precisión la frecuencia con la que los participantes han experimentado pensamientos o emociones relacionadas con situaciones estresantes.

Ítems Invertido

La escala PSS mide estrés percibido, algunos ítems están escritos de manera positiva por lo que refleja control, calma y seguridad (no es estrés), por lo tanto, los ítems 4,5,7 y 8 son negativos y deben ser invertidos para garantizar uniformidad en el cálculo final.

4: Se sintió seguro de su capacidad para manejar problemas (indica bajo estrés)

5: Las cosas iban por buen camino (indica control)

7: Pudo controlar los enojos (indica autorregulación)

8: Estaba informado de todo (sugiere claridad y estabilidad)

Tabla 9

Valoración de ítems invertidos

Respuesta	Valor Original	Valor Invertido
Nunca	0	4
Casi nunca	1	3
De vez en cuando	2	2
A menudo	3	1
Muy a menudo	4	0

Una vez sumados los puntajes (después de invertir los ítems correspondientes), se clasifica el nivel de estrés de la siguiente manera:

Tabla 10

Valoración de respuestas de estrés percibido

Puntaje Total	Nivel de estrés percibido	Interpretación
0 – 13	Bajo	El individuo percibe poco estrés; tiene buena autorregulación emocional.
14 – 26	Moderado	Estrés presente, pero dentro de límites manejables; puede requerir atención.
27 - 40	Alto	Alto nivel de estrés; puede afectar la salud mental y el bienestar general.

Felicidad Auténtica (Authentic Happiness Inventory - AHI)

La Escala de Felicidad Auténtica (Authentic Happiness Inventory, AHI) fue desarrollada con base en el modelo de bienestar propuesto por Martin Seligman, uno de los principales exponentes de la psicología positiva. Este instrumento tiene como finalidad evaluar el bienestar subjetivo de las personas a través de cinco dimensiones fundamentales: emociones positivas, compromiso, relaciones positivas, sentido de vida y logro personal. El Cuestionario de Bienestar Auténtico (AHI) busca ofrecer una visión integral de la felicidad, entendida no solo como una experiencia placentera sino también como un estado perdurable que implica realización personal, conexión social y un propósito vital claro. Este instrumento permite generar un perfil detallado del nivel de felicidad auténtica de cada individuo, facilitando así el análisis del bienestar psicológico en diversos contextos, incluido el turístico.

El cuestionario consta de 15 ítems, cada uno valorado mediante una escala tipo Likert que va de 0 a 10 puntos. La puntuación total obtenida puede variar entre 0, que representa el nivel más bajo de bienestar subjetivo, y 150, que indica el nivel máximo de felicidad auténtica.

Escala de respuesta:

0 = Nunca (Me siento infeliz la mayor parte del tiempo)

2,5 = Rara vez (Me siento más triste que feliz)

5 = A veces (Me siento neutral: ni feliz, ni infeliz)

7,5 = Frecuentemente (Me siento bastante feliz en general)

10 = Siempre (Me siento muy feliz casi todo el tiempo)

Suma de los 15 Ítems:

Tabla 11

Valoración de respuestas de felicidad auténtica

Puntaje Total	Nivel de felicidad auténtica	Interpretación
0 – 30	Bajo	El participante muestra bajo bienestar emocional y falta de satisfacción vital.
40 – 70	Moderado	Se percibe bienestar en algunas áreas; felicidad inestable o circunstancial.
80 – 110	Alto	Se evidencia un nivel sólido de felicidad auténtica y satisfacción personal.
120 – 150	Muy alto	Elevado bienestar subjetivo, con emociones positivas, propósito y realización plena.

10.5 Población y Muestra

La población objeto de estudio está conformada por los visitantes del centro histórico de Quito, En 2025, las visitas de turistas internacionales a la ciudad de Quito alcanzaron 676.463, lo que representa un crecimiento del 10,6 % respecto a 2024, evidenciando una recuperación sostenida tras el impacto de la pandemia.

Para determinar el tamaño adecuado de la muestra de una población finita, se utilizará la fórmula propuesta por (Daniel, 1991) , la cual permite estimar el número de encuestas necesarias para obtener resultados representativos, con un nivel de confianza aceptable. La fórmula es la siguiente:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra (cuando la población es grande o infinita)
N = tamaño de la población (por ejemplo, 10.000 visitantes estimados)
Z = valor de la distribución normal estándar para un nivel de confianza del 95% (Z= 1.96)
p = probabilidad de éxito (0.5, para máxima variabilidad)
q = 1 – p (también 0.5)
e = margen de error aceptado (por ejemplo, 5% = 0.05)

10.5.1 Cálculo del tamaño de la muestra:

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

$$n = \frac{676.463 * (1{,}96)^2 * (0{,}5) * (0{,}5)}{(676.463 - 1) * (0{,}05)^2 + (1{,}96)^2 * (0{,}5) * (0{,}5)}$$

$$n = \frac{676{,}463 * 3{,}8416 * 0{,}5 * 0{,}5}{675{,}463 * 0{,}0025 + 3{,}8416 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{649{,}6750}{675{,}463 * 0{,}0025 + 3{,}8416 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{649{,}6750}{1{,}68865 + 0{,}9604}$$

$$n = \frac{649{,}6750}{2{,}64905} = 385$$

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, criterios comúnmente aceptados en investigaciones sociales. Aplicando estos parámetros a los visitantes del centro histórico de Quito, se calculó un tamaño muestral de 385 turistas, quienes fueron encuestados de manera aleatoria en los principales atractivos turísticos de Esta muestra permite garantizar la validez estadística de los resultados y una adecuada representatividad de la población estudiada.

10.5.2 Técnica de muestreo

Las técnicas de muestreo estadístico son las estrategias aplicadas por los investigadores para seleccionar de manera adecuada a los participantes de un estudio. En esta investigación se aplicaron técnicas de muestreo no probabilístico, específicamente por conveniencia y accidental. El muestreo por conveniencia consistió en seleccionar a los sujetos que están disponibles y

accesibles en el momento de la recolección de datos, facilitando el proceso debido a la cercanía o disposición de los participantes. Por otra parte, el muestreo accidental se basó en la selección espontánea de individuos que se encuentran en el lugar y momento de la aplicación del instrumento, sin seguir un criterio estructurado previo. Las técnicas fueron apropiadas dado el entorno turístico dinámico del centro histórico de quito, permitiendo encuestar a los visitantes en tiempo real, en distintos atractivos, según su disponibilidad.

10.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

10.6.1 Cuestionario sociodemografico

Se realizo preguntas claras de responder a los diferentes turistas que visitan el centro histórico de Quito como son: edad, genero, país, ingreso económico, con quien viaja, estado civil etc. Cada cuestionario fue aplicado en promedio de 10 minutos por participante

1. Sexo
- [x] Masculino
- [ ] Femenino

2. Edad
- [ ] Menos de 18 años
- [ ] 18 – 29 años
- [x] 30 – 38 años
- [ ] 39 – 47 años
- [ ] 48 – 57 años
- [ ] 58 años o más

3. Procedencia
- [x] Estados Unidos
- [ ] Canadá
- [ ] Argentina
- [ ] Cuenca
- [ ] Guayaquil
- [ ] Otro: _____

4. ¿Con quién viaja?
- [x] Pareja
- [ ] Familia
- [ ] Amigos
- [ ] Solo/a
- [ ] Otro: _____

5. Estado civil
- [ ] Soltero/a
- [x] Casado/a
- [ ] Unión libre
- [ ] Divorciado/a
- [ ] Viudo/a

6. Nivel de estudios
- [ ] Educación básica
- [ ] Bachillerato
- [x] Educación superior (Universitaria)
- [ ] Posgrado
- [ ] Otro: _____

7. Ocupación
- [ ] Estudiante
- [x] Profesional
- [ ] Empleado/a
- [ ] Independiente
- [ ] Jubilado/a
- [ ] Otro: _____

8. Ingreso económico mensual (USD)
- [x] $0 – $470
- [ ] $471 – $800
- [ ] $801 – $1200
- [ ] Más de $1200

9. ¿Cuál es el motivo principal de su visita a Quito?
- [x] Turismo / Recreación
- [ ] Negocios
- [ ] Visita a familiares o amigos
- [ ] Estudios
- [ ] Otro: _____

10. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Quito?
- [ ] Menos de 1 día
- [x] 1 – 3 días
- [ ] 4 – 7 días
- [ ] Más de 7 días

11. Actividades que realiza durante su visita (puede seleccionar más de una opción)
- [x] Recorridos culturales
- [ ] Gastronomía
- [ ] Compras
- [ ] Naturaleza / Aventura
- [x] Visitas a museos / Iglesias
- [ ] Vida nocturna
- [ ] Eventos / Festividades
- [ ] Otro: _____

10.6.2 Técnica de encuesta

La técnica de encuesta fue aplicada de manera presencial a un total de 385 turistas en diversos atractivos turísticos del centro histórico de Quito, aprovechando la interacción directa con los visitantes, lo que permitió obtener respuestas inmediatas y contextualizadas. El instrumento fue diseñado con base en escalas previamente validadas, como la Frecuencia de actividades turísticas, la Escala de Estrés Percibido (PSS) de Cohen y la Escala de Felicidad Auténtica de Seligman, lo que garantizó la validez del contenido y la pertinencia de las preguntas. La técnica empleada resultó idónea para los objetivos del estudio, ya que permitió la obtención de datos cuantitativos de manera eficiente y en un lapso temporal relativamente breve, facilitando así el posterior análisis estadístico de la información recopilada.

10.6.3 Excel

Para el procesamiento y análisis inicial de los datos recolectados, se empleó el programa Microsoft Excel, el cual resultó ser una herramienta eficaz debido a su fácil acceso, su adaptabilidad y su capacidad para organizar grandes volúmenes de información de forma ordenada. Esta plataforma facilitó la estructuración de las respuestas obtenidas en las encuestas aplicadas, permitiendo un análisis preliminar de las principales variables: el estrés percibido, la felicidad auténtica y la frecuencia con la que se practican actividades turísticas (Microsoft Corporation, 2023).

El trabajo técnico se desarrolló en varias fases. En primer lugar, se procedió a la codificación de las variables, trasladando los datos de los cuestionarios a una hoja de cálculo. Durante esta etapa, las respuestas cualitativas (como el estado civil, el tipo de acompañamiento o la preferencia turística) fueron transformadas en valores numéricos para facilitar su posterior tratamiento estadístico. Luego, se aplicaron procedimientos de validación para depurar la base de

datos: se identificaron posibles duplicados, se revisaron los campos vacíos y se descartaron valores atípicos, garantizando así la coherencia y confiabilidad de la información registrada.

