



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD
AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA,
PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS
DE**

AGUA SANTA”

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de

Licenciada en Turismo

Autora:

Campués Villafuerte María Sofía

Tutor:

Sampedro Arrieta Milton Alberto

LATACUNGA - ECUADOR

Julio 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Campués Villafuerte María Sofía, con cédula de ciudadanía No. 1725205627, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”**, siendo el Ingeniero Mgs. Milton Alberto Sampedro Arrieta, 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, 25 de julio del 2025



María Sofía Campués Villafuerte
C.C: 1725205627
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 **CAMPUÉS VILLAFUERTE MARÍA SOFÍA**, identificada con cédula de ciudadanía **1725205627** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA 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. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”**, 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 2021 - Marzo 2022

Finalización de la carrera: Abril – Agosto 2025

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs.

Tema: **“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”**

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, **LA 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 **LA 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 **LA 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 **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

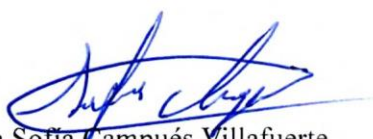
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

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 25 días del mes de julio del 2025.


María Sofía Campués Villafuerte
LA CEDENTE

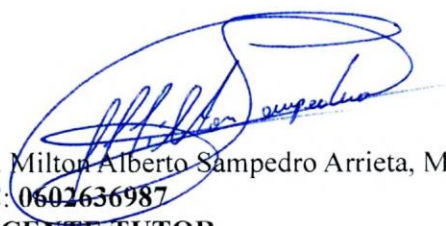
Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”, de Campués Villafuerte María Sofía, 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, 25 de julio del 2025



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, 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, la postulante: Campués Villafuerte María Sofía, con el título del Proyecto de Investigación: “ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÈNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”, 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.

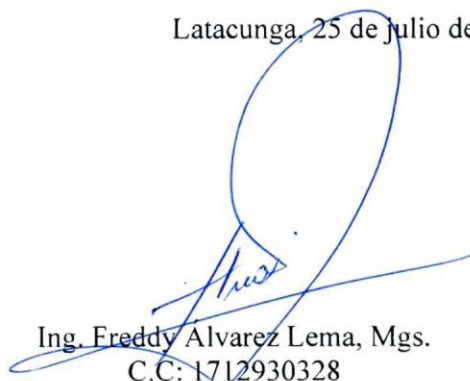
Latacunga, 25 de julio del 2025



Ledo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mgs.

C.C: 1103989669

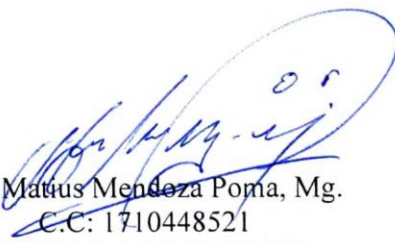
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Freddy Alvarez Lema, Mgs.

C.C: 1712930328

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Mattus Mendoza Poma, Mg.

C.C: 1710448521

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 misma dudaba.

A mis docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en especial Ing. Freddy Álvarez e Ing. Matius Mendoza a 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. Milton Sampedro, por su orientación, paciencia y valiosos aportes durante el desarrollo de este proyecto. Sus observaciones me permitieron mejorar y fortalecer cada parte del trabajo.

A mis amigos (D, A, M, E, R, B, K), que estuvieron presentes en los momentos difíciles y también en los más felices. Gracias por su compañía, sus palabras de ánimo y por hacer más llevadero este camino con risas, consejos y apoyo. Y en especial, a (J.C), quien ha estado a mi lado incluso desde antes de comenzar esta etapa. Gracias por tu paciencia, por creer en mí cuando ni yo lo hacía, y por ser ese apoyo que me impulsó a seguir adelante cuando más lo necesitaba.

A todas las personas que me ayudaron y participaron en las encuestas que de manera amable compartieron su tiempo y sus experiencias. Sin ustedes, esta investigación no habría sido posible.

Y finalmente, a mí misma, por no rendirme, por levantarme cada vez que fue necesario y por confiar en que los sueños se logran con esfuerzo, disciplina y pasión.

María Sofía Campués Villafuerte

DEDICATORIA

Con todo mi amor y gratitud, dedico este trabajo a mis padres (Tarquino Campués y Elena Villafuerte), 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.

María Sofía Campués Villafuerte

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”

Autor:

Campués Villafuerte María Sofía

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la relación entre el estrés percibido y la felicidad auténtica a partir del nivel de actividad turística practicada por los visitantes en el cantón Baños de Agua Santa. Para ello, se empleó una metodología cuantitativa con un diseño transversal y alcance correlacional, que permitió evaluar tres variables fundamentales: estrés percibido, felicidad auténtica y frecuencia turística. Se aplicaron encuestas presenciales a 385 visitantes, utilizando instrumentos estandarizados y validados: la Escala de Estrés Percibido (PSS) de Cohen y el Cuestionario de Felicidad Auténtica de Seligman. Los resultados revelaron que el 66,2 % de los turistas presentaban un nivel moderado de estrés, mientras que el 91,4 % alcanzaba niveles altos o muy altos de felicidad auténtica, a pesar de que la mayoría realizaba actividades turísticas solo durante los feriados 53,8 %. El análisis estadístico mediante la prueba de Spearman arrojó una correlación negativa y significativa entre el estrés percibido y la felicidad auténtica, confirmando que, a mayor felicidad, menor estrés. Asimismo, se encontró una correlación positiva baja entre la frecuencia turística y el estrés percibido, mientras que entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica no se halló una relación significativa. Este hallazgo permitió aceptar la hipótesis alternativa que planteaba una relación significativa entre el estrés percibido y la felicidad auténtica, mientras que se rechazó la existencia de correlación entre la frecuencia turística y la felicidad. Por otro lado, se confirmó una asociación débil pero estadísticamente significativa entre la frecuencia turística y el nivel de estrés, lo que evidencia la complejidad de los factores que inciden en el bienestar emocional. En conclusión, los resultados evidencian que el turismo, aún practicado de forma esporádica, tiene un impacto favorable sobre el bienestar emocional. Sin embargo, se reafirma que no basta con la frecuencia para reducir el estrés, sino que influyen factores como la calidad de la experiencia vivida. De esta manera, se posiciona a Baños de Agua Santa como un destino turístico que aporta significativamente al equilibrio emocional y a la percepción de felicidad auténtica de sus visitantes.

Palabras clave: Estrés percibido, felicidad auténtica, actividad turística, cantón Baños de Agua Santa, correlación.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

**TITLE: “ANALYSIS OF PERCEIVED STRESS AND AUTHENTIC HAPPINESS
BASED ON THE LEVEL OF TOURISM ACTIVITY AMONG VISITORS TO BAÑOS
DE AGUA SANTA CANTON”**

Author:
Campués Villafuerte María Sofía

ABSTRACT

This study aimed to analyze the relationship between perceived stress and authentic happiness based on the level of tourism activity among visitors to Baños de Agua Santa canton. A quantitative methodology was employed, with a cross-sectional and correlational design, allowing the evaluation of three key variables: perceived stress, authentic happiness, and tourism frequency. A total of 385 face-to-face surveys were conducted using standardized and internationally validated instruments: the Perceived Stress Scale (PSS) by Cohen and the Authentic Happiness Questionnaire by Seligman. The results showed that 66.2% of tourists exhibited moderate levels of stress, while 91.4% reported high or very high levels of authentic happiness, despite the fact that the majority (53.8%) engaged in tourism activities only during holidays. Statistical analysis using Spearman’s test revealed a significant negative correlation between perceived stress and authentic happiness, confirming that higher levels of happiness are associated with lower stress. A low positive correlation was also found between tourism frequency and perceived stress, whereas no significant relationship was observed between tourism frequency and authentic happiness. These findings supported the alternative hypothesis regarding a significant relationship between perceived stress and authentic happiness, while rejecting the existence of a correlation between tourism frequency and happiness. A weak but statistically significant association was confirmed between tourism frequency and stress levels, reflecting the complexity of the factors influencing emotional well-being. In conclusion, the results show that tourism, even when practiced occasionally, has a positive impact on emotional well-being. However, frequency alone is not sufficient to reduce stress; other factors such as the quality of the experience play a fundamental role. As such, Baños de Agua Santa is positioned as a tourist destination that meaningfully contributes to the emotional balance and perception of authentic happiness among its visitors.

Keywords: Perceived stress, Authentic happiness, Tourism activity, Baños de Agua Santa canton, Correlation.

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	6
3.2 Indirectos	8
4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
5 OBJETIVOS	13
5.1 General	13
5.2 Específicos	13
6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	14
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA	15
7.1 Marco legal	15
7.2 Fundamentación jurídica según la constitución de la república del Ecuador	15

7.2.1	Derecho a la salud integral y al bienestar	15		
7.2.2	Derecho al tiempo libre, recreación y descanso	15		
7.2.3	Derechos del buen vivir en turismo y cultura	16		
7.2.4	Derecho a vivir en un ambiente sano	16		
7.2.5	Derechos de la naturaleza y del desarrollo sustentable	16		
7.3	Normas internacionales sobre salud mental y bienestar	17		
7.3.1	Declaración universal de los derechos humanos (DUDH)	17		
7.3.2	Pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales (PIDESC)	17		
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	17		17
7.3.4	Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	18		
7.3.5	Organización mundial de la salud (OMS)	18		
7.4	Marco teórico	19		
7.4.1	Relación del estrés percibido, felicidad auténtica, bienestar y turismo	19		
7.4.2	Turismo	19		
7.4.3	Actividades Turísticas	20		
7.4.4	Tipos de turismo	20		
7.4.5	Turismo de Aventura	22		
7.4.6	Turismo de naturaleza	23	7.4.7 Turismo de relajación	24
	Atractivos turísticos	24	7.4.8	
			7.4.9 Bienestar psicológico	25
7.4.10	Resiliencia y turismo	26		
7.4.11	Turismo y bienestar emocional	27		
7.4.12	Turismo como estrategia de regulación del estrés	27		
7.4.13	Estrés percibido	28		
7.4.14	Estrés percibido y su impacto en la salud mental	28		
7.4.15	Felicidad auténtica	29		
7.4.16	Modelo PERMA de Martin Seligman	29	7.4.17 Bienestar subjetivo y felicidad	
		31		
7.4.18	Felicidad auténtica y turismo	31		
7.4.19	Turismo como factor de regulación emocional y reducción del estrés	32		
7.4.20	Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en la felicidad	32		

7.4.21	Influencia de la frecuencia de actividad turística en el estrés y la felicidad	32
7.4.22	Influencia de la frecuencia de prácticas turísticas en el bienestar	33
7.4.23	Relevancia del estudio en el contexto de Baños de Agua Santa	33
7.4.24	Revisión bibliográfica	34
7.4.25	Correlación	34
7.4.26	Correlación de Pearson	34
7.4.27	Coeficiente de correlación Spearman	35
8	VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	35
8.1	Hipótesis	35
9	METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL	36
9.1	Área de estudio	38
9.1.1	Límites	39
9.1.2	Altitud	39
9.1.3	Coordenadas geográficas	39
9.1.4	Clima	40
9.1.5	Atractivos Turísticos	40
9.2	Trabajo de campo	43
9.2.1	Cronograma de salidas	43
9.3	Matriz de comparación de instrumentos aplicados en otras investigaciones	45
9.3.1	Instrumento de recolección de datos con respecto al estrés percibido, felicidad auténtica y práctica de actividades turísticas.	47
9.4	Valoración del estrés percibido, la felicidad auténtica y la frecuencia de actividad turística	51
9.5	Población y Muestra	55
9.5.1	Cálculo del tamaño de la muestra:	55
9.5.2	Técnica de muestreo	56
9.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	57
9.6.1	Técnica de encuesta	57
9.6.2	Excel	57
9.6.3	SPSS-R	58
9.6.4	Correlación Pearson	59

9.6.5	Correlación de Spearman	60
10	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	61
10.1	Análisis Exploratorio Inicial	61
10.2	Distribución de género de los participantes	63
10.3	Distribución por grupos de edad	64
10.4	Distribución por tipo de acompañamiento en el viaje	66
10.5	Distribución por niveles de ingreso	68
10.6	Distribución por estado civil	70
10.7	Distribución por actividades turísticas preferidas	72
10.8	Frecuencia de participación en actividades turísticas	74
10.9	Distribución de niveles de estrés en turistas	76
10.10	Niveles de felicidad auténtica en turistas	78
10.11	Correlación de las variables de estudio	79
10.11.1	Pruebas de normalidad de las variables de estudio	79
10.11.2	Relación entre estrés percibido y felicidad auténtica	81
10.11.3	Relación entre frecuencia turística y felicidad auténtica	83
10.11.4	Relación entre frecuencia turística y estrés percibido	85
10.12	Análisis de las tres variables	86
11	IMPACTOS	88
11.1	Impactos económicos	88
11.2	Impactos sociales	88
11.3	Impactos ambientales	89
12	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
12.1	Conclusiones	90
12.2	Recomendaciones	91
13	BIBLIOGRAFÍA	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Número de visitantes (Años 2019 hasta 2025)</i>	5
Tabla 2	<i>Porcentaje de Beneficiarios por género</i>	5
Tabla 3	<i>Alojamientos Formales Turísticos</i>	6
Tabla 4	<i>A&B (alimentos y bebidas) formales</i>	6
Tabla 5	<i>Centros de diversión nocturna</i>	7
Tabla 6	<i>Transporte Interprovincial</i>	7

