

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

TURISMO DE SOL Y PLAYA: ALTERNATIVA PARA EL BIENESTAR EMOCIONAL SUN AND BEACH TOURISM: ALTERNATIVE FOR EMOTIONAL WELL-BEING

Luz Angélica Atoche-Silva¹

Universidad Nacional de Frontera

latoche@unf.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-2901-2326>

Víctor Eduardo Horna-Calderón²

Universidad Santo Toribio de Mogrovejo- USAT

vhorna@usat.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3071-5491>

Fátima Rosalía Espinoza-Porras³

Universidad Privada Antenor Orrego

fespinozap1@upao.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-8723-6478>

Atoche-Silva, L; Horna-Calderón, V; Espinoza-Porras, F. (2024). Turismo de sol y playa: alternativa para el bienestar emocional, revista pensamiento transformacional. Volumen(3),126-139.

RESUMEN

Hablar de Turismo en el mundo actual, ya no solo es referirnos a espacios y turistas que se movilizan a lugares diversos, alejados de su ámbito cotidiano, con fines personales, económicos o de ocio, sino también como una búsqueda de tranquilidad en el campo de la salud emocional. El Turismo en zonas costeras es cada vez más frecuente, asociado a la búsqueda del bienestar biológico, mental, social y/o espiritual. La presente investigación tuvo como objetivo principal recopilar evidencia científica sobre el comportamiento emocional de los visitantes en un contexto de sol y playa. Se empleó como método, la revisión sistemática de artículos sobre el Turismo de Sol y Playa, indizados en Scopus, Scielo y Google académico poniendo énfasis en los últimos cinco años. Se destaca la conexión estrecha entre las emociones durante el viaje, las expectativas y vivencias en el destino. Entre sus principales hallazgos se

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

encontró que en estas experiencias cuando resultan positivas generan lealtad, disposición a repetirlas y recomendarlas a otros, mientras que cuando son negativas disminuyen la satisfacción y la probabilidad de su recomendación. En conclusión, reconocer y adaptarse a las dinámicas emocionales son estrategias clave para promover resultados positivos, fortalecer la reputación y fomentar la lealtad y recomendación en la industria turística.

Palabras clave: Turismo de Playa y Sol, Bienestar Emocional.

ABSTRACT

Talking about Tourism in today's world is no longer only referring to spaces and tourists who travel to diverse places, far from their daily environment, for personal, economic or leisure purposes, but also as a search for tranquility in the field of emotional health. Tourism in coastal areas is increasingly common, associated with the search for biological, mental, social and/or spiritual well-being. The main objective of this research was to collect scientific evidence on the emotional behavior of visitors in a context of sun and beach. The systematic review of articles on Sun and Beach Tourism, indexed in Scopus, Scielo and Google academic, was used as a method, emphasizing the last five years. The close connection between emotions during the trip, expectations and experiences at the destination stands out. Among its main findings, it was found that in these experiences, when they are positive, they generate loyalty, willingness to repeat them and recommend them to others, while when they are negative, satisfaction and the probability of their recommendation decrease. In conclusion, recognizing and adapting to emotional dynamics are key strategies to promote positive results, strengthen reputation and encourage loyalty and recommendation in the tourism industry.

Keywords: Beach and Sun Tourism, Emotional Wellbeing.

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

INTRODUCCIÓN

El bienestar emocional es uno de los aspectos con mayor trascendencia relacionado a la salud integral, siendo por ello definido como un estado de equilibrio emocional en el cual los visitantes toman conciencia de sus estados emocionales para lograr el autocontrol que les permita afrontar las adversidades que la vida que le presenta. Así como evidenciar la capacidad de poner en práctica habilidades sociales que favorece una convivencia saludable. Instituciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) considera que el bienestar mental es una habilidad que contribuye al disfrute de la vida, gracias a los recursos internos que permite a las personas hacer frente a los momentos difíciles que surgen en los diferentes ámbitos, permitiendo su adaptación biológica y socioemocional. Dicho de otra manera, es un estado particular que genera en la población conciencia de sus propias emociones y, cómo éstas afectan su vida cotidiana. En países como Colombia el Turismo de Bienestar y Salud se ha convertido en una alternativa de disfrute emocional que se reconoce por un nivel sobresaliente de satisfacción que experimenta la persona, donde cada vez denota un mayor interés por su goce, el cual cada vez más va en incremento.