Una vez completada la depuración, se realizó un análisis descriptivo, que incluyó el cálculo de frecuencias absolutas y relativas, porcentajes, así como medidas de tendencia central (media y mediana) y de dispersión (como la desviación estándar). Estas operaciones permitieron observar cómo se comportaban las principales variables dentro de los distintos perfiles de visitantes. Finalmente, se diseñaron gráficos ilustrativos (de barras y circulares) que facilitaron una lectura visual clara y comprensible de los datos, contribuyendo significativamente a la interpretación de los resultados obtenidos.

10.6.4 SPSS-R

Tras la sistematización y depuración inicial de los datos en Microsoft Excel, la base de datos fue transferida a los programas estadísticos SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y R, con el propósito de realizar un análisis más riguroso y detallado que permitiera examinar las relaciones entre las variables clave del estudio: estrés percibido, felicidad auténtica y frecuencia turística. La elección de estos entornos responde a la necesidad de aplicar pruebas estadísticas inferenciales, garantizando criterios de objetividad, confiabilidad y validez científica.

El procedimiento técnico empleado comprendió diversas etapas. Primero, se llevó a cabo la importación de los datos, exportándolos desde Excel en formatos compatibles (.sav para SPSS y .csv para R), asegurando la correcta preservación de los códigos, etiquetas y escalas de medición. A continuación, se realizó un análisis descriptivo en ambas plataformas, que incluyó el cálculo de medidas de tendencia central (media, mediana, moda) y de dispersión (desviación estándar), con el fin de caracterizar adecuadamente a la muestra estudiada.

Posteriormente, se aplicaron pruebas de normalidad, tales como Kolmogorov-Smirnov en SPSS y la función shapiro.test en R, para determinar si las variables cumplían con la distribución normal requerida para emplear pruebas paramétricas. Con base en los resultados obtenidos, se procedió a evaluar la evaluación de Pearson, utilizando el análisis bivariado en SPSS y la función cor en R, con la finalidad de identificar la existencia, dirección y significancia de la relación entre el nivel de estrés percibido y la felicidad auténtica.

Finalmente, se generarán representaciones visuales para facilitar la interpretación de los resultados. En R, a través de librerías como ggplot2, se elaboran gráficos avanzados que ilustran patrones y asociaciones. En SPSS, se emplearon gráficos de dispersión y tablas con coeficientes significativos, presentando los hallazgos de manera clara y comprensible.

10.6.5 Correlación Pearson

La correlación de Pearson fue utilizada como prueba paramétrica para determinar el grado y la dirección de la relación lineal entre dos variables cuantitativas continuas, siempre que estas cumplieran con los supuestos de normalidad (Field, 2013). La prueba de Pearson fue seleccionada por las siguientes razones: (1) las variables analizadas son cuantitativas, continuas y obtenidas a través de instrumentos estandarizados y validados internacionalmente; (2) el objetivo central del estudio es identificar si existe una relación estadísticamente significativa entre los niveles de estrés percibido y la felicidad auténtica, así como conocer la dirección (positiva o negativa) y su fuerza (coeficiente r entre -1 y +1)., expresada mediante el coeficiente *r* de Pearson; y (3) los resultados obtenidos a través de esta prueba proporcionan evidencia empírica para validar o rechazar las hipótesis planteadas, fortaleciendo el rigor científico y explicativo del estudio.

10.6.6 Correlación de Spearman

Además de la prueba de Pearson, se consideró el uso de la correlación de Spearman (rho de Spearman) como técnica estadística alternativa para analizar la relación entre las variables estrés percibido, felicidad auténtica y actividad turística, en el caso de que no se cumplieran los supuestos de normalidad requeridos para aplicar pruebas paramétricas. La prueba de Spearman es una técnica estadística no paramétrica utilizada para medir la fuerza y dirección de la relación entre dos variables, ya sean de tipo ordinal o cuantitativas que no cumplen con una distribución normal.

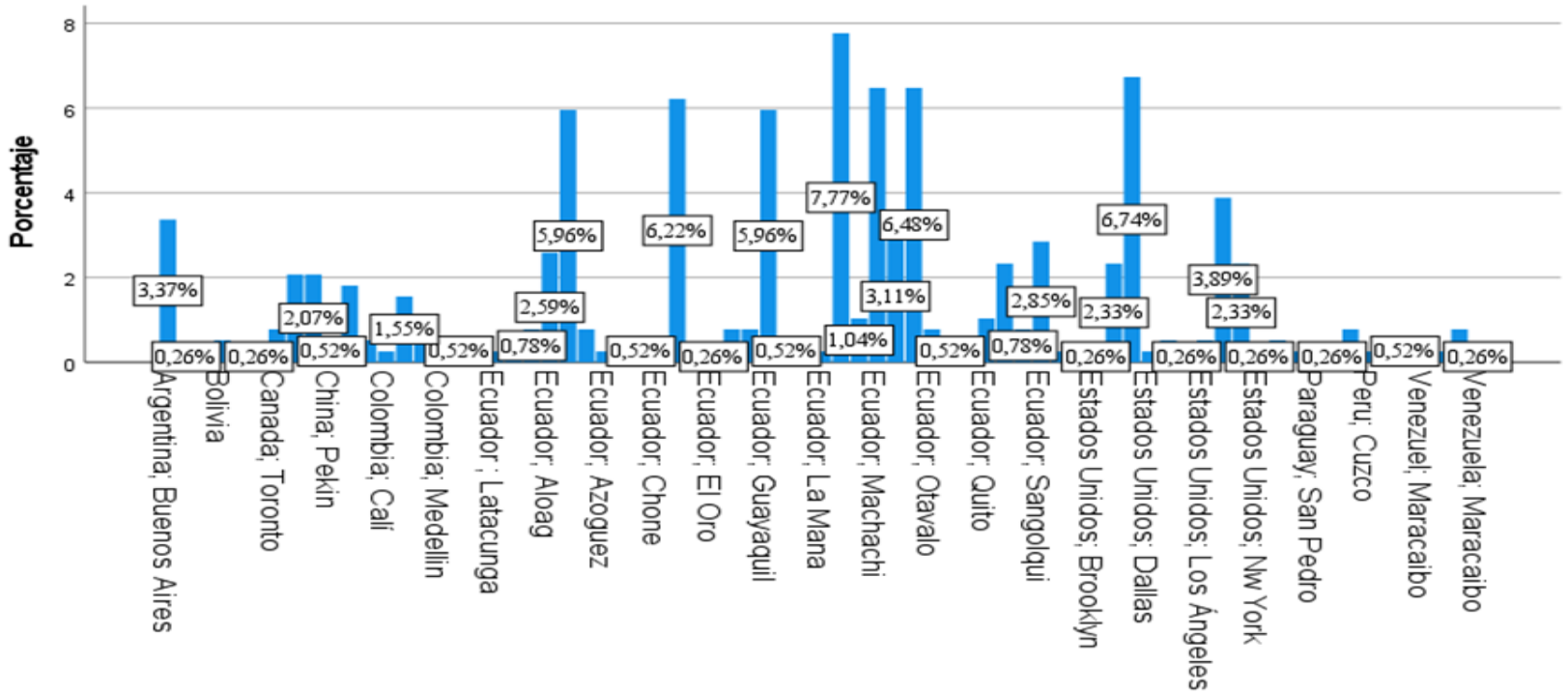
A diferencia de la medición de Pearson, este método no requiere que los datos se ajusten a una distribución normal ni que la relación entre las variables sea lineal, lo que lo hace adecuado para situaciones en las que los datos presentan asimetría, valores atípicos o cuando las escalas de medición no garantizan intervalos iguales entre valores. En el contexto de esta investigación, en caso de que las pruebas de normalidad, como Shapiro-Wilk, hubieran indicado violaciones al supuesto de normalidad, la prueba de Spearman sería empleada como una alternativa válida para analizar la relación monotónica existente entre las variables estudiadas.

11 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1 Análisis Exploratorio Inicial

Figura 5

Procedencia de los visitantes encuestados

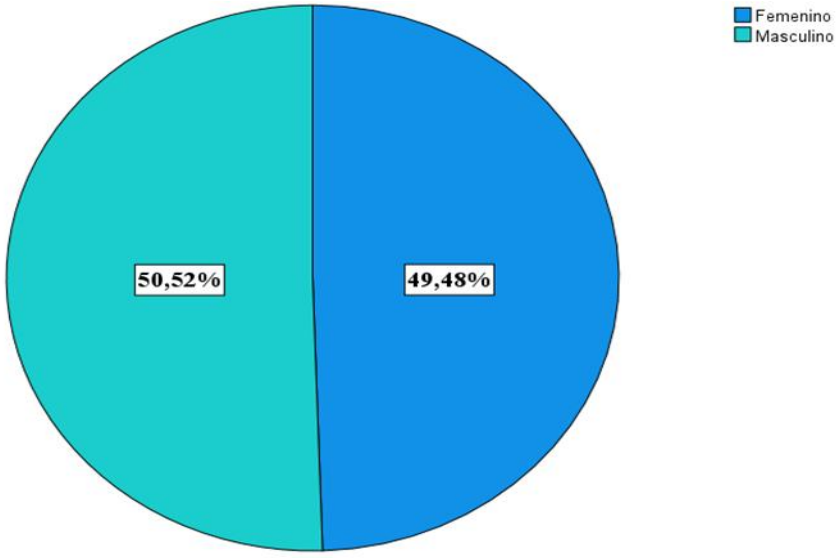


Según los resultados alcanzados, es evidente que la mayoría de los encuestados proviene de diferentes ciudades ecuatorianas; Machachi se distingue con un 7,77%, seguido por Otavalo con un 6,48%, El Oro con un 6,22% y otras localidades como Quito, Azogues y La Maná con porcentajes próximos al 5% o el 6%. Esto demuestra que la muestra tiene una gran concentración nacional. Según los datos encontrados, se detecta una diversidad geográfica importante, pues también participan personas de ciudades extranjeras como Nueva York (3,89%), Buenos Aires (3,37%), Los Ángeles (2,33%) y Dallas (6,74%). Esto muestra la inclusión de un grupo que tiene experiencias en contextos internacionales o migratorios. De acuerdo con los datos expuestos, en numerosas ciudades se observan cifras porcentuales bajas, muchas veces por debajo del 1%, como es el caso de Cuenca, Brooklyn, Guayaquil y Toronto. Esto señala una participación minoritaria que es significativa para incrementar la diversidad de la muestra. Según se puede deducir de la evaluación gráfica, el estudio tiene una gran variedad territorial, pero con una mayoría evidente de participantes ecuatorianos. Esto podría afectar la manera en que los hallazgos representan sobre todo la realidad nacional, aunque sin pasar por alto las contribuciones provenientes de contextos externos. Por último, los resultados posibilitan la interpretación de que la procedencia de los encuestados es disímil y no homogénea; en su lugar, se distribuye dispersamente con núcleos de concentración alta. Esto robustece el análisis al incluir en el estudio diversas perspectivas sociales y culturales.