Tabla 7 <i>Transporte local (cantonal)</i>	8
Tabla 8 <i>Transporte turístico</i>	8
Tabla 9 <i>Establecimientos comerciales y servicios profesionales</i>	9
Tabla 10 <i>Actividades y sistema de tareas</i>	14
Tabla 11 <i>Cronograma de salidas de campo</i>	44
Tabla 12 <i>Matriz de comparación estrés percibido</i>	45
Tabla 13 <i>Matriz de comparación felicidad auténtica</i>	46
Tabla 14 <i>Valoración de respuesta de frecuencia turística</i>	51
Tabla 15 <i>Valoración de ítems invertidos</i>	52
Tabla 16 <i>Valoración de respuestas de estrés percibido</i> 53	
Tabla 17 <i>Valoración de respuestas de felicidad auténtica</i> 54	
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
Figura 1 <i>Mapa turístico Baños de Agua Santa</i>	42
Figura 2 <i>Mapa de atractivos turísticos visitados para la recolección de datos</i>	44
Figura 3 <i>Parte delantera de la encuesta</i>	54
Figura 4 <i>Parte trasera de la encuesta</i>	55
Figura 5 <i>Procedencia de los visitantes encuestados</i>	66
Figura 6 <i>Distribución de género</i>	69
Figura 7 <i>Grupo etario</i>	70
Figura 8 <i>Tipo de acompañamiento</i>	72
Figura 9 <i>Niveles de ingreso económico</i>	74
Figura 10 <i>Estado civil</i>	76
Figura 11 <i>Preferencia de actividades turísticas</i>	78
Figura 12 <i>Frecuencia turística</i>	80
Figura 13 <i>Niveles de estrés</i>	82
Figura 14 <i>Niveles de felicidad auténtica</i>	83
Figura 15 <i>Estrés percibido y felicidad auténtica</i>	87
Figura 16 <i>Frecuencia turística y felicidad auténtica</i>	89
Figura 17 <i>Frecuencia turística y estrés percibido</i>	91

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “ANÁLISIS DEL ESTRÉS PERCIBIDO Y LA FELICIDAD AUTÉNTICA A TRAVÉS DEL NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, PRACTICADO POR LOS VISITANTES EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”

Fecha de Inicio: Octubre 2021 - Marzo 2022

Fecha de Finalización: Abril - Agosto 2025

Lugar de ejecución:

Provincia: Tungurahua

Cantón: Baños de Agua Santa

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. Milton Sampedro Arrieta, Mgs.

Nombre de la Investigadora: María Sofía Campués Villafuerte

Teléfono: 0979290341

Correo electrónico: maria.campues5627@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 cantón Baños de Agua Santa. 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 cantón Baños de Agua Santa 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 cantón Baños de Agua Santa, 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.

De este modo, se presentará una tabla con datos estadísticos de los visitantes para comprender la evolución y el flujo turístico en el cantón, así identificar patrones de crecimiento o disminución en el número de visitantes a lo largo de los años, esta información ha sido copilada a partir de un análisis que abarca el período desde el año 2019 hasta 2025 según las fuentes citadas:

**Tabla
1**

Número de visitantes (Años 2019 hasta 2025)

Año	Total de	Porcentaje	Porcentaje	Visitantes	de turistas	de Turistas
Fuente		Nacionales	Extranjeros			
2019	40.000	No	No	Frias, E., & Moreta, M. (2019). Los turistas llegaron a (durante especificado especificado Baños de Agua Santa, en Tungurahua. El Comercio. feriado de Recuperado el 14 de febrero de 2025, de mayo) https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/turistas-llegaron-banos-agua-santa.html		
2020	No	94%	6%	El Comercio (2020). Com.ec. Recuperado el 14 de especificado febrero de 2025, de https://www.lahora.com.ec/tungurahua/94-de-losturistas-que-llegan-a-banos-sonecuatorianos/#google_vignette		
2021	4.320.000	78,6%	21,4%	Datos Observatorio Turístico CAMTUR Baños		
2023	800.000	No	No	Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Estadísticas visitas especificado especificado de Turismo 2022-2023. anuales https://www.turismo.gob.ec/estadisticas/		
2024	Más de 1,000.000	No	No	Pinto, W. (2024, Diciembre 28). Baños tiene el 80 % de especificado especificado reservas hoteleras y espera cerrar el año con buena racha. El Universo. https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/banostiene-el-80-de-reservas-hoteleras-y-espera-cerrar-el-anocon-buena-racha-nota/		
2025	20.000	No	No	Baños de Agua Santa. (s/f). Banos-ecuador.com. visitas especificado especificado Recuperado el 13 de junio de 2025, de https://banosmensualesecuador.com/		

Nota. Los datos han sido recopilados por búsqueda bibliográfica, en páginas web, noticias y directamente por autoridades del CAMTUR de Baños.

Tabla 2 *Porcentaje de Beneficiarios por género*

Beneficiarios	Hombres %	Mujeres %
----------------------	------------------	------------------

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

Nota. Tomado de los datos Observatorio Turístico CAMTUR Baños.

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 a Baños de Agua Santa 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.

Tabla 3 *Alojamientos Formales Turísticos*

Categoría	Cantidad
5 Estrellas	1
4 Estrellas	1
3 Estrellas	4
2 Estrellas	39
Hostales	115
Casa de Huéspedes	9
Total	169

Nota. Registrados en el MINTUR

- Alojamientos No Turísticos (Registrados por el Ministerio del Interior): **120**

Tabla 4 *A&B (alimentos y bebidas) formales*

Categoría	Cantidad
Restaurantes	120
Cafeterías	27
Total	147

Tabla*Nota.* Registrados en el MINTUR

- A&B (Alimentos y Bebidas) Informales: **9 sin nombre**
5

Centros de diversión nocturna

Categoría	Cantidad
Bares	21
Discotecas	9
Total	30

- Operadoras de turismo: **111**
- Atractivos turísticos: **114**
- Transporte:

Tabla 6 *Transporte Interprovincial*

#	Cooperativas	# de unidades
1	Transportes y Turismo Baños	122
2	Expreso Baños	121
3	Amazonas	40
4	San Francisco	43
5	Sangay	60
6	Riobamba	55
7	22 de Julio	40
8	Flota Pelileo	40
9	Putumayo	55
10	Jumandy	50
11	Yantzaza	56
12	Centinela del Oriente	54
	Total	736

Tabla
7

Transporte local (cantonal)

Medios de transporte	Cooperativas	# de unidades
Coop. Bus	Luna Sánchez	15
	Ecológico Baños	6
Coop. Taxis	El Santuario	20
	Turismo Baños	21
	16 de diciembre	21
	13 de abril	26
Coop. Trans. Mixto	Rahuatour	15
Camionetas / Camiones livianos	Las Cascadas	45
	Agoyán	25
	Gabriel Monje Cia. Ltda.	9
Total		203

Tabla 8 *Transporte turístico*

#	Nombre	Número de Unidades
1	NAUCOCINTOUR	8
2	PITITIGTOUR	3
3	TRANSINFINTOUR	8
4	TRANS RABBIT S.A.	16
5	SIN FRONTERAS TRAVEL	15
6	CAÑAMANDUR	5
TOTAL		55

3.2 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.

9

Establecimientos comerciales y servicios profesionales

Establecimiento	Cantidad
Consultorio jurídico	12
Arquitectura e ingeniería	2
Aserradero	1
Asesoría Contable	8
Auto repuesto	1
Veterinaria	5
Entidades financieras	13
Bienes Raíces	1
Cajero automático	14
Carnicería	6
Carpintería	10
Centros médicos / Clínicas	19
Centro Naturista	4
Centro Naturópata	1
Centro Odontológico	6
Centro psicológicos	2
Constructora / Venta de casas	7
Consultoría en Geología y Geotécnica	1
Diseño y Construcción	1
Medios de comunicación (Tv, Radio, Prensa)	6
Farmacia	23
Ferretería	15
Gasolinera	3
Laboratorio Clínico	3
Lavadora y lubricadora	5
Lavanderías (lavado en seco)	8
Librería	7
Mecánica Automotriz	8
Mueblería	2
Tienda (abastecimiento comida, limpieza, ropa, abarrotes en general)	624
Unidades Educativas	22

Tabla

TOTAL	840
--------------	------------

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 entorno natural y cultural.

4 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, exacerbado 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 cantón Baños de Agua Santa, se ha consolidado como uno de los principales destinos turísticos del país, atrae a miles de turistas en busca de experiencias como: aventura, naturaleza y

relajación. Un ejemplo de ello se evidencio durante el feriado de año nuevo, cuando se registró una afluencia de aproximadamente medio millón de visitantes en los distintos espacios y servicios turísticos del cantón (El Universo, 2025), así también durante el feriado de carnaval, Baños alcanzo una ocupación hotelera del 79% siendo el tercer cantón más visitado del país reforzando su estatus como destino estrella (El Heraldó, 2025). Según datos del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2024) hasta junio, la ciudad cuenta con aproximadamente 38.000 plazas de alojamiento, las cuales alcanzan altos niveles de ocupación durante fines de semana y feriados, lo que le confiere un valor agregado en términos de experiencia turística. En cuanto al perfil de los visitantes, un estudio de 2020 indica que el 96 % de los visitantes son ecuatorianos, mientras que el 4 % restante proviene del extranjero. Sin embargo, a pesar del notable crecimiento de su actividad turística, existe una limitada comprensión sobre los efectos psicoemocionales que estas experiencias generan en los visitantes, particularmente en lo que respecta al estrés percibido y la felicidad auténtica.

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 Baños de Agua Santa, donde la oferta turística combina entornos naturales, actividades de aventura 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 a Baños 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.

5 OBJETIVOS

5.1 General

Analizar el estrés percibido y la felicidad auténtica mediante la práctica de actividades turísticas para la determinación de la correlación existente entre las variables de estudio en el cantón Baños de Agua Santa.

5.2 Específicos

- 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, determinando la correlación y aportando evidencias sobre cómo estas experiencias influyen en el bienestar emocional.

- Establecer la relación existente entre el estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes, comprendiendo cómo la influencia de las actividades turísticas incide en su bienestar subjetivo.

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

Tabla 10 *Actividades y sistema de tareas*

Objetivos	Actividades	Metodología	Resultados
<p>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.</p>	<p>Seleccionar el instrumento de recolección de datos más adecuado para medir el nivel de estrés percibido.</p> <p>Calcular el tamaño de la muestra en función de la población objetivo.</p> <p>Identifican y seleccionar los atractivos turísticos con mayor demanda dentro del cantón, con base en datos de afluencia y relevancia territorial.</p> <p>Elaborar un cronograma de salidas de campo para la aplicación ordenada y oportuna de los instrumentos de recolección de datos.</p>	<p>Tipo:</p> <p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Alcance: correlacional</p> <p>Exploratoria</p> <p>Diagnóstico</p> <p>Descriptiva</p> <p>Método:</p> <p>Deductivo</p> <p>Observacional</p> <p>Trabajo de campo</p>	<p>Revisión bibliográfica</p> <p>Nivel de estrés medido</p> <p>Tamaño de la muestra</p> <p>Atractivos turísticos</p> <p>Cronograma de salidas de campo</p>
<p>Evaluar la felicidad auténtica en función de tipo de actividades turísticas practicada por los visitantes, determinando la correlación y aportando evidencias sobre cómo estas experiencias influyen en el bienestar emocional. Establecer la relación existente entre el estrés percibido y la felicidad auténtica en los visitantes, comprendiendo cómo la influencia de las actividades turísticas incide en su bienestar subjetivo.</p>	<p>Seleccionar el instrumento de recolección de datos más adecuado para medir la felicidad auténtica.</p> <p>Calcular el tamaño de la muestra en función de la población objetivo.</p> <p>Identificar y seleccionar los atractivos turísticos con mayor demanda dentro del cantón, con base en datos de afluencia y relevancia territorial.</p> <p>Elaborar un cronograma de salidas de campo para la aplicación ordenada y oportuna de los instrumentos de recolección de datos.</p> <p>Ingresar los datos obtenidos en campo en una hoja de Excel.</p> <p>Elaborar gráficas estadísticas con los datos recolectados.</p> <p>Migrar los datos de Excel a un software estadístico (R-SPSS).</p> <p>Aplicar pruebas estadísticas de correlación y comparación, de acuerdo con la naturalidad de las variables de estudio.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuestas</p> <p>Trabajo de campo</p> <p>Técnica de muestreo no probabilística accidental</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionarios</p> <p>Matriz de comparación</p> <p>Herramienta:</p> <p>Software estadístico (R-SPSS)</p> <p>Técnica: Tabla de resultados</p> <p>Instrumento: Gráficas estadísticas</p>	<p>Felicidad auténtica y actividades turísticas evaluadas.</p> <p>Tamaño de la muestra</p> <p>Atractivos turísticos</p> <p>Cronograma de salidas de campo</p> <p>Correlación de las tres variables</p>

7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA

7.1 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.