Alberca (2019) refiere que la actividad turística de bienestar y salud que está relacionada con el disfrute personal, favorece los estados de ánimo, contribuye a la relajación y otorga vivencias de tranquilidad. Así también, propicia el acercamiento a la naturaleza y a la comunidad que le apertura los espacios a explorar, conllevando de manera recíproca a la sostenibilidad de la calidad de vida de los anfitriones. También se reconoce la posibilidad de emprendimiento por las actividades que se generan a nivel económico y social, gracias a la comida y bebida propia de cada lugar, la producción de arte, entre otras. Aquí, se reconoce que el Perú viene sobresaliendo frente al mundo en temas de comidas y bebidas de la diversidad que ofrecen, especialmente en el litoral costero. Esta forma de Turismo de salud emocional es entendida como el conjunto de vivencias que se disfrutan gracias al intercambio de habilidades sociales que se ponen en práctica al visitar lugares de atracción turística, cuyo principal

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

propósito es el de mejorar la salud biológica, equilibrio psicológico, tranquilidad social y goce espiritual (Hernández et al., 2020).

De manera conjunta la Comisión Europea de Turismo (CET) y la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), lanzaron un escrito sobre la actividad turística que favorece la salud, las cuales representan el posicionamiento de los conceptos coherente sobre esta forma de turismo saludable, donde se definen las motivaciones principales que llevan a los visitantes a la búsqueda de alternativas relacionadas con la satisfacción emocional. La actividad turística relacionada a la salud y el equilibrio emocional se ha incrementado de manera en la última década cobrando relevancia en diferentes destinos, sobre todo en zonas costeras. La salud que se ve favorecida por el turismo se considera una oportunidad creciente que a nivel mundial está cobrando significancia en diferentes zonas costeras que lleva a la reflexión a las autoridades para asumir nuevos retos en este tipo de actividades. Según Lehto & Lehto (2019), un estado personal saludable y un nivel de vida relacionado con la práctica deportiva, hobbies, esparcimiento, gustos y preferencias son características que en el mundo actual vienen favoreciendo el desarrollo de modelos de conducta y hábitos positivos vinculados al equilibrio y la armonía personal, cada vez más presentes en las comunidades que van en desarrollo, donde los visitantes que deciden mejorar su salud y bienestar, viajan en tiempo de vacaciones para lograr dicho propósito. Por otro lado, la evidencia científica afirma que los problemas o trastornos psicológicos y sociales que afrontan las personas necesitan de un espacio temporal que los aleje de las situaciones que propician estrés, ansiedad, depresión y otras dificultades que perturban la salud mental.

El vincularse con lo natural, la actividad física, el esparcimiento y la relajación son causas que favorece a la reducción de las dificultades de salud mental, factores que se pueden aprovechar desde un turismo costero, donde el comportamiento emocional de los visitantes a la playa expresan una clara preferencia por entornos relajados que permiten su participación entusiasta en actividades de tipo recreativo como la natación, deportes acuáticos, gastronomía y el disfrute de sol (Pérez, 2018). Además, demuestran un genuino interés por explorar la rica cultura local y las diversas atracciones turísticas, adoptando

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

actitudes proactivas, generando así interacciones sociales las cuales suelen ser amigables para asegurar una experiencia positiva y armoniosa en el destino de sol y playa. En otras palabras, es fundamental que se desarrolle la habilidad del autocontrol y se mejore la atención hacia las normas de seguridad, permitiendo asumir la responsabilidad necesaria para garantizar una experiencia positiva tanto para los turistas como para la comunidad local. Es así, que, como fenómeno global, el turismo en zonas de playa ha ejercido una transformación significativa en la industria turística, atrayendo a millones de visitantes en busca de experiencias relajantes en entornos costeros paradisiacos.