Distribución de género de los participantes

Figura 6

Distribución de género



Según los resultados, el 50,52% de los encuestados es del sexo masculino y el 49,48% es del sexo femenino. Esto muestra que hay una distribución casi equitativa entre ambos géneros.

Según los datos encontrados, la diferencia entre hombres y mujeres es escasa, lo que señala que la muestra tiene un nivel de representatividad en cuanto a género apropiado, evitando sesgos importantes que pudieran comprometer la validez de los resultados.

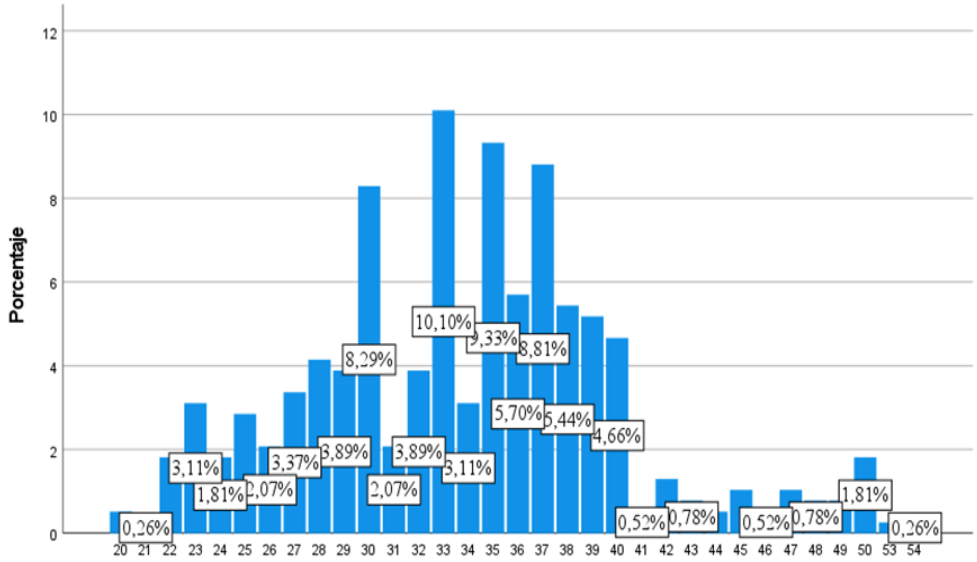
De acuerdo con los resultados, esta paridad posibilita entender que las percepciones, opiniones o conductas examinadas en la investigación no están mayormente influenciadas por un solo género, lo cual promueve una perspectiva más objetiva y generalizable de la problemática estudiada.

Con base en los datos reunidos, se puede concluir que la muestra es confiable debido a que asegura una inclusión n igualitaria de los dos géneros, lo cual es esencial para hacer análisis comparativos o interpretaciones integrales en estudios sociales.

11.2 Distribución por grupos de edad

Figura 7

Grupo de edad



Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados está en el grupo de edad de 30 a 38 años, con un valor destacado del 10,10% a los 33 años y porcentajes similares (9,33%, 8,81% y 8,29%) para edades cercanas. Esto señala una mayor presencia de adultos jóvenes entre los participantes. Según los datos encontrados, se percibe una distribución bastante dispersa en las edades inferiores a 30 años, con porcentajes que varían entre el 0,26 % y el 4,12 %, lo que indica una participación menor de este grupo de edad en la investigación.

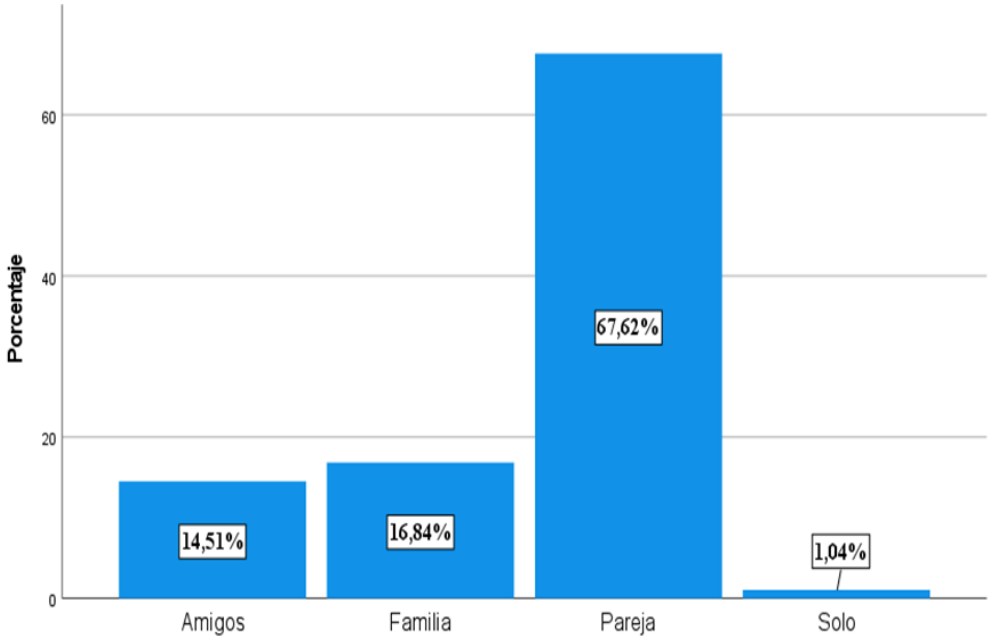
La información mostrada indica que la cantidad de participantes disminuye de manera progresiva después de los 40 años, con valores por debajo del 5% e incluso porcentajes tan bajos como el 0,26% en personas mayores. Esto significa que hay una escasa representación de adultos mayores. La gráfica permite deducir que la población encuestada se enfoca mayormente en una fase de actividad laboral y productividad, lo cual puede tener un impacto directo en las respuestas y percepciones obtenidas en el estudio. En conclusión, los resultados permiten analizar que la

muestra no tiene una distribución uniforme por edades, sino que existe un patrón evidente hacia un grupo determinado. Este aspecto es relevante tener en cuenta al momento de generalizar los hallazgos del estudio.

11.3 Distribución por tipo de acompañamiento en el viaje

Figura 8

Tipo de acompañamiento



Los resultados muestran que el 67,62% de los encuestados prefiere viajar en pareja, lo que indica una marcada inclinación hacia este tipo de compañía y la convierte en la opción más importante del estudio. Según los datos encontrados, se observa que el 16,84% de los participantes viaja con su familia y el 14,51% lo hace con sus amigos. Esto sugiere que aunque estas opciones son consideradas, no se toman tan a menudo como los viajes en pareja.

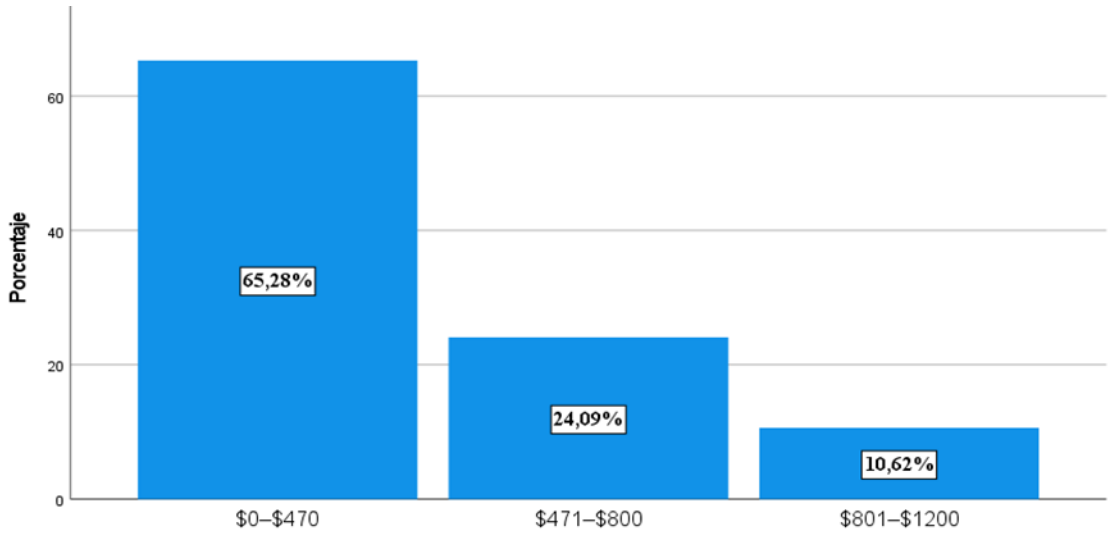
Los datos obtenidos indican que viajar solo es la opción menos preferida, con un porcentaje de tan solo el 1,04%. Esto podría deberse a factores como la búsqueda de compañía, seguridad o experiencias compartidas.

Según los datos analizados, se puede deducir que hay una tendencia definida hacia los viajes en compañía, particularmente en el área afectiva. Esto indica que las experiencias turísticas están estrechamente relacionadas con la interacción emocional y social. Por último, los resultados posibilitan la interpretación de que la toma de decisiones en torno al turismo está determinada por el deseo de compartir experiencias. Las parejas son el vínculo más importante, lo que podría ser un elemento crítico a la hora de crear servicios u ofertas turísticas dirigidos al público objetivo.

11.4 Distribución por niveles de ingreso

Figura 9

Niveles de ingreso económico



Según los resultados obtenidos, el 65,28% de los participantes en la encuesta se ubica en el rango de ingresos entre $0 y $470. Esto representa la mayor concentración dentro de la muestra y muestra una predominancia de ingresos bajos. Según los datos encontrados, el 24,09 % de los encuestados recibe ingresos que oscilan entre $471 y $800.