7.2 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 ellos aspectos esenciales relacionados con la práctica del turismo y el bienestar psicológico (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

7.2.1 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.

7.2.2 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.

7.2.3 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.

7.2.4 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.

7.2.5 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.

7.3 Normas internacionales sobre salud mental y bienestar

7.3.1 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.

7.3.2 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.

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

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.

7.3.4 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.

7.3.5 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.

7.4 Marco teórico

7.4.1 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).

7.4.2 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.

7.4.3 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.

7.4.4 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.

7.4.5 Turismo de Aventura

El turismo de aventura ha adquirido una relevancia creciente en el escenario internacional, al conjugar el entretenimiento con el contacto directo con la naturaleza y la experimentación de sensaciones intensas. Esta modalidad turística se ha posicionado como una práctica significativa no solo por sus aportes económicos, sino también por los beneficios que ofrece en el ámbito psicológico. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014), el turismo de aventura se caracteriza por involucrar actividades físicas realizadas al aire libre que conllevan cierto nivel de desafío o percepción de riesgo, tales como el senderismo, el rafting, el canopy, la escalada o el ciclismo de montaña.

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.

Desde una perspectiva técnica, el desarrollo del turismo de aventura exige la existencia de condiciones óptimas, como escenarios naturales adecuados, accesos viables, operadores capacitados, infraestructura básica y sistemas de seguridad eficaces. En este sentido, el cantón Baños de Agua Santa se ha consolidado como un referente nacional de esta modalidad turística, gracias a su riqueza ecológica, su ubicación estratégica y su amplia oferta de actividades de aventura, entre ellas el puenting, el canyoning, el rafting y el canopy. Estas propuestas no solo han contribuido al dinamismo económico local, sino que también han representado una alternativa viable para la promoción del bienestar emocional de los visitantes.

7.4.6 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.

En el caso del cantón Baños de Agua Santa, el turismo de naturaleza representa uno de los pilares clave de su oferta turística, gracias a su entorno privilegiado que combina recursos naturales únicos con actividades que promueven el contacto directo con la naturaleza y el bienestar de los visitantes. Sus abundantes recursos naturales (como cascadas, ríos, volcán y bosques andinos) del cual ofrecen un escenario ideal para el desarrollo de experiencias sustentables que no solo fomentan la educación ambiental, sino que también contribuyen al bienestar emocional de los visitantes. La combinación de belleza escénica y contacto directo con el entorno genera sensaciones de calma, conexión espiritual y gratitud, todos factores asociados al incremento de la felicidad subjetiva (Ryan et al, 2010).

7.4.7 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.

Por lo tanto, el desarrollo del turismo de relajación requiere la existencia de infraestructura especializada (como centros termales, hoteles con servicios de spa, zonas de silencio y descanso) y recursos naturales apropiados, como aguas minerales, paisajes armónicos o clima templado. En el caso del Cantón Baños de Agua Santa, esta modalidad encuentra un terreno fértil gracias a sus fuentes termales naturales, su entorno montañoso y su atmósfera tranquila, lo que permite ofrecer experiencias de descanso profundo y renovación energética, tanto a nivel físico como mental.

7.4.8 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.

7.4.9 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).

7.4.10 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.

7.4.11 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).

7.4.12 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).

7.4.13 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.

7.4.14 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.

7.4.15 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.

7.4.16 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).

7.4.17 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.

7.4.18 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).

7.4.19 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).

7.4.20 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.

7.4.21 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.

7.4.22 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).

7.4.23 Relevancia del estudio en el contexto de Baños de Agua Santa

Baños de Agua Santa 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 aventura y el ecoturismo, 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).

7.4.24 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.

7.4.25 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 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.

7.4.26 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.

7.4.27 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 es nivel de significancia es de 0.05. En la presente investigación se aplicará el método de Spearman para la validación de la hipótesis.

8 VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

8.1 Hipótesis

a. Correlación entre estrés percibido y felicidad auténtica

H₀= No existe relación entre el estrés percibido y la felicidad auténtica.

H₁= 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

H₀= No existe relación entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

H₁= Existe una relación positiva entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

Se acepta la hipótesis nula (H₀), 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

H₀= No existe relación entre la frecuencia turística y la felicidad auténtica.

H₁= 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.

9 METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, el cual permite analizar de forma objetiva y sistemática la relación entre variables medibles: el estrés percibido, la felicidad auténtica y actividad turística. Asimismo, el enfoque se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para establecer patrones, correlaciones y posibles inferencias causales, lo cual facilita la generalización de los resultados a la población determinada (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Es así que, el propósito central del estudio es evaluar cómo influye el nivel de estrés percibido y felicidad auténtica, en los visitantes que practican actividades turísticas en el cantón Baños, a través de la aplicación de un instrumento estructurado y validado, que busca medir cuantitativamente las variables de interés y aplicar técnicas estadísticas que permitan comprobar hipótesis y establecer relaciones significativas entre ellas.

Por otro lado, el diseño metodológico corresponde a un estudio no experimental, en el cual las variables no serán manipuladas, sino observadas tal como se presentan en el contexto real. Esto permite analizar la posible relación entre el nivel de estrés percibido, el grado de felicidad auténtica y la frecuencia de actividad turística, sin intervenir directamente en la conducta o las condiciones del participante.

Además, se adoptó un diseño de tipo transversal, ya que los datos fueron recolectados en un único momento del tiempo. Este tipo de diseño permite analizar la relación entre variables en un periodo específico, sin realizar seguimiento longitudinal.

Además, su oferta de turismo de aventura, naturaleza y relajación, también cuenta con su valor cultural que lo convierten en un destino atractivo tanto para visitantes nacionales como internacionales.

El área de estudio de la presente investigación comprendió los atractivos turísticos de mayor afluencia del cantón Baños de Agua Santa. La selección de estos lugares se basó en fuentes confiables como el Ministerio de Turismo (MINTUR), 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. Además, se contó con la valiosa colaboración de la agencia de viajes Infotravel y del Hotel Nuevo Amanecer. Ambas entidades, gracias a su experiencia operativa en servicios de transporte turístico tipo “chiva”, aportaron información clave sobre las rutas más demandadas por los turistas. Con base en esta recopilación, se seleccionaron los principales sitios donde se desarrollan actividades correspondientes a tres modalidades turísticas predominantes en la zona: turismo de aventura, turismo de naturaleza y turismo de relajación.

9.1.1 Límites

Norte: Napo

Sur: Morona Santiago y Chimborazo

Este: Pastaza

Oeste cantón Patate

9.1.2 Altitud

Se encuentra a una altitud aproximada de 1.820 metros sobre el nivel del mar, lo que le otorga un clima primaveral todo el año, ideal para actividades al aire libre.

9.1.3 Coordenadas geográficas

Latitud: -1.3969

Longitud: -78.4246

9.1.4 Clima

El clima de Baños se clasifica como templado y húmedo, caracterizado por temperaturas moderadas y precipitaciones regulares.

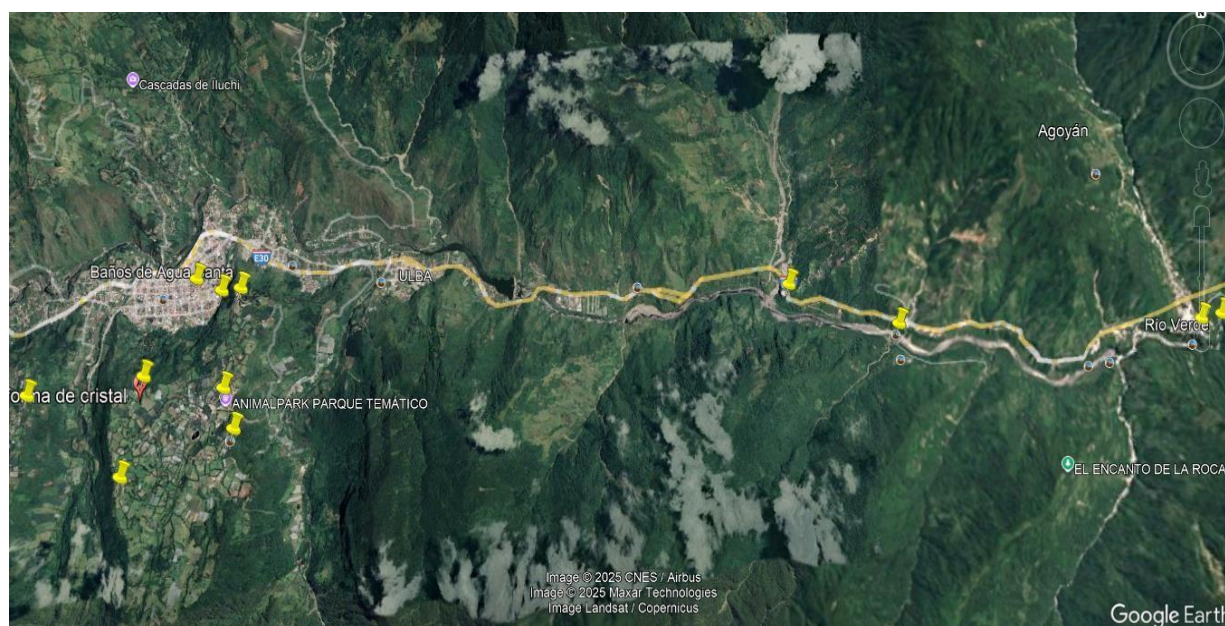
El clima se divide en dos estaciones principales:

Temporada de Lluvias: Desde diciembre hasta marzo, donde las precipitaciones son más frecuentes. Es recomendable llevar ropa impermeable y estar preparado para lluvias intensas.

Temporada Seca: Desde junio hasta septiembre, aunque las lluvias pueden ocurrir de vez en cuando. Esta es la mejor época para realizar actividades al aire libre y disfrutar de los paisajes.

9.1.5 Atractivos Turísticos

Figura 2 Mapa de atractivos turísticos visitados para la recolección de datos



Nota. Se ha realizado el mapa de recorrido utilizando Google Earth, colocando las coordenadas tomadas en la salida de campo, para que sean ubicados los lugares visitados exactamente.

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 del cantón Baños de Agua Santa y referencias proporcionadas por agencias de viajes locales. Este proceso permitió identificar los atractivos más representativos del cantón, priorizando aquellos con mayor relevancia turística, afluencia de visitantes y reconocimiento tanto a nivel local como nacional.

De los lugares seleccionados de mayor afluencia actualmente son:

Cascada de Agoyán: Parte clave de la Ruta de las Cascadas y con fácil acceso, esta cascada de unos 40 metros es la más alta de los Andes ecuatorianos. Es una parada obligatoria para turistas nacionales y extranjeros debido a su belleza paisajística y cercanía a actividades de aventura como el canopy y la tarabita, convirtiéndola en un punto estratégico para recolectar datos representativos de la experiencia turística

Mega Adventure Park Río Blanco: Reconocido por sus actividades extremas como canopy, puentes colgantes, péndulo y columpios, es un atractivo popular que atrae a visitantes en busca de emociones intensas. Su alta afluencia de turistas permite analizar el turismo de aventura activo y sus efectos.

La Tarabita de la Cascada Manto de la Novia: Experiencia emblemática que combina la contemplación de una hermosa cascada con la emoción de un trayecto en tarabita a gran altura, generando fuertes respuestas emocionales.

Cascada El Pailón del Diablo: Destacada tanto nacional como internacionalmente, es un icono dentro de la Ruta de las Cascadas, conocida por su imponente caída, senderos y miradores que atraen a una gran diversidad de visitantes diarios.

Laberinto del Dragón: Espacio recreativo y creativo que ofrece una experiencia inmersiva y sensorial a través del arte, la aventura y el juego, importante para analizar el impacto de actividades lúdicas no convencionales.

Parque Temático Animal Park: Destino educativo y recreativo que facilita el contacto con los animales y la naturaleza, atrayendo a un público amplio, ideal para experiencias tranquilas y formativas.