El comportamiento emocional de los turistas de sol y playa ha captado la atención destacada de la investigación científica, dado que este tipo de turismo simboliza una de las alternativas más sonadas de turismo a nivel internacional. En el año 2018, se llevaron a cabo diversos estudios que arrojaron luz sobre el comportamiento emocional de los turistas en destinos de sol y el mar. Estas investigaciones han profundizado en aspectos fundamentales, como la satisfacción del turista, sus emociones tanto positivas como negativas, y su comportamiento en relación con el entorno natural y social del destino (Smith, 2018). En la investigación realizada por Smith, (2018) sobre el comportamiento emocional de las personas que optan por el turismo en destinos costeros para disfrutar del sol y el mar a nivel mundial, se observa una conexión crucial entre la satisfacción del turista y sus experiencias emocionales; por ello, las autoridades deben centrarse no solo en la conservación de los recursos naturales, sino también en la creación de entornos propicios para generar emociones positivas en las conductas del turista, contribuyendo así a la gozo general y al fortalecimiento de la popularidad de los lugares que vienen promocionando este tipo de turismo (Martínez & Rodríguez, 2018).

El Perú, un país que alberga una rica diversidad de destinos costeros, en todo su litoral, desde la costa norte hasta la costa sur, encontramos experiencias culturales diversas debido a su rica diversidad que arroja características culturales, geográficas, gastronómicas y económicas muy atractivas, las cuales influyen directamente en la satisfacción y comportamiento emocional de los turistas que visitan nuestras playas del litoral costero. Piura

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

es una región que, destacada por sus playas, calidez de sus habitantes y atractivos naturales que la han convertido en un destino turístico de creciente importancia. Carvache et al. (2018) resalta las oportunidades y desafíos relacionados con el comportamiento emocional de los turistas en de sol y playa dentro del panorama actual del turismo, facilitando una base consistente para la elaboración de políticas y estrategias por parte de las autoridades que promuevan un enfoque responsable y sostenible en el turismo de las zonas costeras, determinando así oportunidades para los turistas, quienes siempre buscan experiencias personalizadas y auténticas, jugando un papel clave en la configuración del paisaje turístico, especialmente en estos destinos soleados y de playa, permitiendo que sus actitudes e imagen favorezcan el logro del bienestar emocional.

En el contexto de la última década, se ha observado un cambio paradigmático en la investigación turística, orientándose cada vez más hacia la experiencia personal del turista. Este cambio refleja la comprensión de que los estados emocionales juegan un papel primordial en la satisfacción del turista y su lealtad hacia destinos específicos (Matos, 2012). Por esta razón en el presente estudio tiene como propósito mostrar la evidencia científica que explica como el turismo en zonas costeras promueve el bienestar emocional y por ende la salud mental.

Haciendo una revisión de estudios realizados sobre el propósito de esta investigación, encontramos que, en México, Suárez (2023) realizó una investigación con el objetivo de abordar la escasa conciencia sobre los beneficios del turismo de sol y playa en personas que padecen cuadros clínicos de depresión. Se deja en evidencia como el turismo en el litoral costero, se convierte en oportunidades valiosas para las personas que enfrentan síntomas depresivos, ofreciéndoles nuevos espacios que les genera una visión diferente de la vida. El autor reafirma que los viajes repercuten en la canalización funcional de las emociones, sugiriendo un efecto beneficioso sobre la depresión. La investigación se realizó en el Estado de México a través de un enfoque cualitativo en el cual se diseñaron y realizaron las entrevistas en profundidad, las cuales fueron aplicadas a personas residentes en este país. Los datos encontrados reflejan la importancia que se le atribuye a la compañía durante los viajes a las playas, convirtiéndose la práctica turística de sol y playa como una herramienta para romper

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

con la monotonía y como está promueve el bienestar y satisfacción emocional. Este estudio permite comprender cómo el turismo repercute de manera positiva al bienestar emocional y físico de los visitantes que enfrentan el diagnóstico de depresión en un contexto mexicano.