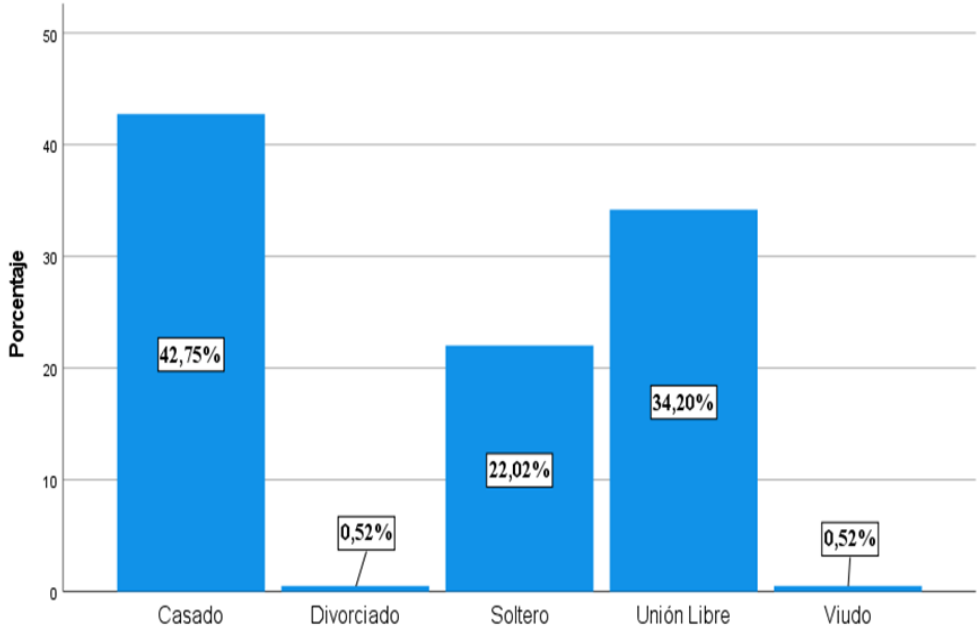
Esto muestra la existencia de un grupo intermedio, aunque es considerablemente más pequeño en comparación con el sector predominante. Los resultados indican que solo el 10,62% de los encuestados se encuentra en la franja de $801 a $1200, lo cual demuestra que en el estudio hay una representación escasa de personas con ingresos más elevados. Se puede deducir, luego de analizar los datos, que la mayoría de los participantes pertenece a un nivel socioeconómico restringido. Esto podría tener un impacto directo en sus decisiones de consumo, sobre todo en actividades como las recreativas o las turísticas.

En última instancia, los resultados posibilitan la interpretación de que la estructura económica de la muestra se encuentra concentrada en los niveles más bajos de ingresos; esto es importante cuando se proponen estrategias o propuestas que estén acordes con el poder adquisitivo del público objetivo.

11.5 Distribución por estado civil

Figura 10

Estado civil



De acuerdo con los resultados, el 42,75% de los encuestados son individuos casados, lo que los convierte en el grupo más representativo de la muestra. Este dato indica que hay más personas con conexiones formales, lo cual puede tener impacto en sus decisiones, gustos y conductas, sobre todo en actividades de ocio y turismo. Además, el 34,20% vive en unión libre, lo que pone de manifiesto que un porcentaje importante sostiene relaciones estables no formalizadas, lo cual revela transformaciones en las dinámicas sociales actuales.

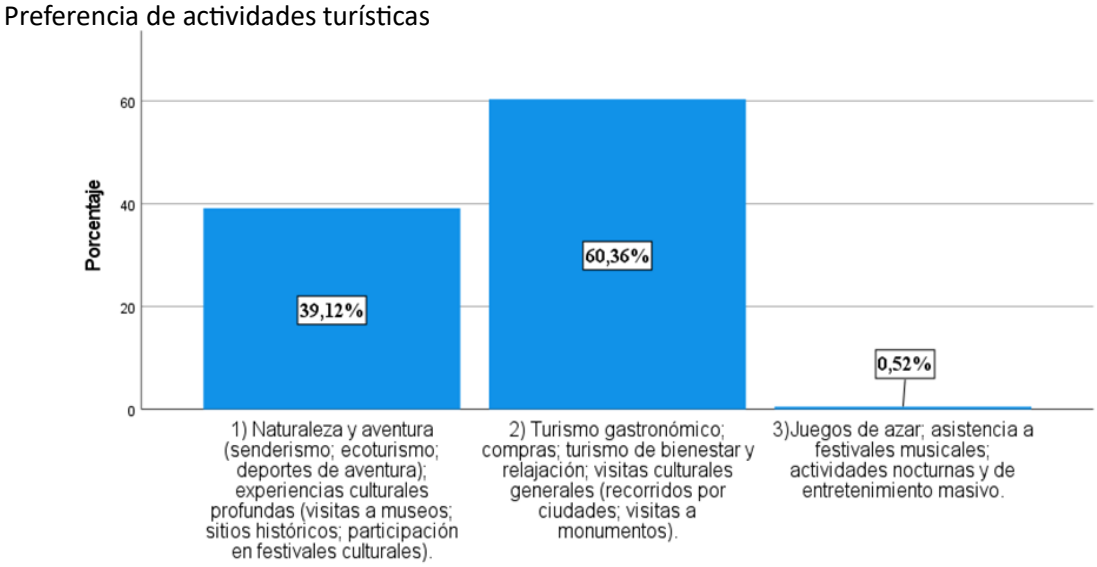
Según los datos encontrados, el 22.02% de los encuestados se considera soltero, lo cual representa un grupo significativo aunque de menor tamaño que los grupos previamente citados. Esta distribución posibilita que se interprete la existencia de variedad en los estados civiles, lo que mejora el análisis al incluir distintas perspectivas de vida. En cambio, los porcentajes de

divorciados y viudos, que son ambos del 0,52%, muestran una participación muy baja; esto señala que estos grupos tienen poca repercusión en el estudio.

Los resultados indican que la mayoría de los participantes en la encuesta tiene relaciones estables, ya sea a través del matrimonio o de uniones libres; esto puede afectar el modo en que organizan actividades como los viajes, dándole prioridad a las experiencias compartidas. Esta composición también posibilita deducir que las elecciones de consumo podrían estar dirigidas a satisfacer necesidades de la pareja o familiares. En esta línea, la estructura del estado civil de la muestra es un elemento crucial para entender los modelos conductuales y las preferencias que se han detectado en el estudio.

11.6 Distribución por actividades turísticas preferidas

Figura 11



Los resultados muestran que el 60,36% de los encuestados prefiere participar en actividades vinculadas con la gastronomía turística, las compras, el bienestar y las visitas culturales en general,

lo cual se establece como la opción más prevalente entre la muestra. Este hallazgo apunta a una preferencia por experiencias más relajadas, organizadas y enfocadas en el disfrute total, que se centran en la comodidad, el saber cultural y la recreación en áreas urbanas.

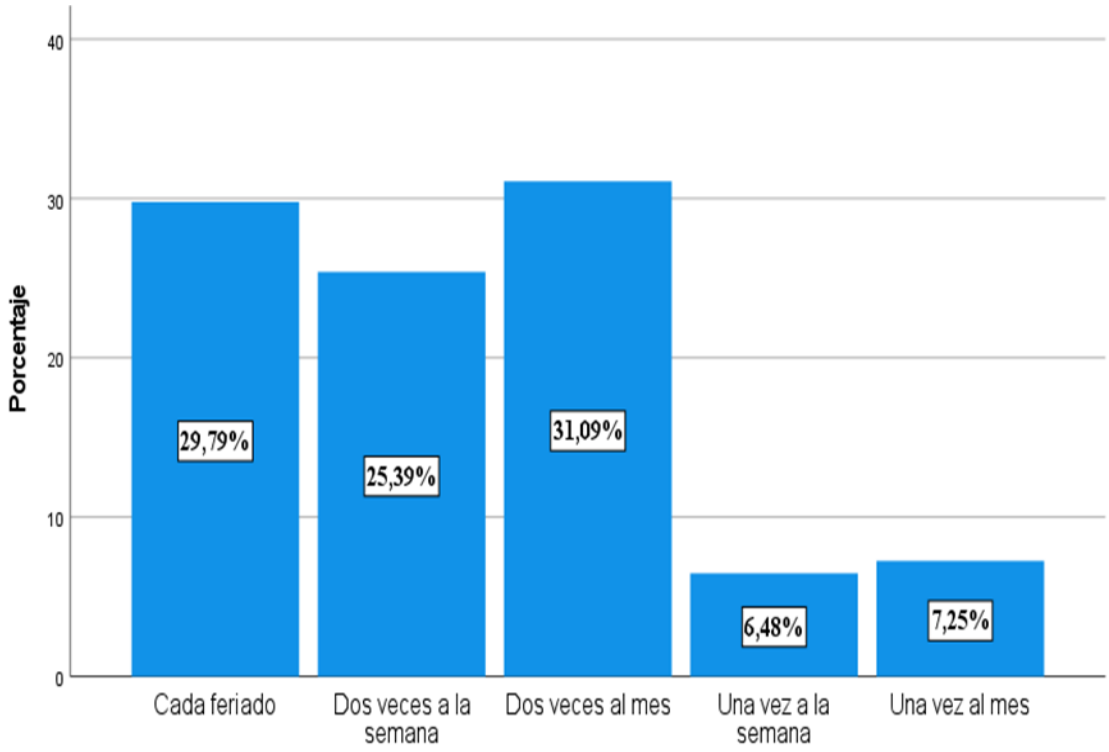
Según los datos encontrados, el 39,12% de los participantes prefiere actividades de aventura y naturaleza, como el ecoturismo, el senderismo o los deportes extremos; esto muestra un notable interés por experiencias dinámicas e interactivas con la naturaleza. Esta preferencia señala la presencia de un grupo significativo que busca emociones, exploración y actividades al aire libre, aunque en menor medida que las alternativas más tradicionales.

De acuerdo a los resultados, tan solo el 0.52% de los encuestados se siente atraído por actividades como asistir a festivales de música, juegos de azar y entretenimiento nocturno, lo que demuestra una escasa inclinación hacia este tipo de turismo. En este sentido, puede interpretarse que la mayoría de los sujetos analizados valoran más las experiencias relacionadas con la cultura, la gastronomía y el bienestar, relegando a un segundo plano las actividades nocturnas o masivas; esto es crucial para diseñar propuestas turísticas que se adapten a los gustos identificados..