Basílica de la Virgen del Rosario de Agua Santa: Lugar emblemático de carácter espiritual, cultural y arquitectónico que recibe tanto a turistas como peregrinos.

Casa del Árbol: Reconocida internacionalmente por el "columpio del fin del mundo", ofrece vistas panorámicas del volcán Tungurahua y contacto directo con la naturaleza, brindando sensaciones de adrenalina y libertad.

Complejo Turístico Vuelo del Cóndor: Combina naturaleza, arte y aventura a través de estructuras monumentales inspiradas en el cóndor andino, miradores y actividades al aire libre que promueven la conexión con el paisaje y la cultura.

Sacha 360 Mirador: Ofrece una vista panorámica de 360 grados del entorno natural, estructura ideal para la contemplación y conexión con la naturaleza en un espacio tranquilo.

Termas de la Virgen: Atractivo de bienestar con aguas termales volcánicas, muy valorado por sus propiedades terapéuticas para el descanso y la recuperación emocional y física.

Pasarela El Diamante: Mirador de gran altura que genera emociones intensas relacionadas con la adrenalina y la contemplación del paisaje natural.

Estos sitios combinan belleza natural, aventura, religiosidad, educación y recreación, agrupándose como los puntos de mayor afluencia y diversidad turística en Baños, lo que los

convierte en escenarios ideales para la aplicación de encuestas y estudios sobre la experiencia del visitante. Esta metodología permitió obtener datos de primera mano, garantizando la autenticidad de las respuestas y un mayor grado de fiabilidad en la información recopilada.

9.2 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 cantón Baños de Agua Santa, pero para realizar encuestas a los visitantes primero se determinó el número de turistas que serían encuestados.

9.2.1 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 11 Cronograma de salidas de campo

Área de estudio	Fecha	Horario	Puntos de Muestreo	# Encuestas	Coordenadas	Observaciones
BAÑOS DE AGUA SANTA	26/04/2025	08:00 – 18:30	- Basílica de Baños	75	17M9845391N	Se aplicaron las encuestas de manera satisfactoria un buen comienzo y el día despejado supo acompañar.
			- Cascada Agoyán		17M9845314N	
			- Mega Adventure		17M9845471N	
			- Park Rio Blanco		17M9844554N	
			- Pailón del Diablo		17M9844780N	
	27/04/2025	08:00 – 16:30	- Laberinto del Dragón	40	17M9844013N	El intenso sol del día no permitió continuar con las encuestas de manera satisfactoria.
			- Animal Park		17M9843081N	
			- Casa del Árbol - Mega Adventure Park		17M9825481N	
			- Rio Blanco - Tarabita cascada manto de la novia		17M9845492N	
			- Termas de la Virgen		17M9845346N	
03/04/2025	10:00 – 19:00	- Basílica de Baños	70	17M9845369N	S/N	
		- Laberinto del Dragon		17M9844031N		
04/05/2025	10:00 - 17:00	- Pailón del Diablo	50	17M9844591N	S/N	
		- Laberinto del Dragón		17M9844026N		
17/05/2025	13:00 - 20:00	- Casa de Árbol	50	17M9843125N	S/N	
		- Vuelo del Cóndor		17M9844162N		
19/05/2025	08:00 – 15:00	- Basílica de Baños	50	17M9845391N	La lluvia fueron causantes para no poder aplicar las encuestas de buena manera.	
		- Casa del árbol		17M9843046N		

24/05/2025	10:00 – 20:00	- Basílica de Baños - Pasarela el Diamante - Sacha 360 Mirador	60	17M9845231N 17M9845334N 17M9844214N	En estos lugares se culminó de manera satisfactoria con todas las encuestas.
------------	------------------	--	----	---	--

9.3 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 12 *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 13 *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.

9.3.1 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 de Turismo, denominado “Turismo con 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 cantón.

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 al 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*

<p>20.- ¿Con qué frecuencia, usted disfruta de las pequeñas cosas de la vida?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>	<p>30.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que disfrutó del proceso que lo llevo alcanzar sus metas y objetivos?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>
<p>21.- ¿Con qué frecuencia, se ha sentido totalmente sumergido/a en actividades que usted disfruta?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>	<p>31.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido satisfacción por lograr sus objetivos?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>
<p>22.- ¿Con qué frecuencia, ha experimentado sensaciones de fluidez y concentración al realizar tareas importantes?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>	<p>32.- ¿Con qué frecuencia se considera usted, una persona exitosa en las áreas importantes de su vida?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>
<p>23.- ¿Con qué frecuencia, ha perdido la noción del tiempo cuando ha realizado algo que le gusta?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>24.- ¿Con qué frecuencia, se ha sentido conectado/a con las personas importantes en su vida?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>25.- ¿Con qué frecuencia, sus relaciones personales le han brindado satisfacción y apoyo?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>26.- ¿Con qué frecuencia, disfruta pasar tiempo con su familia y amigos?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>27.- ¿Con qué frecuencia, siente que su vida tiene un propósito claro?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>28.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que las actividades que ha realizado en su vida, se encuentran alineadas con sus valores personales?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		
<p>29.- ¿Con qué frecuencia, ha sentido que su vida tiene un significado que lo inspira a seguir adelante?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>Rara vez <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p>	<p>Frecuentemente <input type="checkbox"/></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p>		

9.4 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 14 *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 15 *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 16 *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 17 *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.

9.5 Población y Muestra

La población objeto de estudio está conformada por los visitantes del cantón Baños de Agua Santa, tanto nacionales como internacionales. Para el presente estudio, la población fue aproximada en base de datos del CAMTUR de Baños de Agua Santa, lo cual reportan un promedio de 4'320.000 visitantes nacionales e internacionales anuales. Esta cifra será utilizada como población de referencia (N) para el cálculo del tamaño muestral.

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:

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

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)

9.5.1 Cálculo del tamaño de la muestra:

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

$$n = \frac{4.320.000 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(4.320.000 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{4.320.000 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{4.319.999 * 0,0025 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4.148.928}{4.319.999 * 0,0025 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4.148.928}{1.0799,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{4.148.928}{10.800,9579} = 385$$

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 al universo de visitantes del cantón Baños de Agua Santa, se calculó un tamaño muestral de 385 turistas, quienes fueron encuestados de manera aleatoria en los principales

atractivos turísticos del cantón. Esta muestra permite garantizar la validez estadística de los resultados y una adecuada representatividad de la población estudiada.

9.5.2 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 cantón Baños de Agua Santa, permitiendo encuestar a los visitantes en tiempo real, en distintos atractivos, según su disponibilidad.

9.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

9.6.1 Técnica de encuesta

La técnica de encuesta fue aplicada de manera presencial a un total de 385 turistas en diversos atractivos turísticos del cantón, 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.

9.6.2 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.

9.6.3 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.

9.6.4 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.

9.6.5 Correlación de Spearman

Además de la prueba de Pearson, se consideró el uso de la correlación de Spearman (ρ 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.

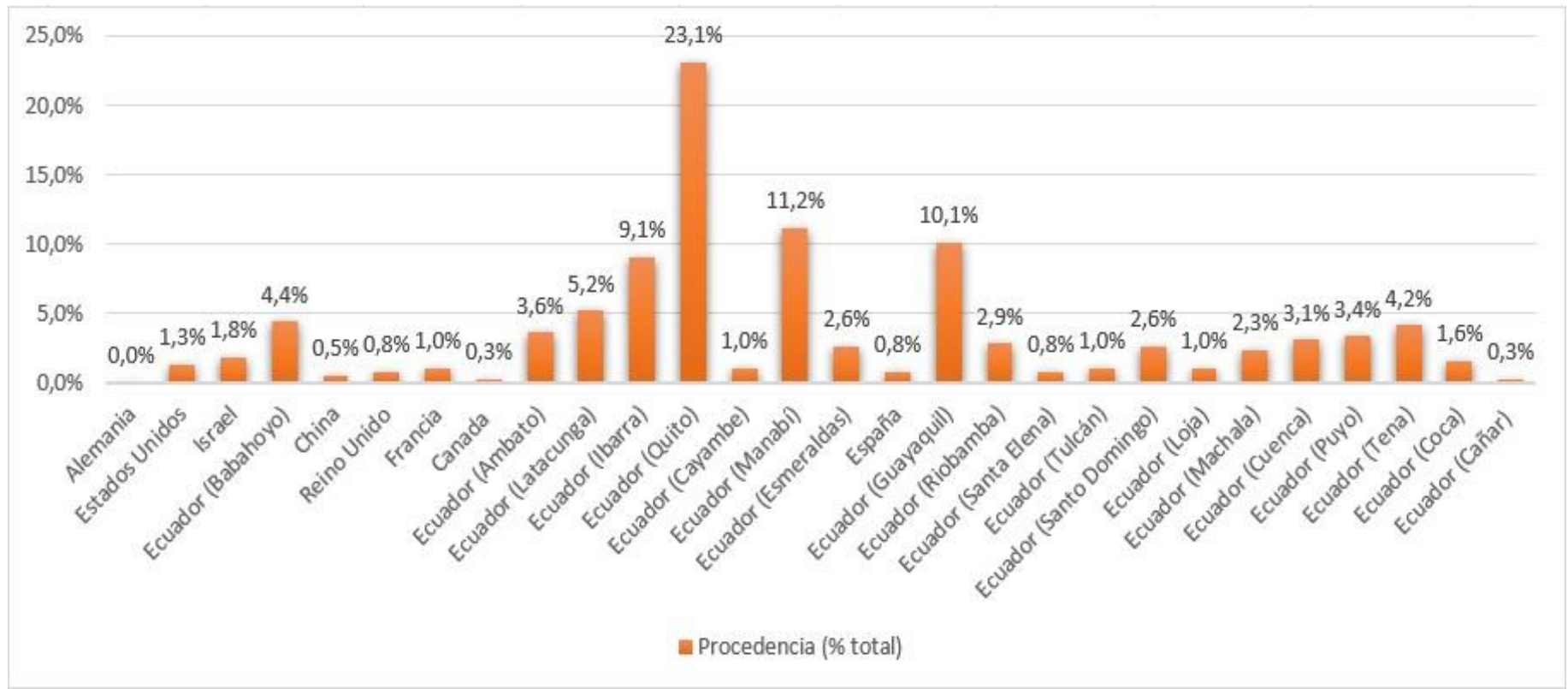
A diferencia de la medición de Pearson, este método no requiere que los datos se ajusten a una distribución normal ni que la relación entre las variables sea lineal, lo que lo hace adecuado

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.

10 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1 Análisis Exploratorio Inicial

Figura 5 Procedencia de los visitantes encuestados



La figura de columnas 2D presenta la distribución porcentual de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa según su lugar de procedencia, diferenciando entre diversas provincias del Ecuador y algunos países del extranjero. Este análisis exploratorio inicial permite identificar el perfil geográfico de la muestra encuestada y comprender el origen territorial de la demanda turística.

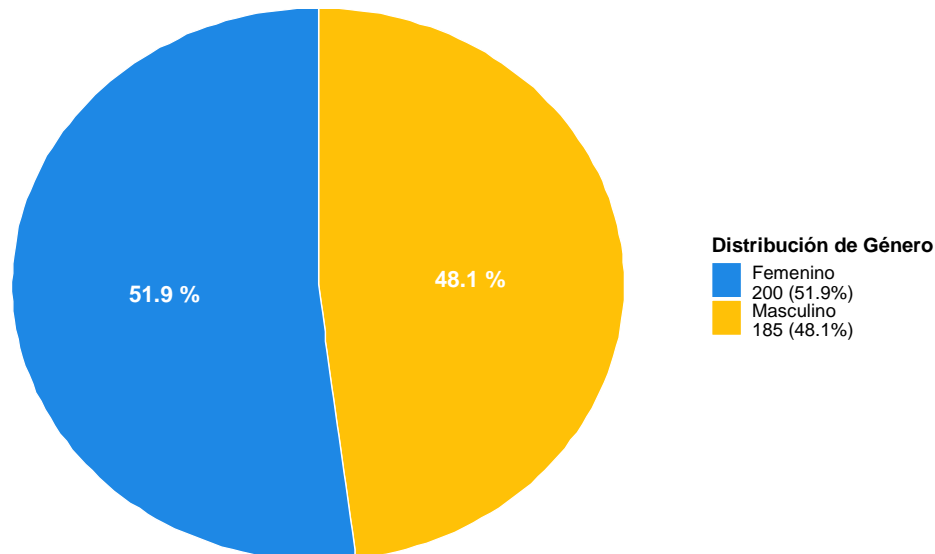
Se evidenció un predominio notable del turismo nacional, que representó el 93,5 % del total de visitantes, provenientes de distintas provincias del país. Este resultado confirma que el turismo interno constituye el principal motor de la actividad turística en Baños de Agua Santa. En contraste, los visitantes internacionales alcanzaron un 6,5 % del total, lo que, si bien representa una participación menor, evidencia oportunidades para potenciar la promoción del destino.