En Bélgica, Severin et al. (2022) realizó un estudio con el objetivo de comprender la manera como las emociones que se experimentan en la playa influyen en el bienestar emocional. El estudio se centra en especificar las experiencias de los residentes costeros y visitantes nacionales e internacionales que viven y visitan Bélgica. Este estudio se realizó de manera cualitativa centrada en comprender la experiencia subjetiva de las personas, En el cual se realizaron entrevistas centrándose en la comprensión que se llegó a experimentar emocionalmente y cómo estas emociones impactan en su bienestar. Las entrevistas duraron entre 40 y 60 minutos y se aplicaron preguntas abiertas y flexibles. El público entrevistado fueron personas de 21 a 25 años visitantes y residentes de la costa de Bélgica. Las estadísticas permitieron visualizar resultados que sugieren que aquellos individuos que residen en proximidad a la costa y visitan regularmente dicho entorno tienden a experimentar emociones positivas de manera consistente. Entre estas emociones se destacan la relajación, una sensación de restauración y asombro, que, de manera conjunta, contribuyen significativamente al bienestar general de la persona. Los investigadores plantean la posibilidad de que ciertos aspectos aborden la razón por la cual aquellos que residen y visitan la playa experimentan niveles altos de bienestar, al brindar un entorno natural que podría propiciar la relajación, mitigar los síntomas del estrés y optimizar el estado de ánimo. Es esencial destacar que este estudio adoptó un enfoque cualitativo, lo que implica que los hallazgos no se generalizan a toda la población. A pesar de ello, estos hallazgos poseen relevancia significativa para los planificadores urbanos y los responsables de políticas, ya que ofrecen perspectivas valiosas para la creación de entornos costeros que favorezcan el bienestar.

En Argentina, Rigonat (2022) realizó un estudio con el objetivo de analizar la valorización del agua de mar como recurso terapéutico a lo largo del tiempo, en el Mar del

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

Plata, producto de la visualización social de una naturaleza proveedora de recursos, que permiten contribuir a la sanación espiritual y física de las personas. La metodología empleada apunta a la interpretación del discurso subyacente en textos provenientes de diversas fuentes como artículos científicos, publicidades, soporte material y digital, pósters en redes sociales del municipio y empresas relacionadas con el contexto nacional e internacional. Finalmente concluye que la Talasoterapia es una alternativa que valoriza los recursos marinos para aliviar o curar enfermedades. Por otra parte, en un enfoque reconocido en el turismo de salud, donde sus efectos curativos se integran en una amplia oferta que incluye técnicas de relajación, hotelería, gastronomía y recreación. Aquí se enfatizan elementos como el sonido del mar, el aire puro y el paisaje, destacando la contribución a la paz, armonía y relajación.

En Brasil, Castro et al, (2021) desarrollaron un estudio con el propósito de indagar el comportamiento y el bienestar de los turistas que disfrutaban del sol y la playa en relación con la sostenibilidad, evaluando cómo influyen las actitudes y los comportamientos habituales en el bienestar sostenible durante los viajes. El estudio es de tipo cuantitativo y se llevó a cabo a través de la técnica de la encuesta, utilizando para ello un cuestionario que fue aplicado a visitantes de la playa de Jericoacoara, Brasil, los cuales ascendieron a 188 visitantes de sol y playa, en la cual dio como resultado que las actitudes favorables hacia la sostenibilidad ejercen una influencia positiva en su comportamiento durante los desplazamientos, mientras que las actitudes fundamentadas en creencias antropocéntricas se asociaron negativamente con dicho comportamiento. Por otro lado, actitudes basadas en creencias exocéntricas, centradas en los recursos naturales y el consumo, tuvieron un impacto positivo en la adopción de prácticas sostenibles durante los viajes; también la participación en comportamientos sostenibles habituales, como el hábito de reciclar, el cuidado del agua y la energía. En conclusión, los turistas que muestran actitudes y bienestar sostenible en su vida diaria tienden a extender estos comportamientos a diferentes entornos durante los viajes; esta conclusión respalda la idea de que las prácticas sostenibles arraigadas en la vida cotidiana pueden extenderse a entornos turísticos.

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

En Ecuador, León et al. (2021) realizó un estudio para analizar los niveles de motivación y de satisfacción del visitante a un destino de sol y playa en el Cantón General Villamil Playas. Para ello emplearon una metodología de tipo cualitativa, empleando la técnica de la encuesta para el recojo de información con un cuestionario que estuvo dirigido a visitantes internacionales y nacionales mayores de 18 años. El instrumento de 15 preguntas estuvo organizado en tres secciones: datos sociodemográficos, valor al destino turístico, expectativa y satisfacción de los turistas, Se aplicaron a 450 encuestados, obteniendo una muestra de 436 encuestas válidas. Concluyeron que los turistas manifestaban un alto nivel de satisfacción en relación a la experiencia vivida en el destino y sugieren que el destino debe explotar su alto nivel de potencialidades ya que fácilmente crea lealtad y satisfacción por parte de los que visitan.