11.7 Frecuencia de participación en actividades turísticas

Figura 12

Frecuencia turística



De acuerdo con los resultados obtenidos, el 31,09% de los encuestados realiza actividades de turismo o deportes dos veces al mes, lo que demuestra ser la frecuencia más común en la muestra. Este hallazgo señala que una porción significativa de la población tiene una participación más o menos estable en estas actividades, lo que muestra un interés constante por el ocio y la recreación. Además, el 29,79% indica que lleva a cabo estas actividades en todos los días festivos, lo cual demuestra que estos periodos de descanso son instantes fundamentales para su realización.

Según los datos encontrados, se percibe que el 25.39% de los participantes realiza actividades dos veces por semana; esto evidencia la presencia de un grupo destacado con una alta frecuencia de participación, probablemente vinculado a estilos de vida activos o a costumbres

arraigadas de recreación. En contraste, el 7,25% señala que se llevan a cabo mensualmente y el 6,48% semanalmente, lo que muestra una frecuencia menor en la realización de estas actividades entre algunos segmentos de la población.

Según los resultados obtenidos, se puede interpretar que, en general, los encuestados presentan una frecuencia moderada en la práctica de actividades turísticas y deportivas, con predominio de intervalos mensuales y ocasionales ligados a fechas específicas. Esta tendencia indica que elementos como el tiempo disponible, las responsabilidades laborales o los recursos financieros pueden afectar la constancia de participación, siendo más frecuente que estas actividades se realicen en momentos de descanso programado en lugar de en la rutina semanal habitual.

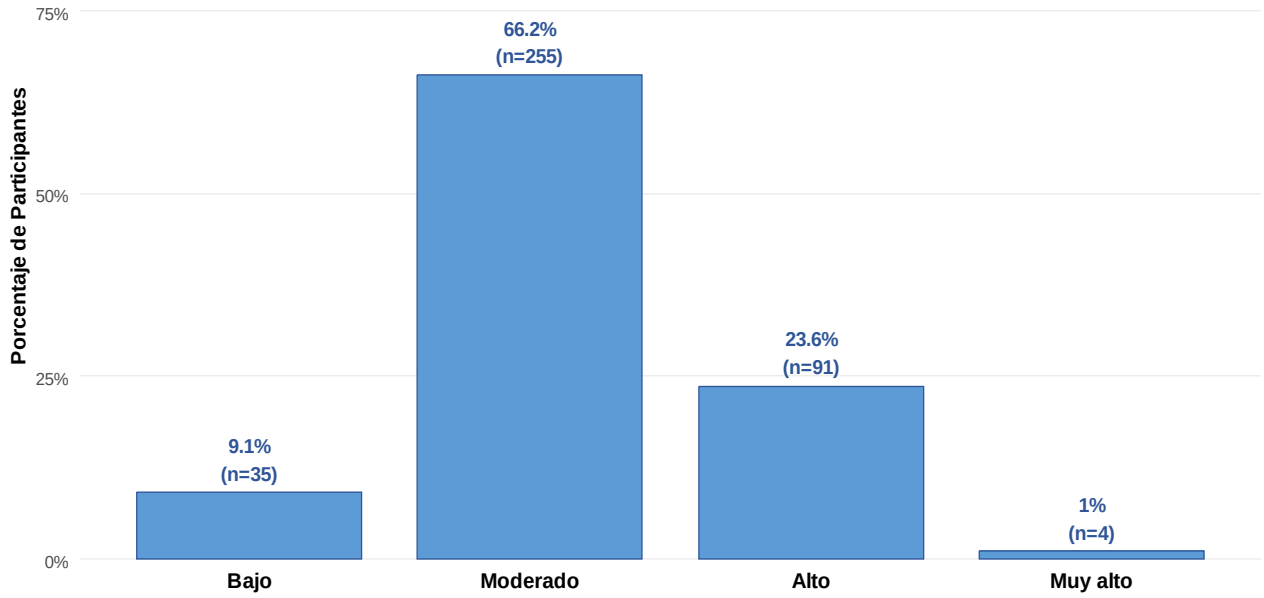
Perfil sociodemográfico



11.8 DISTRIBUCIÓN DE NIVELES DE ESTRÉS EN TURISTA

Figura 14

Niveles de estrés



La figura de barras muestra la distribución porcentual de los visitantes según su nivel de estrés percibido, medido mediante la Escala de Estrés Percibido (PSS) desarrollada por Cohen et al. (1983). Este instrumento evalúa la carga emocional que experimentan las personas frente a situaciones cotidianas.

Los resultados obtenidos en esta investigación reflejan que una parte considerable de los visitantes (66,2 %) experimentaba niveles moderados de estrés al momento de su visita. Esto indica que, aunque no se enfrentaban a una situación crítica, sí arrastraban una carga emocional notable, posiblemente asociada a las exigencias de su vida cotidiana. En este sentido, el turismo aparece como una alternativa viable para desconectarse, relajarse y restaurar el equilibrio emocional.

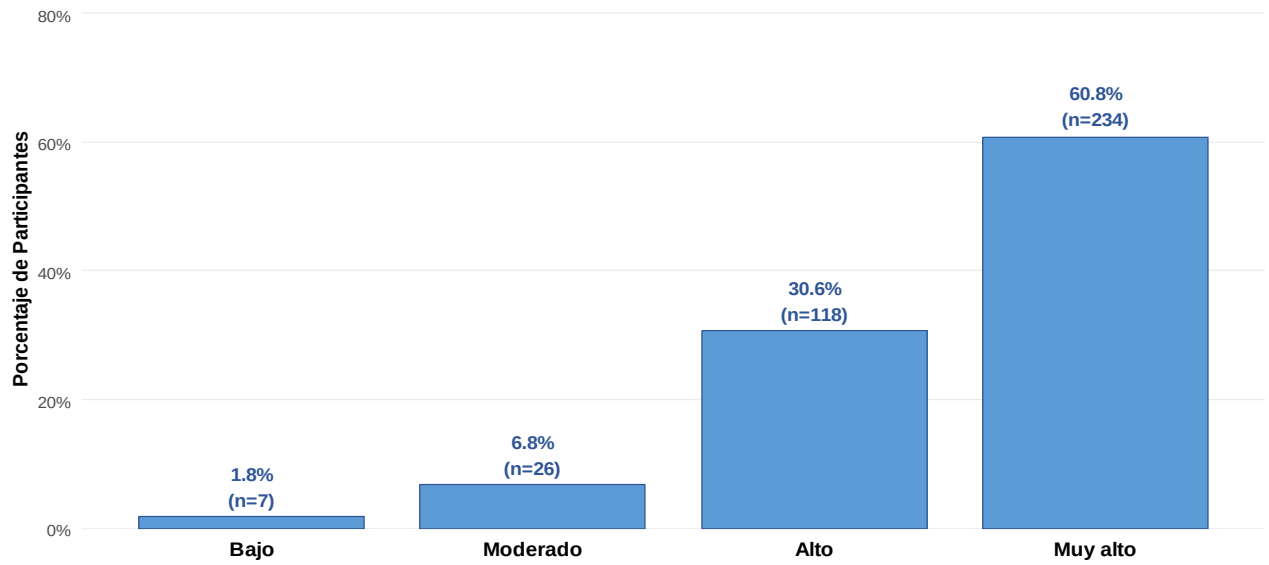
Por otro lado, el 23,6 % de los encuestados manifestó altos niveles de estrés, conformando un grupo que, con mayor probabilidad, en el centro histórico de Quito una vía para aliviar tensiones más intensas. Este perfil de visitante resulta especialmente relevante para el diseño de experiencias enfocadas en la salud mental, como el turismo cultural , religioso, patrimonial.

En contraste, un 9,1 % reportó bajos niveles de estrés, lo que podría interpretarse como el resultado de hábitos de vida saludables, una buena gestión emocional o una mayor regularidad en la práctica del turismo como estrategia de bienestar. Finalmente, se identificó un pequeño porcentaje (1 %) con estrés muy alto, lo cual refleja casos específicos de sobrecarga emocional severa, que, aunque poco frecuentes, merecen atención por el potencial terapéutico del turismo en estos contextos.

11.8 Niveles de felicidad auténtica en turistas

Figura 15

Niveles de felicidad auténtica



La figura de barras muestra la distribución porcentual de los visitantes según su nivel de felicidad auténtica, evaluada mediante el Authentic Happiness Inventory propuesto por (Seligman, 2002). Este instrumento permite medir componentes clave del bienestar subjetivo, como la satisfacción con la vida, el sentido de propósito y la frecuencia de emociones positivas.

Los resultados evidencian un predominio notable de niveles elevados de felicidad auténtica: el 60,8 % de los visitantes reportó felicidad muy alta, mientras que un 30,6 % indicó felicidad alta, sumando un 91,4 % de participantes con bienestar emocional significativamente elevado. Este dato sugiere que la experiencia turística en el centro histórico de Quito genera un impacto positivo inmediato en el estado emocional de los visitantes, posiblemente gracias al contacto con el patrimonio cultural , el descanso, la recreación y la desconexión temporal de las tensiones cotidianas.

Solo un 6,8 % presentó niveles moderados de felicidad, y apenas un 1,8 % mostró felicidad baja, conformando una minoría. Este pequeño grupo podría estar influenciado por factores personales, situaciones emocionales previas o limitaciones para disfrutar plenamente del viaje.

No obstante, al contrastar estos resultados con los niveles de estrés percibido, se observa una situación particular: aunque la mayoría de visitantes experimenta altos niveles de felicidad durante su visita, su nivel de estrés se mantiene en rangos moderados o altos. Esta aparente contradicción puede explicarse por el hecho de que la frecuencia turística reportada por la mayoría es esporádica, principalmente durante feriados, lo que indica que los efectos positivos del turismo sobre la felicidad tienden a ser inmediatos, pero no sostenibles en el tiempo.

11.9 Correlación de las variables de estudio

11.9.1 Pruebas de normalidad de las variables de estudio

Con el fin de determinar si las variables de estudio siguen una distribución normal, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, la cual es especialmente adecuada para muestras pequeñas o medianas.