Es necesario resaltar que, dentro del segmento nacional, los grupos más representativos fueron originarios de Quito (23,1 %), seguido de Manabí (11,2 %), Guayaquil (10,1 %), Ibarra (9,1 %), Latacunga (5,2 %), Babahoyo (4,4 %), Tena (4,2 %) y Ambato (3,6 %). Estas cifras reflejan una amplia presencia de turistas procedentes de las regiones Sierra, Costa y Amazonía, posiblemente atraídos por la diversidad de actividades de naturaleza, aventura y el clima templado característico del destino.

Por otra parte, aunque los visitantes internacionales constituyeron un porcentaje reducido, destacaron en mayor medida turistas provenientes de Israel (1,8 %), Estados Unidos (1,3 %) y Francia (1,0 %), lo cual sugiere un interés incipiente de estos mercados por el destino y la posibilidad de fortalecer acciones de promoción turística.

10.2 Distribución de género de los participantes

Figura 6 *Distribución de género*



La figura de pastel representa la distribución porcentual por género, dentro del marco del estudio aplicado en el Cantón Baños de Agua Santa. Los resultados revelan una distribución ligeramente mayor de mujeres en comparación con hombres, aunque la diferencia es mínima.

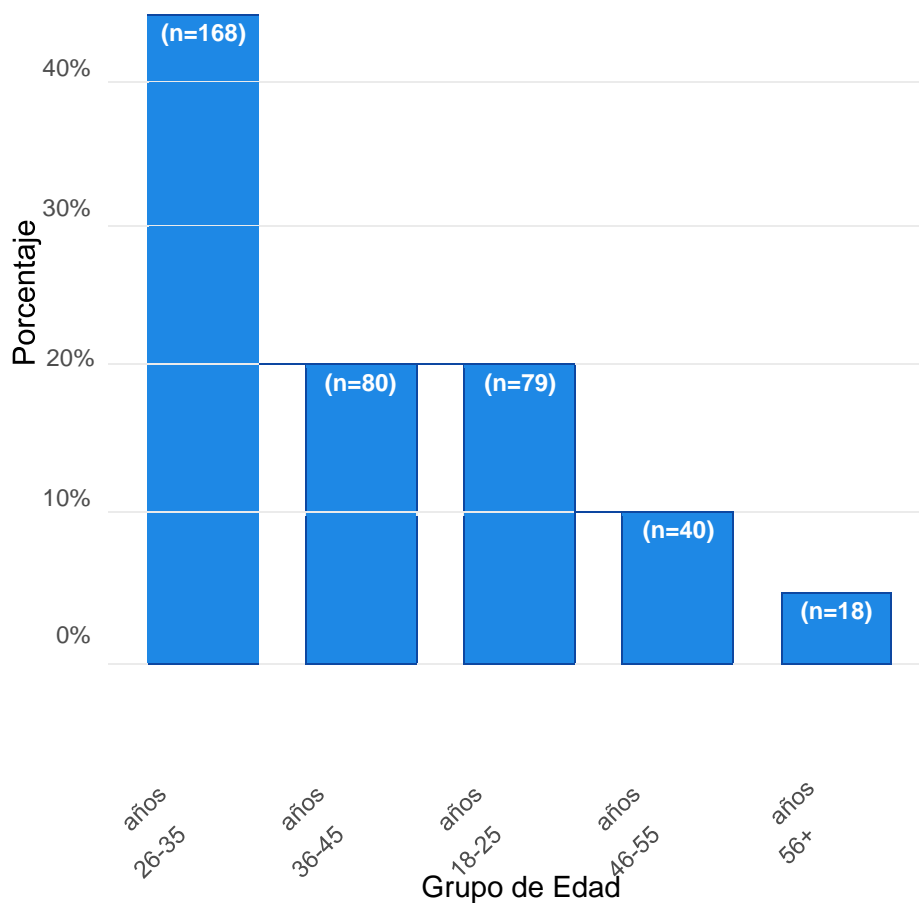
Esta distribución refleja una participación casi equitativa entre ambos géneros, lo cual es relevante porque permite realizar un análisis comparativo con opiniones importantes de representación por sexo. Desde el punto de vista metodológico, esta proporción también favorece que tanto hombres como mujeres participan activamente en actividades turísticas dentro del cantón, lo que logra indicar que las experiencias ofrecidas en Baños tienen atractivos transversales para ambos grupos.

De manera similar, esta proporción también favorece el análisis de variables como el estrés percibido y la felicidad auténtica por sexo, permitiendo examinar si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto al impacto emocional del turismo.

10.3 Distribución por grupos de edad

Figura 7 Grupo

etario



La gráfica de barras presenta la distribución porcentual de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa según su grupo etario, permitiendo identificar los rangos de edad predominantes entre los encuestados y, con ello, caracterizar el perfil demográfico del turista promedio.

Los resultados muestran que el grupo etario de 26 a 35 años concentra la mayor proporción de visitantes, representando el 44 % del total. Este hallazgo sugiere que Baños de Agua Santa es un destino preferido por adultos jóvenes, posiblemente debido a su oferta de actividades relacionadas

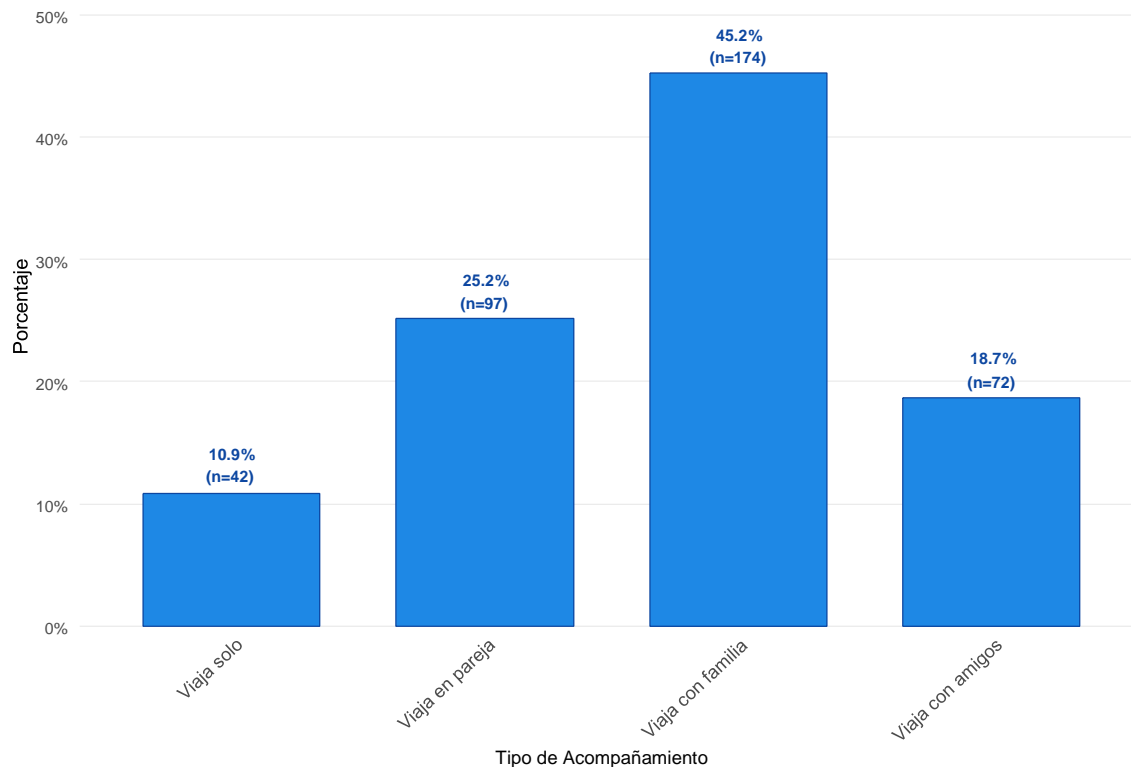
con la naturaleza, la aventura y la recreación activa, las cuales suelen ser altamente valoradas en esta etapa del ciclo vital.

Asimismo, los grupos de 18 a 25 años y de 36 a 45 años también registraron una participación significativa, con 20,4 % y 20,6 % respectivamente, lo que refuerza la presencia mayoritaria de visitantes entre los 18 y 45 años.

En contraste, la participación de personas mayores de 46 años muestra una tendencia decreciente, alcanzando su punto más bajo en el grupo de 56 años o más, con apenas un 4,4 %. Este comportamiento podría estar asociado a factores como menor afinidad con actividades físicas, preferencias por destinos más tranquilos o limitaciones de salud que afectan la disposición para realizar turismo activo.

De modo que, esta distribución por grupos de edad resulta clave para comprender las dinámicas del turismo local, orientar estrategias de segmentación del mercado y analizar cómo las variables, pueden variar según la etapa del desarrollo vital del visitante.

10.4 Distribución por tipo de acompañamiento en el viaje

Figura 8 *Tipo de acompañamiento*

La figura de barras representa la distribución porcentual de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa según el tipo de acompañamiento durante su visita. Esta distribución resulta fundamental para comprender las dinámicas sociales del viaje y su posible relación con los niveles de estrés percibido y felicidad auténtica.

Los resultados indican que el 45,2 % de los visitantes realizó su viaje en compañía de la familia, lo que posiciona al destino como un espacio preferido para el turismo familiar. Este tipo de acompañamiento, al implicar una red de apoyo emocional cercana, suele estar vinculado con experiencias colectivas orientadas al descanso, la recreación y el fortalecimiento de vínculos, lo que en teoría podría contribuir a la reducción del estrés. No obstante, los resultados de esta investigación evidenciaron una correlación positiva pero débil entre la frecuencia con la que se practican actividades turísticas y el nivel de estrés percibido. Esto implica que una mayor

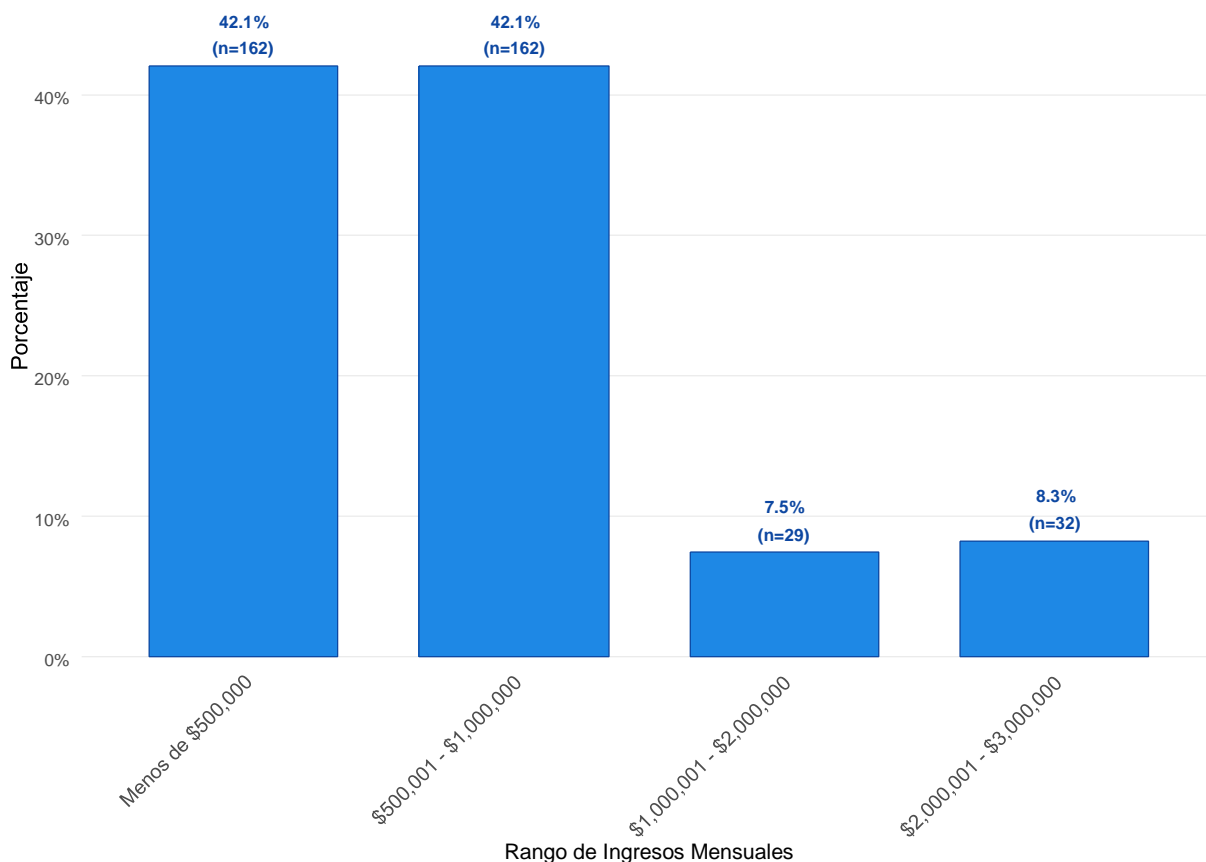
participación en este tipo de experiencias no garantiza necesariamente una reducción del estrés; por el contrario, en determinados contextos podría incluso aumentarlo. Este fenómeno se hace más evidente cuando los viajes están acompañados de exigencias logísticas, expectativas familiares o ciertas limitaciones personales, como el tiempo disponible o el estado de ánimo del visitante.