Por otro lado, en México, Jiménez et al. (2021), realizó un estudio con el propósito de proponer una manera de medir el bienestar en destinos turísticos desde la perspectiva del desarrollo humano teniendo en cuenta el diseño de un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) individual. La metodología empleada propone evaluar la calidad de vida desde el índice de desarrollo humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), donde se elaboraron indicadores como los aportes económicos que genera el turismo, la disponibilidad de formación universal y la salud de los proveedores de servicios en destinos turísticos. Estas tres dimensiones se consideran esenciales para el desarrollo humano, debido a que sin ellas el bienestar resultaría difícil de lograr. Los hallazgos para Tapijulapa, reconocido como Pueblo Mágico, muestran que el turismo aporta al bienestar de la gente con niveles medios y altos según el Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) (0,550 y más de 0,800). Al analizar los detalles, vemos que el acceso a ingresos por turismo tiene niveles moderados y altos (0,550 y más de 0,800). La salud está en un nivel alto (0,700 y más de 0,800), mientras que la educación tiene niveles bajos y medios (menos de 0,550 hasta 0,799). Claramente, se necesitan acciones para mejorar el bienestar, especialmente enfocadas en la educación de quienes prestan servicios, a través de la educación y seguridad turística.

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

También en Ecuador, Carvache, et al. (2018) desarrollaron un estudio con el propósito de determinar las motivaciones, valoración y satisfacción del turista en el destino General Villamil Playas de Ecuador, este trabajo se realizó desde la aplicación de una encuesta con muestreo aleatorio simple en los que visitan la zona costera. El instrumento que se diseñó en base a diferentes estudios previos sobre el valor percibido, motivaciones y satisfacción de un destino turístico y se aplicó a visitantes internacionales y nacionales mayores de 18 años que acudieron entre octubre y noviembre de 2016 a la playa Bellavista y a los espacios próximos al Cantón General Villamil Playas. Finalmente, se encontró que es un destino popular para viajes familiares, con motivaciones principales que incluyen disfrutar de la diversidad de platos y bebidas, el sol y la playa, descansar y explorar los atractivos turísticos. Las áreas mejor valoradas en el destino son el sol y la playa, los restaurantes, la hospitalidad local y el alojamiento. Sin embargo, los eventos culturales, espacios de recreación y locales comerciales reciben menos valoración.

Asimismo, Morales et al. (2018) desarrollaron un estudio con el propósito de determinar la correlación entre los atributos que explican la satisfacción percibida del turista y su influencia en la posibilidad de regresar a visitar la zona costera del Cantón Playas – Ecuador. Fue un estudio mixto de corte transversal de tipo correlacional. Para ello, se aplicaron encuestas con muestreo aleatorio simple a 556 turistas seleccionados de acuerdo a sus características sociodemográfica en el malecón de Playas. Se concluye que si bien las variables sociodemográficas, el nivel de educación, país o ciudad de origen e interés por viajar acompañado determinan la elección de un destino turístico. Confirmando de esta manera que los atributos relacionados con la variedad de productos que se le ofrece al visitante, precios, canales de distribución y clima son predictores en el interés de volver a visitar el lugar de destino. También se encontró que la mayoría de los participantes evidenciaron un nivel alto de satisfacción con la variable cercanía. Sin embargo, no resultó significativa que la distancia no es impedimento al momento de seleccionar un lugar de destino.

En Perú, Pare (2021) realizó una investigación con el objetivo de determinar qué tipo

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

de expectativas generan motivación en los turistas que lo impulsan a elegir Puerto Malabrigo y conocer también el tipo de percepción que muestra sobre la experiencia adquirida durante su estadía. Este trabajo con enfoque cuantitativo y diseño no experimental es de corte transversal y descriptivo, para lo cual se diseñó un cuestionario dividido en tres secciones, la primera mide los motivos para visitar un destino costero, a través de 22 ítems; la segunda mide el nivel de percepción de la estadía del turista, mediante 15 ítems y la última sección tuvo ocho preguntas sociodemográficas de tipo cerrado que obtiene los datos generales a una muestra de 321 participantes que frecuentaban el Puerto Malabrigo. Finalmente, la investigación reveló en los que la mayoría de los turistas costeros en Malabrigo son varones y de otros países, con alto nivel educativo e ingreso económico medio - alto. Su motivación principal es disfrutar de deportes acuáticos, la naturaleza y estar acompañados con amigos y familiares. Para concluir estos turistas muestran un fuerte apego a la aventura y la naturaleza, con alto sentido de responsabilidad ambiental. La percepción positiva de Malabrigo como destino turístico sugiere un éxito significativo en términos de calidad de servicio y atracción, con turistas entusiastas y propensos a regresar por la satisfacción emocional y física experimentada.