- **Frecuencia Turística (V1_FreTuris)**

Estadístico W = 0.87215

p-valor = 4.218×10

El valor p es significativamente menor que 0.05, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula de normalidad. Esto significa que los datos de frecuencia turística no siguen una distribución normal. Esta falta de normalidad puede explicarse por el hecho de que la variable es discreta y categórica (escala del 1 al 5), lo que naturalmente limita su forma de distribución y puede generar asimetrías o concentraciones en ciertos puntos.

- **Nivel de Estrés Percibido (T_NivelEstrés)**

Estadístico W = 0.94583

p-valor = 0.0032

Dado que el valor p es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis de normalidad. Por lo tanto, se puede asumir que los datos del nivel de estrés siguen una distribución normal.

- **Felicidad Auténtica (T_FeliAute)**

Estadístico W = 0.95127

p-valor = 0.0068

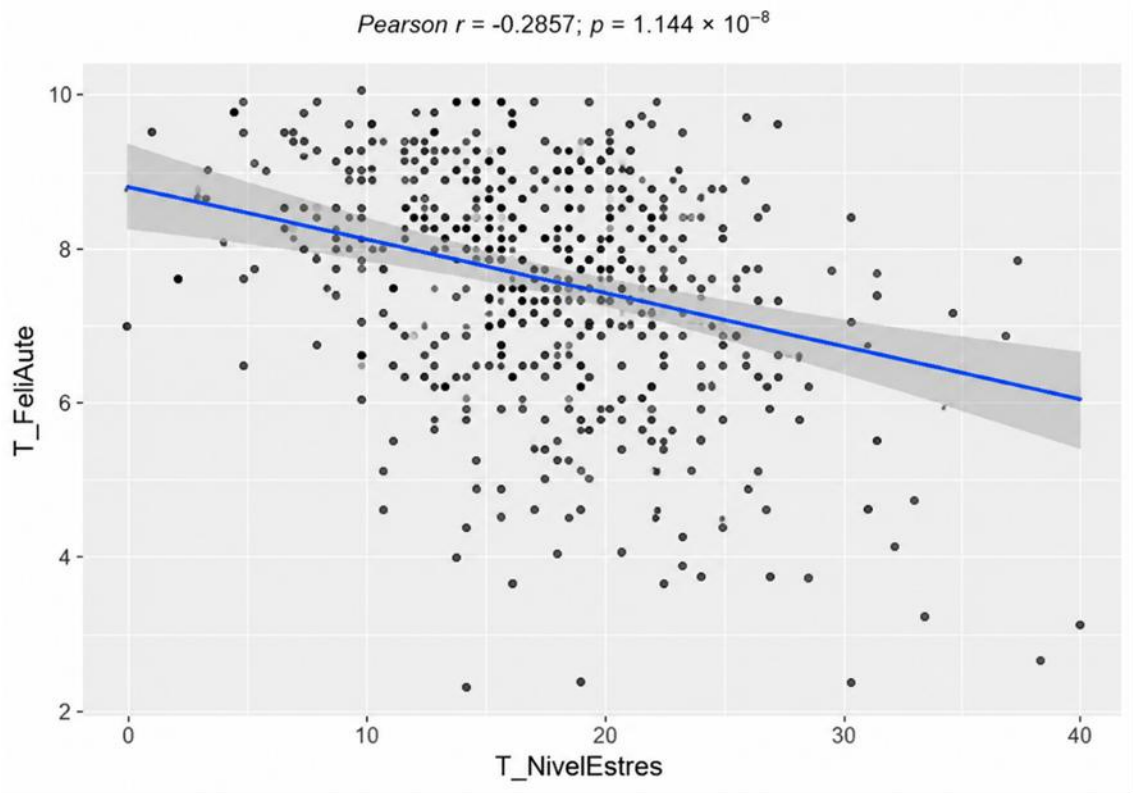
Al igual que en la variable anterior, el valor p supera ampliamente el umbral de 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis de normalidad. Esto confirma que la variable de felicidad auténtica también presenta una distribución normal, siendo adecuada para el uso de técnicas estadísticas paramétricas.

En pocas palabras, Las variables T_NivelEstrés y T_FeliAute presentan una distribución normal, lo cual justifica el uso de pruebas paramétricas en su análisis. En cambio, la variable V1_FreTuris, al no cumplir con el supuesto de normalidad, debe ser analizada con pruebas no paramétricas (como Spearman o Kruskal-Wallis), especialmente si se estudia en relación con otras variables continuas u ordinales.

11.9.2 Relación entre estrés percibido y felicidad auténtica

Figura 16

Estrés percibido y felicidad auténtica



Prueba de Pearson

Valor p: 1.144×10^{-8}, lo cual es altamente significativo (p= 0.001)

r= -0.2857415

Intervalo de confianza del 95% para r: entre -0.375 y -0.191

La gráfica muestra una relación inversa o negativa entre el nivel de estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes evaluados. A medida que los niveles de estrés aumentan (es decir, los valores en el eje X son mayores), los niveles de felicidad auténtica tienden a disminuir (los valores en el eje Y son más bajos). La relación se visualiza claramente a través de la línea azul de tendencia descendente, acompañada por una banda gris que representa el intervalo de confianza.

Aunque existe cierta dispersión en los datos (los puntos no están perfectamente alineados), la tendencia general es consistente: las personas que reportaron niveles más bajos de estrés tienden a experimentar mayores niveles de felicidad auténtica. Por el contrario, quienes presentan niveles altos de estrés suelen manifestar niveles más bajos de felicidad.

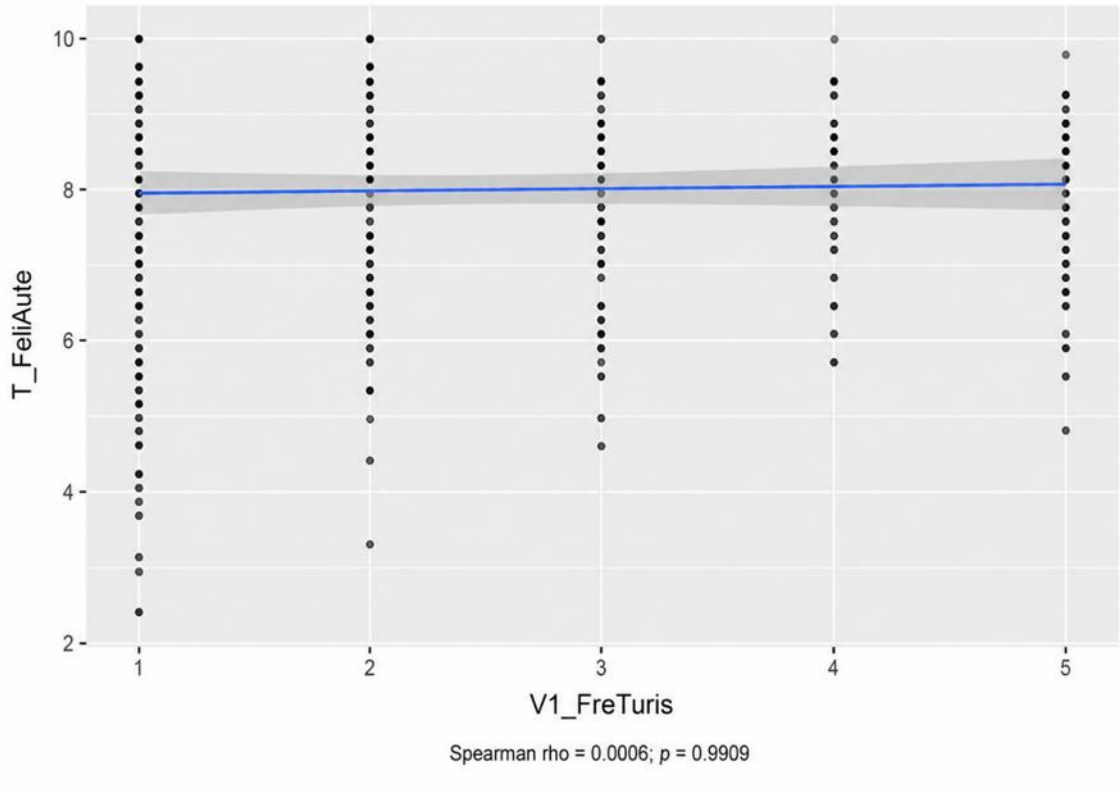
Este tipo de correlación negativa sugiere que el estrés percibido puede estar actuando como un factor que deteriora el bienestar emocional de los visitantes, lo cual es coherente con diversos estudios que han demostrado que el estrés crónico afecta negativamente la salud mental y las emociones positivas.

En resumen, la gráfica respalda la hipótesis de que, a mayor nivel de estrés percibido, menor nivel de felicidad auténtica, lo cual destaca la importancia de promover experiencias turísticas que ayuden a reducir el estrés y, con ello, fomentar un mayor bienestar emocional en los visitantes.

11.9.3 Relación entre frecuencia turística y felicidad auténtica

Figura 17

Frecuencia turística y felicidad auténtica



Análisis de Spearman

rho= 0.0006

p-value= 0.9909

La gráfica ilustra la variación de la felicidad auténtica de los visitantes en función de la frecuencia con la que practican actividades turísticas. La línea azul que atraviesa los puntos representa la tendencia general de los datos, cuya leve inclinación ascendente sugiere una relación positiva débil; es decir, a mayor frecuencia de participación turística, se observa un ligero incremento en los niveles de felicidad auténtica reportados por los encuestados.