Por otra parte, el 25,2 % de los participantes manifestó haber viajado en compañía de su pareja, una modalidad de viaje que suele relacionarse con experiencias emocionales positivas, búsqueda de conexión afectiva y momentos de relajación compartida. Le sigue un 18,7 % que indicó haber viajado con amigos, lo que evidencia la importancia del turismo social, especialmente entre los jóvenes y adultos que buscan compartir vivencias, disfrutar de la compañía y vivir aventuras en grupo.

Finalmente, un 10,9 % de los visitantes indicó haber viajado solo. Este grupo, aunque minoritario, resulta de especial interés para el análisis del bienestar subjetivo, ya que el turismo individual suele relacionarse con procesos de introspección, autorregulación emocional o desconexión del entorno habitual.

Estos resultados, en conjunto con la correlación observada, invitan a reflexionar sobre el hecho de que la cantidad o frecuencia de la actividad turística no garantiza por sí sola una mejora en el bienestar psicológico, ya que las condiciones del viaje, el tipo de acompañamiento y las motivaciones individuales también desempeñan un papel determinante.

10.5 Distribución por niveles de ingreso

Figura 9 Niveles de ingreso económico

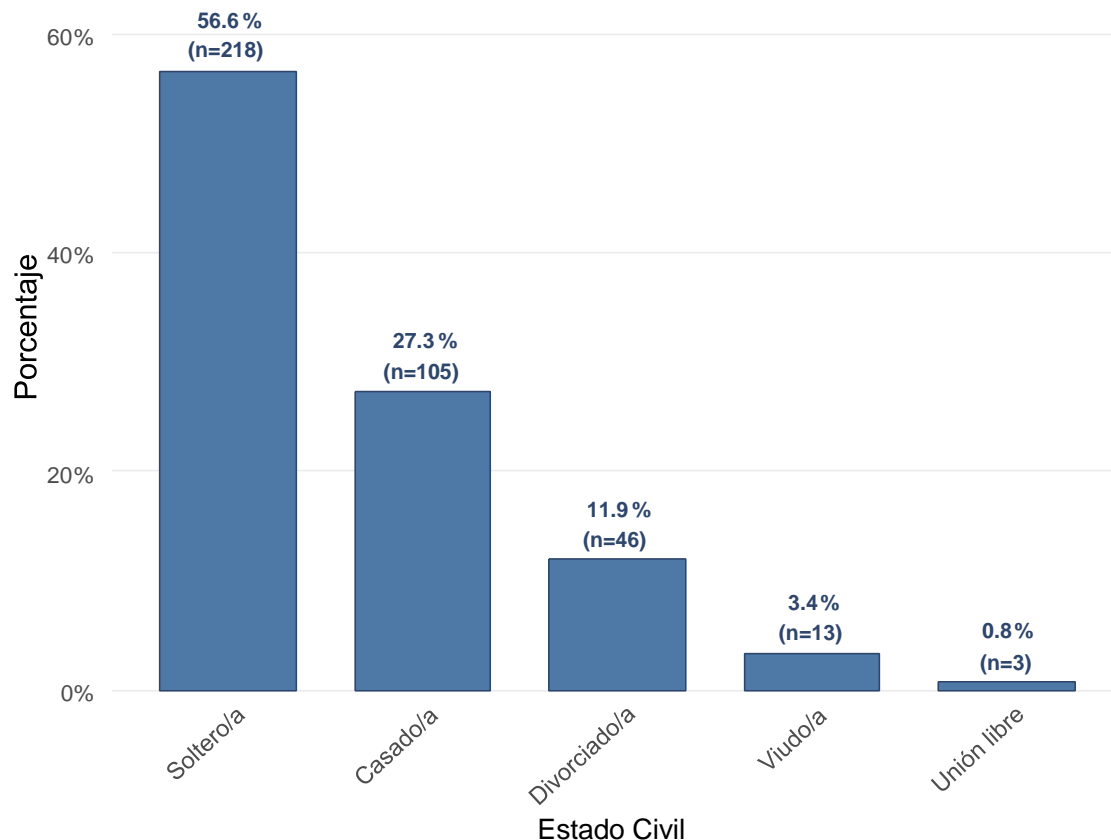
La presente figura de barras muestra la distribución porcentual de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa según su nivel de ingreso mensual, expresado en dólares americanos. Esta variable permite analizar cómo las condiciones económicas influyen en la participación turística, así como en la percepción del bienestar emocional y el estrés percibido.

Mientras tanto la distribución revela que la mayoría de los visitantes (84.2 %) tienen ingresos de hasta \$1.000 mensuales, lo cual indica que el turismo en Baños de Agua Santa es altamente accesible para sectores de ingresos medios y bajos. Esto sugiere que el destino mantiene una oferta turística económicamente inclusiva, lo que refuerza su posicionamiento como un sitio popular y factible a nivel nacional.

En cambio, el 7.5 % de los encuestados declara ingresos entre \$1.001 y \$2.000, mientras que un 8.3 % reporta ingresos entre \$2.001 y \$3.000, representando a los grupos de mayor capacidad adquisitiva. Aunque minoritarios, estos segmentos pueden estar más inclinados a consumir servicios turísticos complementarios como hospedajes de categoría superior, spas, experiencias privadas o tours guiados.

Por ende, el nivel de ingreso es una variable socioeconómica clave en los estudios turísticos, ya que influye directamente en la frecuencia, tipo de actividades elegidas y duración del viaje. Además, investigaciones en psicología positiva han vinculado los recursos económicos con la capacidad para acceder a experiencias gratificantes y mecanismos de manejo del estrés, aunque no siempre con un aumento proporcional en la felicidad según manifiesta (Kahneman & Deaton, 2010).

10.6 Distribución por estado civil

Figura 10 *Estado civil*

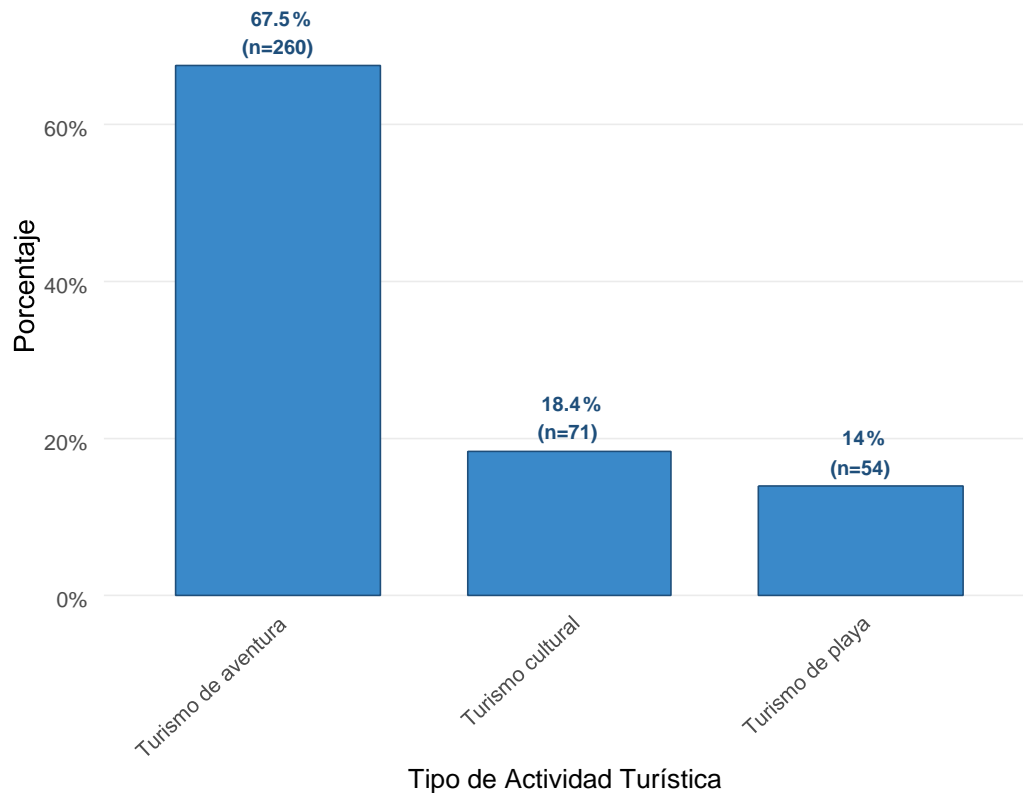
La figura de barras muestra la distribución porcentual de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa según su estado civil, permitiendo identificar características sociodemográficas relevantes de la muestra y explorar posibles diferencias en la actividad turística, el estrés percibido y la felicidad auténtica.

Los resultados indican que una mayoría significativa de los visitantes, el 56,6 %, se identificó como soltera, lo cual sugiere una alta participación de personas sin compromisos conyugales formales. Este grupo podría tener mayor flexibilidad para viajar, mayor disposición para la aventura y apertura a experiencias recreativas, ya sea de manera individual, con amigos o incluso con familiares, lo que no excluye la posibilidad de viajar en compañía pese a su condición civil.

En segundo lugar, el 27,3 % corresponde a personas casadas, lo que refleja la presencia de un segmento familiar dentro de la muestra, probablemente motivado por actividades de descanso, recreación conjunta y desconexión del entorno cotidiano. Esta participación se alinea con los resultados que indicaron un alto porcentaje de visitantes que viajan en familia, lo cual sugiere que muchos de los solteros podrían estar viajando con sus padres, hermanos u otros parientes, en lugar de hacerlo en pareja o por cuenta propia. Así, el acompañamiento familiar no se contradice con el estado civil, sino que refleja la diversidad de vínculos familiares presentes en el turismo actual.

Asimismo, el 11,9 % de visitantes declaró estar divorciado y el 3,4 % como viudo, lo cual sugiere que el turismo también es valorado como una experiencia de bienestar emocional, renovación personal o superación de etapas difíciles. Finalmente, el 0,8 % que se identificó como en unión libre representa una baja incidencia, que podría estar asociada tanto a la forma de autodefinición conyugal como a una menor presencia de este grupo en el contexto analizado.

10.7 Distribución por actividades turísticas preferidas

Figura 11 *Preferencia de actividades turísticas*

La gráfica de barras representa la preferencia de los visitantes según el tipo de actividad turística realizada o deseada durante su visita a Baños de Agua Santa. La información resulta clave para comprender los motivos del viaje, los intereses recreativos predominantes y su posible relación con el bienestar emocional percibido durante la experiencia turística.