De la misma manera, Ortiz y Peralta (2019), señalaban que considerar las necesidades del turista es esencial para cumplir con sus expectativas, de manera que se vuelva atractivo para ellos repetir la experiencia del turismo en zonas costeras. Asimismo, indicaban que para alcanzar dicho propósito es necesario garantizar un clima agradable, asegurar la calidad de las playas, ofrecer una variedad de servicios turísticos, brindar seguridad y proporcionar opciones de ocio. Por otro lado, Guardiola (2019), en su investigación señala que, en Santa Marta, las playas y bahías, como Concha, Chengue, Neguanje, Cinto, Cristal, entre otras, son experiencias únicas por sus aguas cristalinas, arenas blancas y vida marina atractiva para el buceo, resultan destinos inolvidables no solo para el disfrute de la naturaleza sino también para el relax y la salud emocional.

CONCLUSIONES

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8
Enero -marzo 2024

El comportamiento de un turista en destinos de playa y sol, se refiere a las tendencias y patrones de viaje de las personas que visitan destinos ubicados en el litoral costero. Estos destinos son populares debido a su clima cálido y soleado, así como a sus hermosas playas y paisajes costeros. El público que visita estos destinos suelen estar interesados en actividades al aire libre, como nadar, tomar el sol, hacer surf, bucear y pasear en bote. Además, suelen también buscar el atractivo de la vida nocturna, lo cual influye en sus elecciones dependiendo de factores como el poder adquisitivo, la influencia social y el nivel de satisfacción.

La presente investigación recopiló evidencia sobre el comportamiento emocional de los turistas de sol y playa, donde se destaca la conexión estrecha entre las emociones durante el viaje, las expectativas y vivencias en el destino. Las experiencias positivas generan lealtad y disposición a recomendar, mientras que las negativas disminuyen la satisfacción y la probabilidad de sugerir dicho destino. Para contrarrestar efectos negativos, se reafirma y valora la importancia de que las instituciones dedicadas al turismo comprendan las necesidades del cliente y se adapten para garantizar experiencias positivas, superando expectativas con servicios de alta calidad y atención personalizada. La anticipación proactiva de inquietudes contribuye a establecer conexiones emocionales positivas. En resumen, reconocer y adaptarse a las dinámicas emocionales son estrategias clave para promover resultados positivos, fortalecer la reputación y fomentar la lealtad y recomendación en la industria turística, lo cual debe ser tomado en cuenta por las autoridades y empresarios para ampliar espacios y oportunidades que favorezca el bienestar de los visitantes y por consiguiente mejorar la economía del lugar.

Tomando en cuenta la perspectiva de Matos (2012), que resalta la relevancia crucial de una buena reputación, la cual experimenta un notable incremento mediante acciones positivas de señalización dirigidas al mercado turístico. Se considera que la gestión efectiva de la reputación, a través de estrategias meticulosamente planificadas y ejecutadas, consolida la imagen positiva del destino, ejerciendo influencia en la satisfacción del turista, a pesar de la naturaleza subjetiva y multifacética de este aspecto. Por lo tanto, el comportamiento turístico que es afectado por factores subjetivos y objetivos y que interactúan con elementos como la personalidad, actitudes, creencias, cultura y estilos de vida del consumidor, deben ser tomados en cuenta en este contexto, ya que la imagen de los destinos turísticos desempeña un papel esencial como el punto de convergencia entre la oferta y la demanda turística.