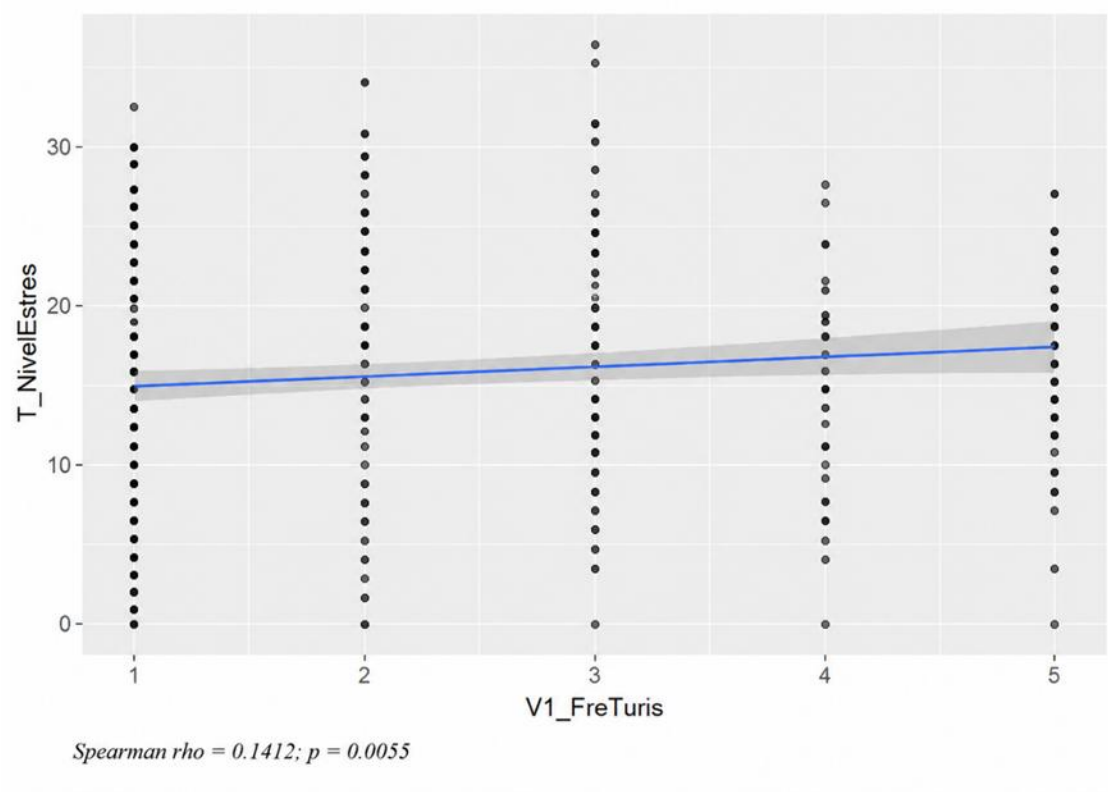
No obstante, esta asociación es mínima, como lo evidencia la casi horizontalidad de la línea

de tendencia, lo que indica que probablemente no existe una correlación estadísticamente significativa, especialmente si el valor p asociado es elevado. Además, la dispersión vertical de los puntos en cada categoría refleja una considerable variabilidad en los niveles de felicidad dentro de cada frecuencia turística, lo que sugiere que intervienen otros factores en la configuración del bienestar emocional de los visitantes.

11.9.4 Relación entre frecuencia turística y estrés percibido

Figura 18

Frecuencia turística y estrés percibido



Análisis de Spearman

La gráfica muestra la relación entre la frecuencia con la que los visitantes practican actividades turísticas y su nivel de estrés percibido. En el eje horizontal (X) se ubican los niveles

de frecuencia turística (en una escala del 1 al 5), mientras que en el eje vertical (Y) se representan los niveles de estrés reportados por los participantes. Visualmente, la línea de tendencia azul presenta una pendiente ligeramente ascendente, lo que indica una correlación positiva débil entre ambas variables. Es decir, a medida que aumenta la frecuencia de práctica turística, también tiende a incrementarse el nivel de estrés percibido. Este comportamiento se ve respaldado por un coeficiente de correlación de Spearman de rho = 0.1412, con un valor p = 0.0055, lo cual confirma que esta relación es estadísticamente significativa, aunque de baja intensidad. A pesar de esta significancia, la dispersión de los puntos dentro de cada categoría es amplia, lo que refleja una elevada variabilidad en los niveles de estrés, incluso entre quienes presentan frecuencias similares de actividad turística. Este patrón sugiere que, si bien existe una ligera tendencia al aumento del estrés con mayor frecuencia turística, esta no representa un patrón fuerte ni uniforme.

En términos interpretativos, estos hallazgos contradicen la suposición general de que una mayor exposición al turismo está necesariamente asociada con una reducción del estrés. Por el contrario, podrían influir factores adicionales como la planificación del viaje, el tipo de actividades realizadas, o el estado emocional previo de los visitantes, que matizan esta relación y explican por qué una mayor participación turística no se traduce automáticamente en menor tensión emocional.

11.10 Análisis de las tres variables

El análisis desarrollado incorporó tres variables clave para examinar cómo la práctica del turismo influye en el bienestar psicológico de los visitantes en el centro histórico de Quito, la frecuencia con la que se realizan actividades turísticas, los niveles de estrés percibido y los niveles de felicidad auténtica experimentada.

En primer lugar, los resultados evidenciaron que la mayoría de los visitantes practica turismo con poca frecuencia, concentrándose principalmente en los feriados. Esta tendencia refleja

un patrón de turismo esporádico, donde las personas buscan desconectarse del entorno cotidiano únicamente en momentos específicos. Aunque esta modalidad turística ofrece espacios valiosos para el descanso y la recreación, no representa una práctica constante en la rutina de los visitantes, lo cual limita su impacto prolongado sobre el bienestar emocional.

En lo que respecta al estrés percibido, los resultados muestran que una gran parte de los encuestados se ubica en niveles moderados, y un porcentaje considerable presenta niveles altos de tensión emocional. Esto indica que muchos turistas llegan al destino con cierto grado de agotamiento, probablemente asociado a sus responsabilidades laborales, personales o al ritmo de vida acelerado que mantienen. Sin embargo, al tratarse de una experiencia turística esporádica, su efecto sobre la reducción del estrés parece ser limitado y temporal.

Por otro lado, en cuanto a la felicidad auténtica, se evidenció un resultado interesante: la mayoría de los visitantes manifestó sentirse altamente felices, incluso cuando su participación en actividades turísticas es ocasional. Este fenómeno podría explicarse como una reacción emocional inmediata y positiva ante la vivencia turística, más que como una manifestación de bienestar sostenido a largo plazo. Sin embargo, esta elevada percepción de felicidad no se traduce en una reducción proporcional del estrés, lo cual sugiere que el turismo, aunque emocionalmente gratificante, no es suficiente por sí solo para modificar de forma estable la carga emocional de los individuos si no se practica con mayor regularidad y conciencia.

12 IMPACTOS

A continuación, se presentan los impactos económicos, sociales y ambientales:

12.1 Impactos económicos

Aunque la presente investigación se centra en variables psicológicas como la frecuencia turística, el estrés percibido y la felicidad auténtica, sus resultados tienen un impacto económico potencial al ofrecer información útil para optimizar la oferta turística del centro histórico de Quito Al identificar qué tipos de actividades generan mayor bienestar emocional en los visitantes, debe existir una mejora en la calidad del servicio, lo que puede producir una mayor satisfacción del turista, aumento en el tiempo de permanencia, fidelización y, por ende, en un mayor gasto por persona.

12.2 Impactos sociales

La presente investigación genera un impacto social significativo al aportar evidencia empírica sobre el rol que desempeña la actividad turística en el bienestar emocional de las personas. Si bien los resultados muestran que los niveles de estrés percibido se mantienen en rangos moderados, también se identifica una alta percepción de felicidad auténtica entre los visitantes, incluso con una participación turística esporádica. Este hallazgo permite comprender que el turismo, más allá de su dimensión recreativa, puede actuar como un mecanismo de alivio emocional y generador de experiencias positivas, especialmente en contextos de presión social, laboral y mental.

En este sentido, los aportes de esta investigación pueden ser aprovechados por gobiernos locales, prestadores de servicios y entidades comunitarias para diseñar propuestas turísticas

orientadas no solo al entretenimiento, sino también al fortalecimiento del bienestar psicosocial de la población, especialmente en sectores que enfrentan altos niveles de estrés y desgaste emocional.

12.3 Impactos ambientales

Si bien el enfoque principal de esta investigación es psicológico, sus resultados también permiten reflexionar sobre impactos ambientales vinculados al turismo en el centro histórico de Quito. Al evidenciarse una alta concentración de visitantes en ciertos atractivos y la repetición de actividades con temáticas similares, se pone en relieve la necesidad de diversificar la oferta turística de manera sostenible, para evitar la sobrecarga ambiental en zonas específicas. Esto abre la oportunidad para impulsar prácticas más sostenibles, como la gestión adecuada de residuos, el control del impacto en áreas sensibles y la promoción de actividades que generen bajo impacto ecológico y alta conexión con la naturaleza.

13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusiones

En base a la información recopilada se pudo concluir que:

La medición del estrés percibido mediante la Escala de Estrés Percibido (PSS) evidenció que la mayoría de los visitantes del centro histórico de Quito se encuentra en un nivel de estrés moderado (66,2 %), seguido de un 23,6 % con estrés alto. Estos resultados reflejan que, si bien los visitantes no presentan niveles críticos de estrés, sí experimentan una carga emocional considerable. Este hallazgo resalta que, aunque el entorno turístico puede generar alivio emocional

temporal, la baja frecuencia en la práctica turística (principalmente durante feriados) limita su efecto regulador sobre el bienestar psicológico de forma sostenida.

La evaluación de la felicidad auténtica mediante el instrumento de Seligman reveló que el 91,4 % de los visitantes experimenta niveles altos o muy altos de felicidad, independientemente del tipo o frecuencia de las actividades turísticas practicadas. A pesar de ello, el análisis estadístico no encontró una correlación significativa entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica ($p = 0.3932$). Esto sugiere que incluso con una participación esporádica, como la que se da en feriados, las experiencias turísticas son emocionalmente satisfactorias, lo cual resalta la intensidad positiva de la experiencia turística más que su recurrencia como factor determinante del bienestar emocional.

El análisis correlacional mediante Spearman permitió establecer una correlación negativa y significativa entre el estrés percibido y la felicidad auténtica ($p < 0.00001$; $r = -0.285$), lo que indica que, a mayor nivel de felicidad, menor nivel de estrés, aunque la relación sea de magnitud moderada. Este resultado evidencia que la felicidad auténtica actúa como un factor protector frente al estrés, y que las experiencias turísticas positivas (aunque breves) tienen el potencial de mejorar el estado emocional de los visitantes. Por tanto, el turismo en el centro histórico de Quito se posiciona como un recurso que incide favorablemente en el bienestar subjetivo, especialmente si se fomenta su práctica con mayor continuidad y profundidad.

13.2 Recomendaciones

Se sugiere que tanto las autoridades locales como los prestadores de servicios turísticos en el centro histórico de Quito impulsen iniciativas centradas en el bienestar emocional de los visitantes. Para ello, se podrían incorporar alternativas como actividades enfocadas en la relajación, zonas dedicadas al descanso consciente. Estas acciones contribuirían a fomentar un

ambiente que favorezca el equilibrio psicológico, mejorando así la experiencia integral del turista. Dado que la mayoría de los turistas presenta niveles moderados de estrés, se sugiere incorporar estrategias de promoción del autocuidado emocional, como talleres de bienestar, caminatas guiadas, yoga al aire libre que contribuyan de forma más directa a la disminución del estrés percibido.