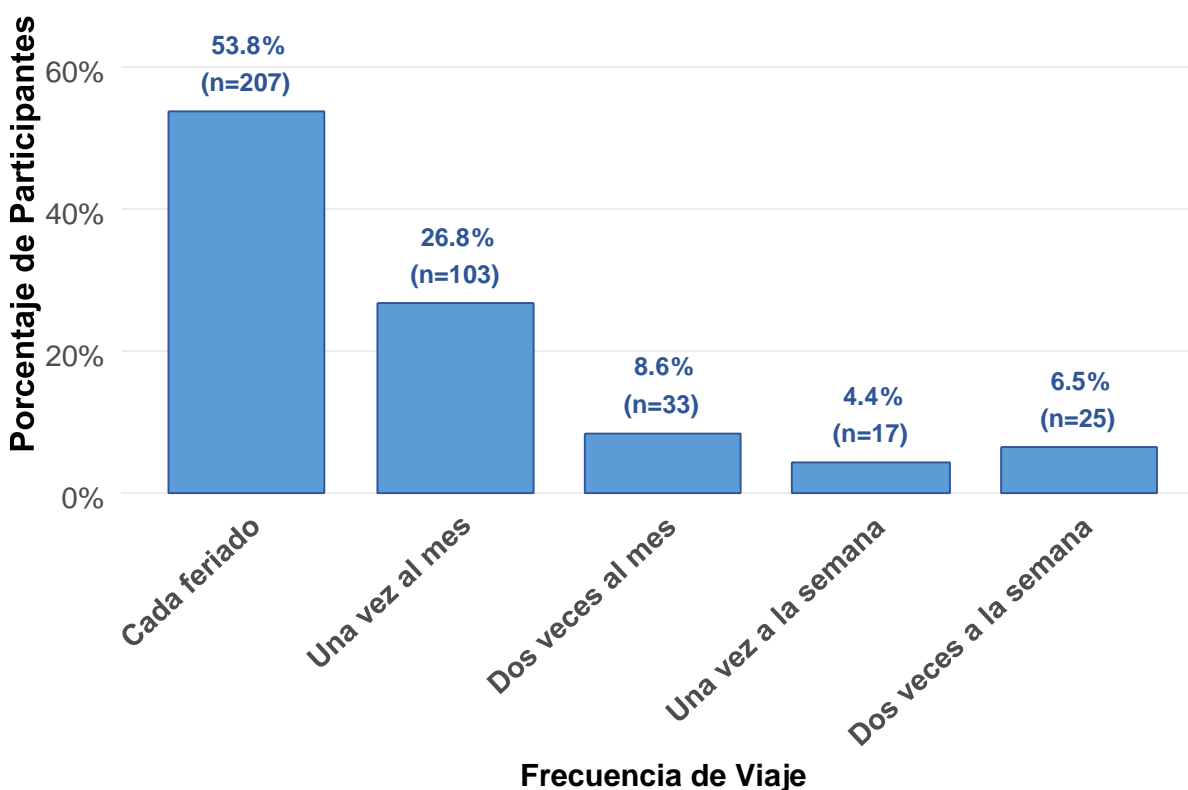
El resultado más destacado es la clara preferencia por el turismo de aventura, elegido por el 67.5 % de los encuestados. Las categorías incluyen actividades como canopy, ciclismo, rafting, caminatas hacia cascadas, tarabitas y puentes colgantes, que son ampliamente ofrecidas en el destino. El hallazgo confirma el posicionamiento de Baños de Agua Santa como un epicentro nacional de turismo activo, especialmente entre visitantes jóvenes y adultos con altos niveles de energía y búsqueda de experiencias intensas.

En segundo lugar, el 18.4 % de los visitantes opta por el turismo cultural, lo cual sugiere una parte de la población interesada en conocer el patrimonio local, la arquitectura religiosa, las festividades tradicionales, la gastronomía y los elementos identificados del cantón. Aunque en menor proporción, este segmento refleja la necesidad de preservar y promocionar los aspectos culturales como parte complementaria de la oferta turística.

El turismo de playa, con un 14.0 %, tiene menor representación, lo cual es comprensible considerando que Baños no es un destino costero. Esta opción puede interpretarse como una preferencia turística general del visitante más allá del destino específico, o como un interés combinado de quienes complementan su viaje con otras regiones del país.

Finalmente conocer las actividades turísticas preferidas permite establecer perfiles de visitantes, identificar segmentos clave para la planificación turística local, y analizar cómo estas elecciones influyen en las emociones positivas, la reducción del estrés y el nivel de satisfacción personal.

10.8 Frecuencia de participación en actividades turísticas

Figura 12 *Frecuencia turística*

La figura de barras presenta la distribución porcentual de los visitantes según la frecuencia con la que practican actividades turísticas. Esta variable resulta fundamental para analizar el nivel de exposición de los participantes al turismo como práctica habitual, y su posible influencia en el estrés percibido y la felicidad auténtica.

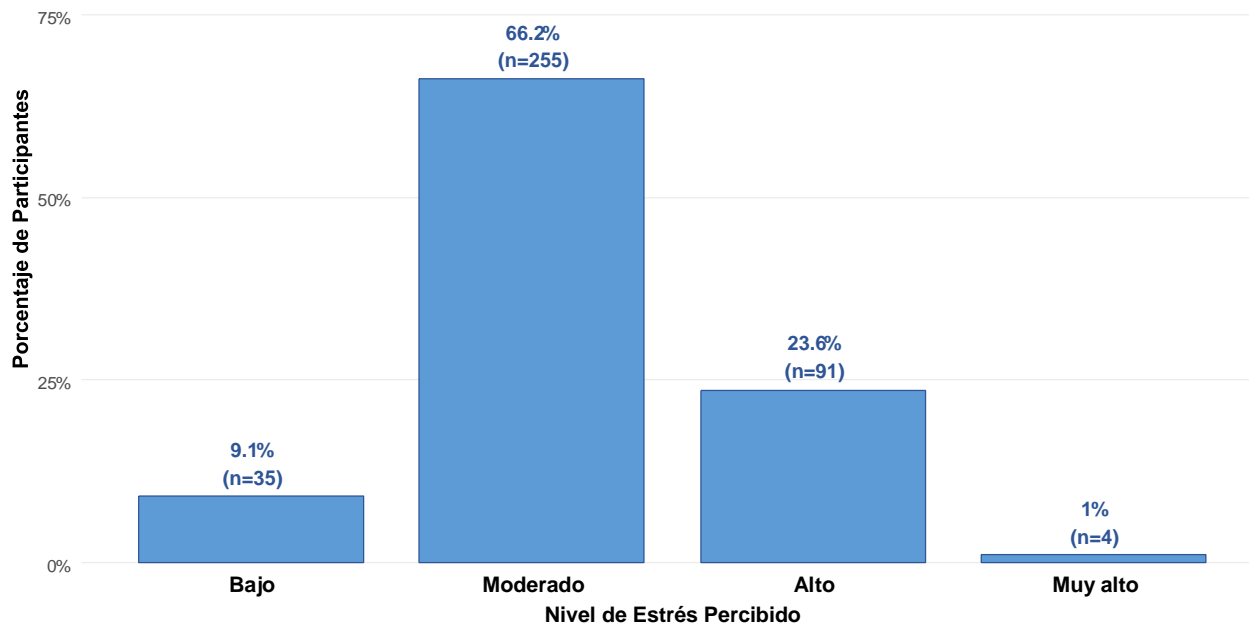
Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados (53,8 %) realiza actividades turísticas únicamente durante feriados, lo que sugiere una práctica esporádica del turismo, aprovechando los días de descanso oficiales para desconectarse del entorno cotidiano. Esta conducta responde al perfil de un turista ocasional, cuya relación con el turismo es episódica, intensa pero limitada en el tiempo.

Un 26,8 % declaró practicar turismo una vez al mes, lo que refleja una frecuencia más regular y planificada, posiblemente asociada a individuos con mayor interés por el turismo como

parte de su bienestar personal. Por su parte, los segmentos que reportaron una mayor frecuencia turística entre, dos veces al mes (8,6 %), una vez a la semana (4,4 %) y dos veces por semana (6,5 %) representan una minoría. Estos grupos podrían corresponder a personas con estilos de vida más activos, residentes cercanos o incluso trabajadores vinculados al sector turístico.

Sin embargo, al analizar la relación entre esta variable y el estrés percibido, no se evidenció una correlación negativa significativa, lo que indica que una mayor frecuencia de actividades turísticas no se asoció con una reducción clara del estrés. Este hallazgo puede explicarse en parte por el bajo nivel general de frecuencia turística entre los visitantes, donde la mayoría participa de manera ocasional. En consecuencia, los efectos del turismo sobre el bienestar emocional podrían ser insuficientes o limitados, especialmente si las experiencias no son sostenidas en el tiempo.

10.9 Distribución de niveles de estrés en turistas

Figura 13 *Niveles de estrés*

Fuente: Datos de la encuesta

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.

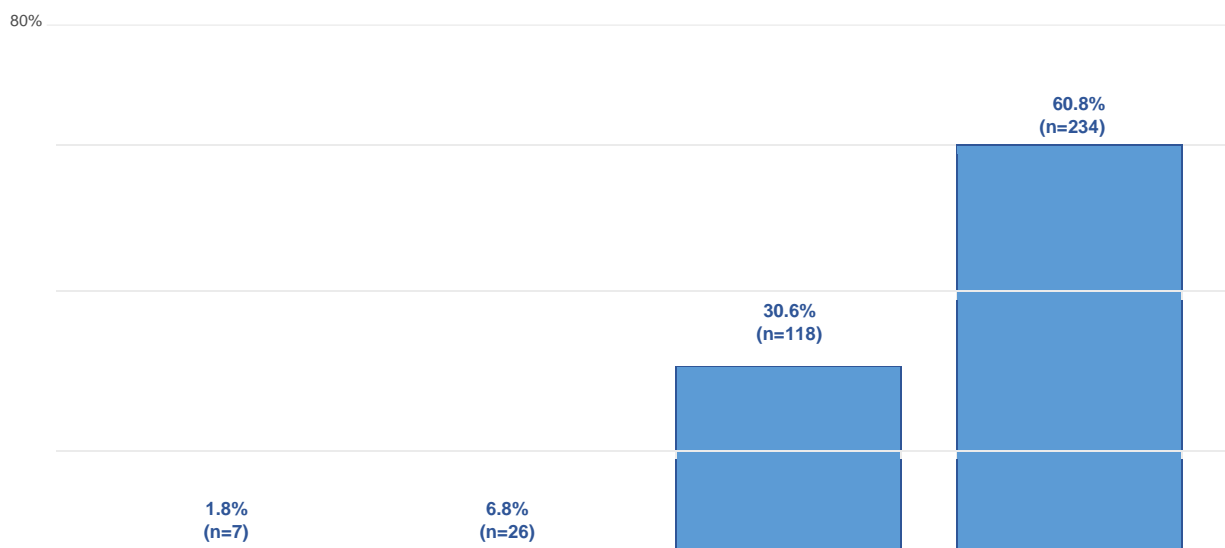
Por otro lado, el 23,6 % de los encuestados manifestó altos niveles de estrés, conformando un grupo que, con mayor probabilidad, busca en Baños de Agua Santa una vía para aliviar tensiones más intensas. Este perfil de visitante resulta especialmente relevante para el diseño de

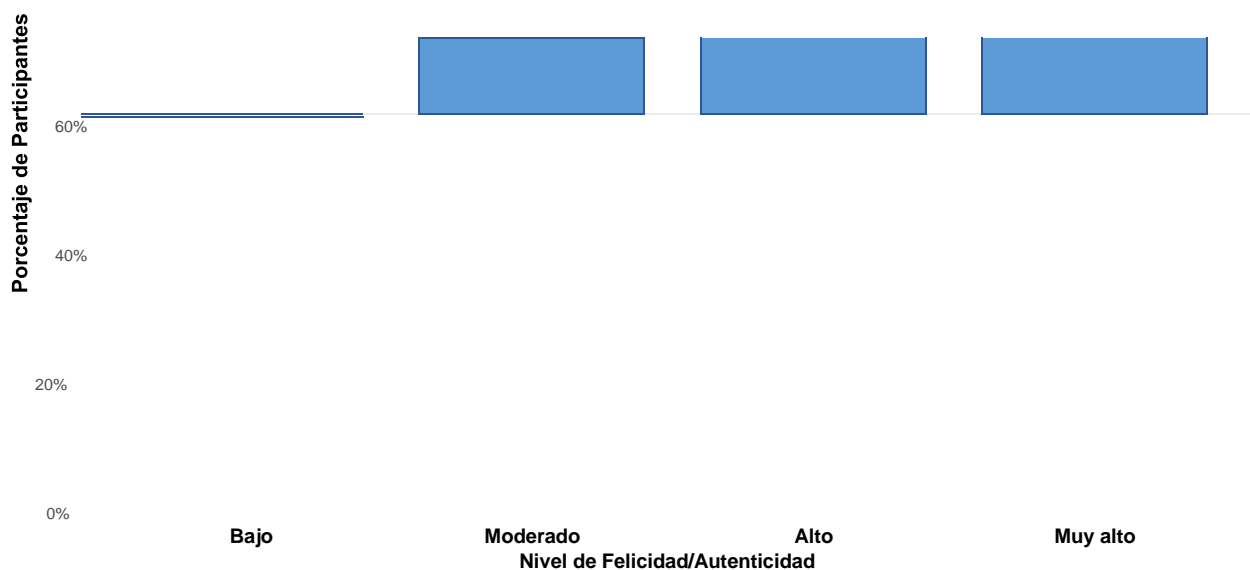
experiencias enfocadas en la salud mental, como el turismo de naturaleza, las aguas termales o las actividades de relajación profunda.

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.

10.10 Niveles de felicidad auténtica en turistas

Figura 14 *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 Baños de Agua Santa genera un impacto positivo inmediato en el estado emocional de los visitantes, posiblemente gracias al contacto con la naturaleza, 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.