REFERENCIAS

- Alberca Sialer, F. A. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. *Cultura: Revista de la Asociación de Docentes de la USMP*, (33).
- Carvache et al., (2018). Motivaciones, valoración y satisfacción del turista en un destino de sol y playa de Ecuador. *Revista espacios*, 39(13), 3-16. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Carvache et al., (2018). The tourists demand from the perspective of the motivation, assessment and satisfaction in a sun and beach destination: the manta case, Ecuador. *Geojournal of tourism and geosites*. 22 (2), 561–572.
- De la Cruz, J., Ferrero-Ronda, R., Rivas- Nuila, J. y Cruz-Aguilera, N. (2023). Turismo de bienestar como segmento en crecimiento: una mirada desde los estudios bibliométricos. *ReHuSo*, 8(1), 98-112. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.5080>
- Hernández, C., Bohórquez, M., Nieto, I. y González, H. (2020). Clúster de turismo en salud: Contexto global de este modelo. *Archivos venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 39 (1), 39 – 48. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/clúster-de-turismo-en-saludcontexto-global-este/docview/2407571723/se-2?accountid=37408>
- Jiménez, F., Muñoz, A. y Fuentes, L. (2021). Evaluación del bienestar en los destinos turísticos ¿Cómo aplicar el Índice de Desarrollo Humano? El Caso de Tapijulapa, Pueblo Mágico, Méjico. *Investigaciones Turísticas* (21), pp. 86-105. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.5>
- León Ramírez, F., Fajardo Chalén, S., & Dick Zambrano, N. P. (2021). Análisis y Manejo del contenido de información turística en medios digitales del cantón General Villamil Playas en tiempos de Covid-19. *Historia y comunicación social*, 26.
- Martínez, J.A. (2001). Factores que influyen en el comportamiento de compra del turista. *TURyDES, Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4 (9), 1-13.
- Martínez, S., & Rodríguez, L. (2018). Experiencias culturales en destinos costeros: Un estudio de caso del Perú. *Revista Internacional de Estudios de Turismo*. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3624/2023_M ATPTRU_201_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Matos, R. y San Martín, S. (2012). Análisis sobre la reputación de marca, las emociones y la confianza como formadoras de la satisfacción del turista. *Contaduría y administración*,

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8

Enero -marzo 2024

57(4), 253-286.http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000400012&lng=es&tlng=es

Morales et al., (2018). Nivel de satisfacción e intención de repetir la visita turística. El caso del cantón Playas, en Ecuador. *Información tecnológica*, 29(1), 181-192.

Organización de las Naciones Unidas - Turismo (20 diciembre 2018) La OMT y la CET publican un informe sobre turismo de salud. <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-20/la-omt-y-la-cet-publican-un-informe-sobre-turismo-de-salud>

Organización Mundial de la Salud (17 de junio de 2022) Salud Mental: fortalecer nuestra respuesta. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

Ortiz, J. y Peralta, P. (2019). El turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangue, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU)*, 6(2), 82-90. <https://doi.org/10.26423/rctu.v6i2.494>

Pare, N. (2021). Estudio de la motivación y percepción del turista costero: caso Malabrigo. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3624/2023_MATP-TRU_20-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pereira, M. (2017). ¿Qué convierte a una persona en turista emocional? <https://www.isep.es/actualidad/el-turista-emocional/>

Pérez, et al. (2018). Una revisión sistemática de la capacidad de autocontrol y el rendimiento académico de los estudiantes en la vida universitaria. *Formación universitaria*, 11 (3), 49-62. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000300049>

Rigonat, M.(2022). Procesos de valorización del ambiente marino como recurso terapéutico. una mirada histórica. Mar del Plata. Argentina. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, 16(32), 1-18. <https://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v16n32/2007-8110-crs-16-32-e0001991.pdf>

Rodríguez, L. (2018). "Behaviors and Attitudes of Tourists on Sun and Sand Beaches: A Case Study in Cancun, Mexico." *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 215-230.

Severin et al. (2022). Un estudio cualitativo sobre las emociones vividas en la costa y su influencia en el bienestar. *Revista Peruana de psicología*. 29 (2), 1-4. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9226434/>

REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 3, Número 8

Enero -marzo 2024

Smith, J. “Comportamiento emocional de los turistas en destinos de sol y playa”. Revista de investigación turística, vol. 25, núm. 3, 2018, págs. 45-60.

Suárez, L. (2023). Efectos de los viajes turísticos en personas padecientes del trastorno de depresión en el estado de México [Tesis de Licenciatura, Universidad autónoma del estado de México]. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/139401>

Vera, A. (2023). “Turismo de playa y sol en el litoral de la región Piura”. Revista regional Piura. <https://www.elregionalpiura.com.pe/index.php/elregional-blog/60363-turismo-de-playa-y-sol-en-el-litoral-de-la-region-piura>.