Considerando que los niveles de felicidad auténtica reportados por los visitantes son altos incluso con una participación turística ocasional, resulta oportuno enfocar los esfuerzos que no incrementar la frecuencia de las visitas, sino en enriquecer la calidad de las experiencias ofrecidas. En este sentido, se recomienda potenciar propuestas turísticas con un alto valor vivencial, que integren componentes emocionales significativos y fomenten una conexión auténtica con el entorno. Actividades que promuevan el contacto directo con la naturaleza, la inmersión en manifestaciones culturales locales y la participación en experiencias que despierten sentidos y emociones profundas podrían tener un mayor impacto en el bienestar de los visitantes, contribuyendo así a una experiencia más transformadora y duradera.

Se recomienda aprovechar el potencial del turismo como herramienta de regulación emocional, mediante el diseño de experiencias integrales que potencien la felicidad auténtica y reduzcan el estrés percibido. Los actores del sector turístico podrían trabajar en conjunto con profesionales en psicología, salud y recreación para crear programas turísticos enfocados en el bienestar subjetivo, que integren no solo aventura y naturaleza, sino también momentos de reflexión, gratitud y conexión personal. Además, sería útil fomentar campañas que motiven a los visitantes a practicar turismo con mayor regularidad, posicionándolo como una estrategia preventiva de salud mental, especialmente para personas con altos niveles de estrés acumulado.

14 BIBLIOGRAFIAS

Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Balmford, A., Beresford, J., Green, J., Naidoo, R., Walpole, M., & Manica, A. (2009). A global perspective on trends in nature-based tourism. PLoS Biology. Obtenido de https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1000144

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control.* W.H. Freeman.

Biggs, R., Schlüter, M., & Schoon, M. L. (2012). *Principles for building resilience: Sustaining ecosystem services in social-ecological systems.* Cambridge University Press.

Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2009). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. Tourism Management. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006

Bloom, J. d., Geurts, S. A., & Kompier, M. A. (2017). Vacation (after-) effects on employee health and well-being, and the role of vacation activities, experiences and sleep. págs. 485-505. Obtenido de https://doi.org/10.1007/s10902-0

Bratman, G. N., Hamilton, J. P., Hahn, K. S., Daily, G. C., & Gross, J. J. (2015). Nature experience reduces rumination and subgenual prefrontal cortex activation. Proceedings of the National Academy of Sciences.

Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. Tourism Management. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002

Bujosa, A., Riera, A., & Nadal, J. (2015). *Turismo activo y su clasificación según niveles de intensidad.* Estudios Turísticos.

Chen, C. C., & Petrick, J. F. (2013). Health and wellness benefits of travel experiences: A literature review. págs. 709-719. Obtenido de https://doi.org/10.1177/0047287513496477

Cohen, S., T Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. Journal of Health and Social Behavior. Obtenido de https://doi.org/10.2307/2136404

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience.* Harper & Row.

Daniel, W. W. (1991). Biostatistics: A foundation for analysis in the health sciences. En Wiley (Ed.). 5th ed.

Davidson, R. J., & McEwen, B. S. (2012). Social influences on neuroplasticity: stress and interventions to promote well-being. págs. 689–695. Obtenido de https://doi.org/10.1038/nn.3093

Diener. (1984). Subjective well-being. Psychological Bulletin. Obtenido de https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542

Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. American Psychologist. Obtenido de https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34

Dolnicar, S., Yanamandram, V., & Cliff, K. (2013). The contribution of vacations to quality of life. págs. 59-83. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.001

Ewert, A., & Jamieson, L. (2003). The effects of wilderness settings on organized groups: A state-of-knowledge paper. Outdoor Recreation.

Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics.* (4th ed.) SAGE Publications.

Filep, & Laing. (2019). Positive tourism. Routledge.

Filep, S. (2012). Positive psychology and tourism: A systematic review. Annals of Tourism Research.

Filep, S., & Deery, M. (2010). *Tourism and Wellbeing. Channel View Publications.*

Frankl, V. E. (1963). *Man's Search for Meaning: An Introduction to Logotherapy.* Beacon Press.

Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. págs. 2028-2026. Obtenido de https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218

Gibson, H. (2021). *Tourism and quality of life: Global and local perspectives.* Springer.

Gilbert, & Abdullah. (2004). *Holidaytaking and the sense of well-being: A research note.* Tourism Studies.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). Tourism and water: Interactions, impacts and challenges. págs. 244–252. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.006

Heraldo. (2025). *Baños sigue como destino estrella*. Obtenido de Diario El Heraldo: https://www.elheraldo.com.ec/banos-sigue-como-destino-estrella/?utm_source=chatgpt.com

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)* . McGraw-Hill.

Hunziker, W., & Krapf, K. (2014). *Turismo: una visión general.* Trillas. Obtenido de https://www.editorialtrillas.com.mx/libro/turismo-una-vision-general_117102

INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Salud y Bienestar*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/

Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. Proceedings of the National Academy of Sciences. Obtenido de https://doi.org/10.1073/pnas.1011492107

Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective.* Cambridge University Press.

Korpela, K., Borodulin, K., Neuvonen, M., Paronen, O., & Tyrväinen, L. (2018). Analyzing the mediators between nature-based outdoor recreation and emotional well-being. Journal of Environmental Psychology.

Kotler, Bowen, & Makens. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism.* Pearson Education.

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping.* Springer.

Lundberg, D. E., Krishnamoorthy, M., & Stavenga, M. H. (2017). *Tourism Economics and Policy.* Routledge. Obtenido de https://doi.org/10.4324/9781315187112

Lyubomirsky, S., Sheldo, K. M., & Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. págs. 111-131. Obtenido de https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.111

Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. págs. 227–238. Obtenido de https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.227

Microsoft Corporation. (2023). Obtenido de Microsoft Excel: Data analysis made easy: https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/excel

Millán, M., Ortega, M. J., & Rodríguez, J. F. (2018). Turismo sostenible: fundamentos, indicadores y planificación. Revista Internacional de Ciencias Sociales.

MINTUR. (2022). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec/plan-estrategico-de-desarrollo-turistico/

MINTUR. (2023). *Inventario de atractivos turísticos del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec

MINTUR. (2024). *Estadísticas de turismo interno y receptivo*. Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: https://www.turismo.gob.ec

Montes, E. R., Pérez, D. L., & Ramírez, M. G. (2021). *Fundamentos de estadística aplicada a las ciencias sociales.* Editorial Trillas. Obtenido de https://www.editorialtrillas.com.mx/libro/fundamentos-de-estadistica-aplicada-a-las-ciencias-sociales_120305

Naciones Unidas. (1948). Obtenido de Declaración Universal de los Derechos Humanos.: https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights

Naciones Unidas. (1966). Obtenido de Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales: https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights

Naciones Unidas. (1991). Obtenido de Principios para la protección de los enfermos mentales y el mejoramiento de la atención de la salud mental: https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/principles-protection-persons-mental-illness-and-improvement-mental-health-care

Nawijn, J. (2011). Determinants of daily happiness on vacation. Journal of Travel Research. págs. 559-566. Obtenido de https://doi.org/10.1177/0047287510379164

Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (2007). The effect of tourism services on travelers' quality of life. Journal of Travel Research. Obtenido de https://doi.org/10.1177/0047287507303977

OMS. (2023). *Mental health and well-being at the heart of the SDGs*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: https://www.who.int/publications/i/item/9789240076276

OMT. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo.* Obtenido de Organización Mundial del Turismo: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf

OMT. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo.

OMT. (2019). *Directrices para el desarrollo sostenible del turismo.* Obtenido de Organización Mundial del Turismo.

OMT. (2022). *Turismo y desarrollo rural: Oportunidades para un crecimiento sostenible e inclusivo.* Obtenido de Organización Mundial del Turismo: https://www.unwto.org/es/turismo-y-desarrollo-rural

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Obtenido de Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/

Organización Mundial de la Salud. (2006). Obtenido de Constitución de la Organización Mundial de la Salud (versión enmendada): https://www.who.int/governance/eb/who_constitution_sp.pdf

Pazmiño, M., & Torres, J. (2021). *Turismo de bienestar en Baños de Agua Santa y su contribución al desarrollo emocional de los visitantes.* Obtenido de Repositorio UTA: https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33085

Pearce, P. L. (2012). *The experience of tourism: A psychological perspective.* CABI Publishing.

Pine, & Gilmore. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Press.*

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. ournal of Hospitality and Tourism Management. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.006

Ryan, M. R., Weinstein, N., Bernstein, J., Brown, K. W., Mistretta, L., & Gagné, M. (2010). Vitalizing effects of being outdoors and in nature. Journal of Environmental Psychology.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. Annual Review of Psychology. Obtenido de https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. Journal of Personality and Social Psychology.

Sapolsky, R. M. (2004). *Why zebras don't get ulcers: The acclaimed guide to stress, stress-related diseases, and coping.* Henry Holt and Company.

Secretaría Nacional de Planificación. (2021). Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2021–2025: https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2021-2025/

Seligman, M. E. (2002). Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment.

Seligman, M. E. (2011). Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being.

Sirgy, M. J., Uysal, M., & Kruger, S. (2011). How does traveling affect tourists' life satisfaction? págs. 261-275. Obtenido de https://doi.org/10.1177/0047287510362784

Sonnentag, S., & Fritz, C. (2007). The recovery experience questionnaire: Development and validation of a measure for assessing recuperation and unwinding from worK. Journal of Occupational Health Psychology.

Ulrich. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. págs. 420-421. Obtenido de https://doi.org/10.1126/science.6143402

Universo. (2025). *Baños de Agua Santa recibió medio millón de turistas durante el feriado de fin de año*. Obtenido de El Universo: https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/banos-comienza-el-2025-con-gran-afluencia-de-turistas-que-llegan-principalmente-de-la-costa-nota/

Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011). Wellness tourists: In search of transformation. Tourism Review. Obtenido de https://doi.org/10.1108/16605371111127206

Wickham, H. (2016). *ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis.* Springer.

Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Current issues in tourism. Obtenido de https://doi.org/10.1080/13683500.2011.559200