10.11 Correlación de las variables de estudio

10.11.1 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 $W = 0.86709$ p-valor = 5.359×10^{-8}

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 $W = 0.98751$ p-valor = 0.4731

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)**

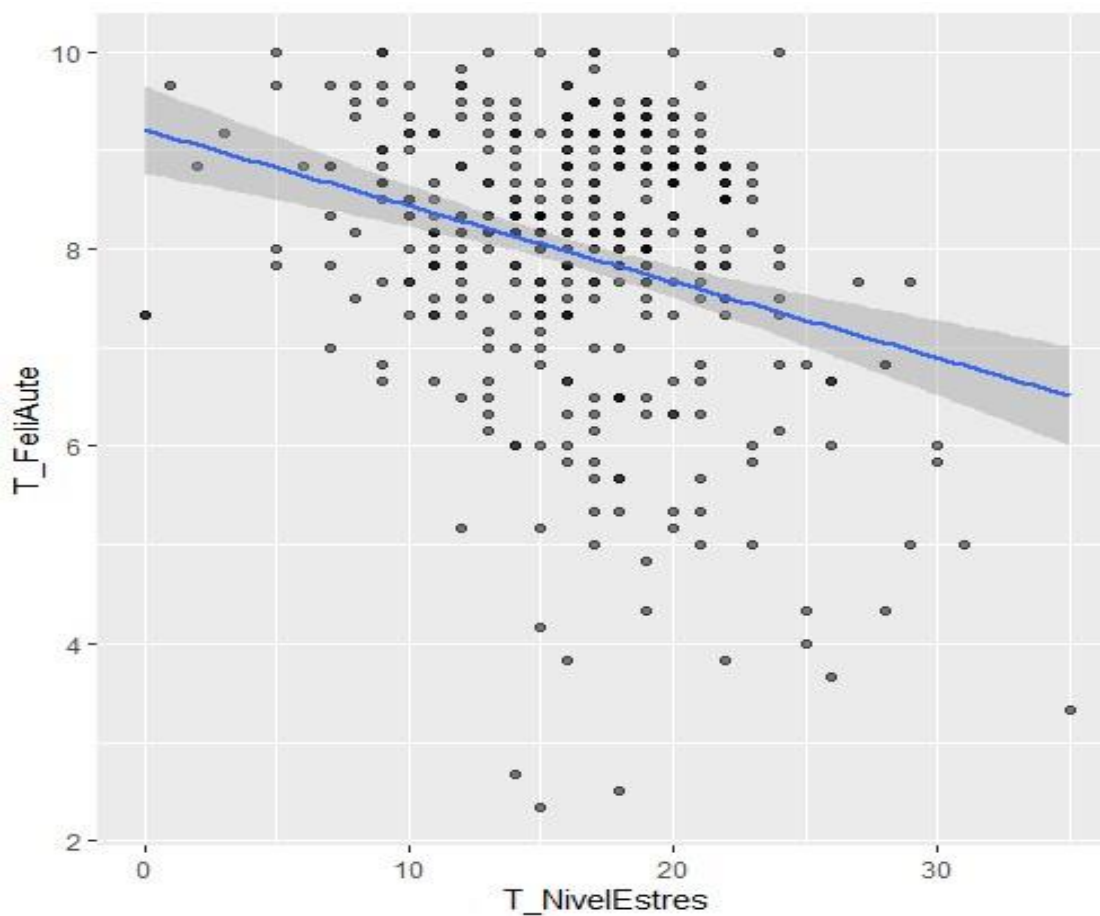
Estadístico W = 0.99247 p-valor = 0.8541

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.

10.11.2 Relación entre estrés percibido y felicidad auténtica

Figura 15 Estrés percibido y felicidad auténtica



Prueba de Pearson

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

-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.

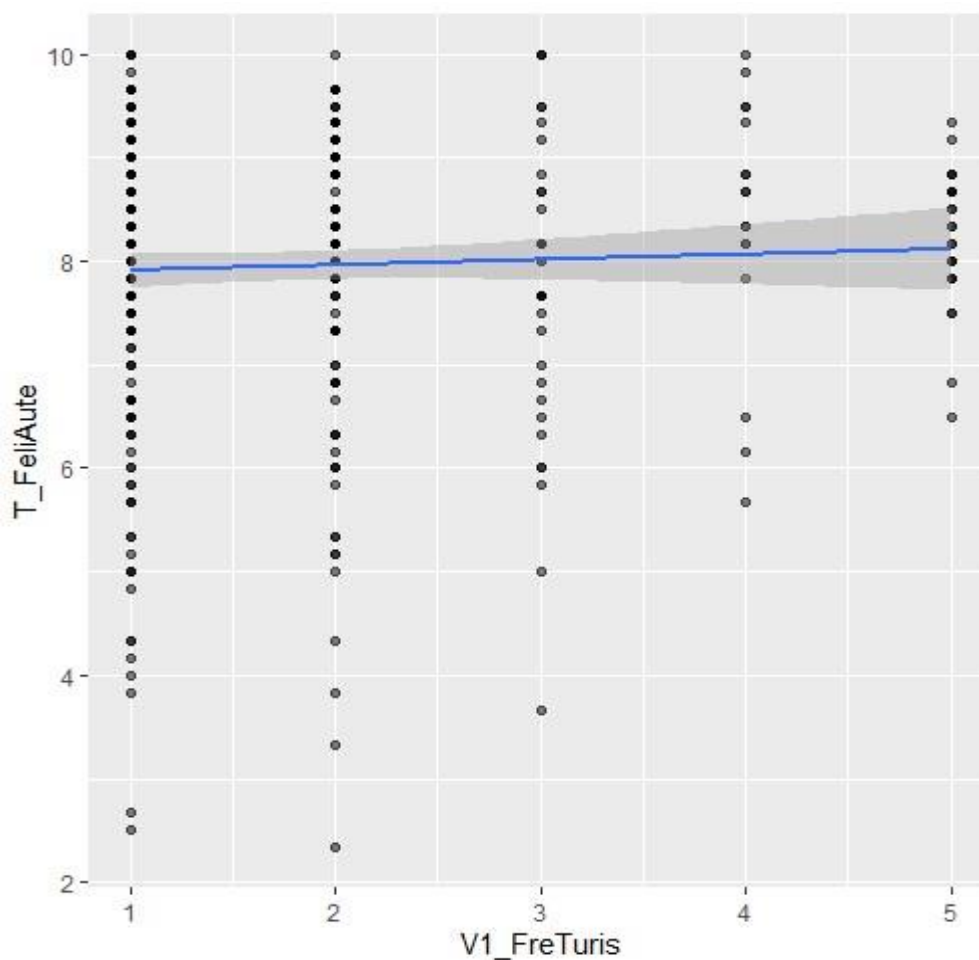
Aunque existe cierta dispersión en los datos (los puntos no están perfectamente alineados), la tendencia general es consistente: las personas que reportaron niveles más bajos de estrés tienden a experimentar mayores niveles de felicidad auténtica. Por el contrario, quienes presentan niveles altos de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

10.11.3 Relación entre frecuencia turística y felicidad auténtica

Figura 16 *Frecuencia turística y felicidad auténtica*



Análisis de Spearman

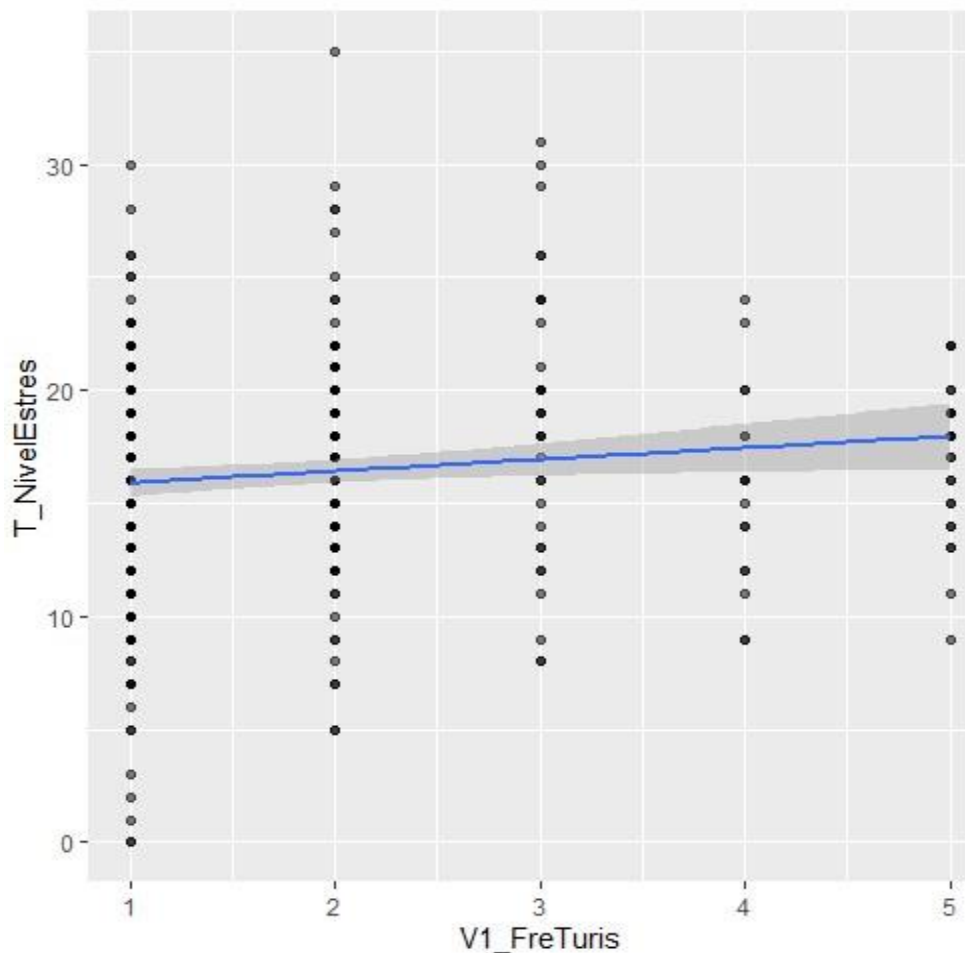
$\rho = 0.0006$ $p\text{-value} = 0.9909$

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.

10.11.4 Relación entre frecuencia turística y estrés percibido

Figura 17 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.

10.12 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 cantón Baños de Agua Santa, 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.

11 IMPACTOS

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

11.1 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 de Baños de Agua Santa. 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.

Negativos:

- Se evidenció trato inadecuado o falta de interés por parte de algunos servidores turísticos, lo que puede afectar negativamente la experiencia del visitante.
- Algunos atractivos presentan costos elevados en relación con la experiencia ofrecida, generando una percepción de desajuste entre precio y calidad.
- Existe una falta de diferenciación entre varios atractivos turísticos, ya que muchos ofrecen temáticas similares, lo que reduce la diversidad de experiencias disponibles para el visitante.

11.2 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.

Negativos:

- Falta de capacitación a los prestadores turísticos para que den un mejor servicio a los visitantes que llegan al cantón.
- Falta del personal con conocimiento para el manejo del sistema turístico.

11.3 Impactos ambientales

Si bien el enfoque principal de esta investigación es psicológico, sus resultados también permiten reflexionar sobre impactos ambientales vinculados al turismo en Baños de Agua Santa. 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.

Negativos:

- Se evidencia una falta de conciencia y gestión por parte de las autoridades y servidores turísticos respecto al turismo nocturno en diversas zonas del cantón, ya que estas afectan a la fauna de algunos atractivos.
- Se identifica una ausencia de estudios previos de impacto ambiental y análisis del entorno por parte de las autoridades antes de la construcción e implementación de nuevos atractivos turísticos, lo cual puede generar afectaciones negativas al ecosistema y un uso inadecuado del territorio.

12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 Conclusiones

La medición del estrés percibido mediante la Escala de Estrés Percibido (PSS) evidenció que la mayoría de los visitantes al cantón Baños de Agua Santa 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 Baños de Agua Santa se posiciona como un recurso que incide favorablemente en el bienestar subjetivo, especialmente si se fomenta su práctica con mayor continuidad y profundidad.

12.2 Recomendaciones

Se sugiere que tanto las autoridades locales como los prestadores de servicios turísticos en el cantón Baños de Agua Santa 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 y circuitos turísticos de baja exigencia física. 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 o servicios integrados de termalismo, 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 incrementan 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.

13 BIBLIOGRAFÍA

- 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/s10902-0485-505>.
- 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 Herald*: https://www.elheraldo.com.ec/banos-sigue-como-destinoestrella/?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/10.1037/10892680.9.2.111>
- 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-desarrolloturistico/>
- 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-lasciencias-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/internationalcovenant-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/instrumentsmechanisms/instruments/principles-protection-persons-mental-illness-and-improvementmental-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. *Journal 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/banoscomienza-el-2025-con-gran-afluencia-de-turistas-que-llegan-principalmente-de-la-costanota/>
- 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>