



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Innovación de productos turísticos de la comunidad Santa Teresita en el
cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Turismo

Autor

Solis Garzón, Stefanny Marcela

Tutor

Herrera Chávez, Renato Hernán; Mgs.

Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Stefanny Marcela Solis Garzón, con cédula de ciudadanía 1401238686, autora del trabajo de investigación titulado: “Innovación de productos turísticos de la comunidad Santa Teresita, en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a los 5 días del mes de enero 2026.



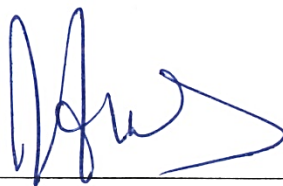
Stefanny Marcela Solis Garzón

C.I: 1401238686

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD SANTA TERESITA, EN EL CANTÓN SUCÚA DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”, bajo la autoría de Stefanny Marcela Solis Garzón; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 8 días del mes de diciembre de 2025



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

C.I: 0602763211

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD SANTA TERESITA, EN EL CANTÓN SUCÚA DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”, presentado por Stefanny Marcela Solis Garzón, con cédula de identidad número 1401238686, bajo la tutoría del Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 5 días del mes de enero del 2026

Mgs. Danilo Paul Quintana Puga
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Daniel Marcelo Guerrero Vaca
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Roberto Carlos Vega Bonilla
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01 : 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Stefanny Marcela Solis Garzón** con CC. **1401238686**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“INNOVACION DE PRODUCTOS TURISTICOS DE LA COMUNIDAD SANTA TERESITA, EN EL CANTON SUCUA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, cumple con el 6% de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de diciembre de 2025



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
TUTOR

DEDICATORIA

Es un honor para mí dedicar este trabajo de investigación a las personas que
estuvieron para mí en cada una de mis decisiones.

Dedico este trabajo a mi Papá Segundo Solis y a mi Mamá Lidia Garzón, quienes, siempre han estado para mí y me apoyaron en toda mi carrera, me apoyaron en las buenas y en las malas, por sus sacrificios para que yo pueda estudiar y ser mejor cada día. A mis sobrinas Cristina y Ayleen, quienes también han sido mi apoyo incondicional y siempre han creído en mí y a pesar de la distancia siempre estaban orgullosas por todo lo que lograba. A mi hermana Daniela por apoyarme también en todo lo necesitaba. También va dedicado a Georgi, mi compañera de cuatro papitas, que siempre a pesar del tiempo me esperaban con mucha emoción, le agradezco por esperarme todo este tiempo y estar ahí
para mí.

Gracias al amor y la paciencia de cada uno de ellos, fue que esto pudo ser posible, gracias por creer en siempre en mí y ser parte de esta etapa. Con cariño y amor les dedico este trabajo.

Stefanny Solis Garzón

AGRADECIMIENTO

Quiero brindar mi más profundo agradecimiento para todas las personas que han sido fundamentales en este proceso.

Agradezco a Dios por guiarme cada día de mi vida y bendecirme, darme paciencia para poder seguir adelante. A Jordy Banegas, quien fue una de las personas más importantes en esta etapa, que a pesar de todo siempre estuvo apoyándome y guiándome con sus consejos para poder mejorar. Agradezco a cada uno de mis amigos que también me apoyaron en cada paso, con sus consejos y siempre por estar ahí. Agradezco a mi Tutor el Mgs. Renato Herrera, por su apoyo y orientación han sido muy importantes en este proceso, por su dedicación y compromiso conmigo durante todo este trabajo, por la paciencia que me tuvo, por sus consejos para mejorar en cada etapa, que sin duda este logro también fue por su invaluable ayuda. Muchas gracias todos.

Con cariño, Stefanny Solis Garzón.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	21
1.1 Introducción.....	21
1.2 Antecedentes.....	22
1.3 Planteamiento del problema.....	24
1.4 Justificación.....	25
1.4.1 Justificación teórica.....	25
1.4.2 Justificación práctica.....	25
1.4.3 Justificación metodológica.....	25
1.5 Objetivos.....	25
1.5.1 General.....	25
1.5.2 Específicos.....	25
CAPÍTULO II.....	27
2 MARCO TEÓRICO.....	27
2.1 Estado del arte.....	27

2.2	Marco teórico	29
2.2.1	Recursos turísticos	29
2.2.2	Atractivo turístico	29
2.2.3	Producto turístico.....	30
2.2.4	Diseños de productos turísticos y turismo sostenible	30
2.2.5	Participación comunitaria	31
2.2.6	Infraestructura turística	31
2.2.7	Servicio turístico.....	31
2.2.8	Innovación turística, marketing y promoción turística	31
CAPÍTULO III		33
3	METODOLOGÍA.....	33
3.1	Tipo de investigación	33
3.1.1	Investigación documental	33
3.1.2	Investigación descriptiva.....	33
3.1.3	Investigación mixta (Cuantitativa y cualitativa)	33
3.1.4	Investigación de campo.....	33
3.2	Diseño de la investigación	34
3.2.1	No experimental	34
3.2.2	Transversal	34
3.3	Técnicas de recolección de datos	34
3.4	Instrumentos.....	34
3.4.1	Herramientas de diagnóstico y análisis estratégico	34
3.5	Población del estudio.....	35
3.5.1	Población de la comunidad	35
3.5.2	Población de turistas	35
3.5.3	Población de autoridades y líderes	35
3.6	Muestra del estudio	36

3.6.1	Muestra de la comunidad.....	36
3.6.2	Formula de población finita.....	36
3.6.3	Selección de la muestra.....	36
3.7	Confiabilidad de los instrumentos.....	37
3.7.1	Confiabilidad de instrumentos de la primera encuesta dirigida a Líderes y Autoridades.....	38
3.7.2	Confiabilidad de instrumentos de la segunda encuesta dirigida a la comunidad Santa Teresita.....	38
3.7.3	Confiabilidad de instrumentos de la tercera encuesta dirigida a los turistas ...	38
3.8	Metodología de aplicación.....	39
CAPÍTULO IV		40
4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
4.1	Diagnóstico	40
4.1.1	Diagnostico turístico situacional de la parroquia y comunidad	40
4.1.2	Ubicación geográfica	42
4.1.3	Macro Localización	43
4.1.4	Micro localización	44
4.1.5	Recursos naturales de flora y fauna de la comunidad Santa Teresita.....	44
4.1.6	Fichas de inventarios turísticos de la comunidad.....	45
4.2	Oferta y demanda turística.....	57
4.2.1	Oferta turística.....	57
4.2.2	Inventario de los Atractivos turísticos.	57
4.2.3	Establecimientos de alojamiento	65
4.2.4	Establecimientos de alimentos y bebidas.....	66
4.3	Demanda.....	67
4.3.1	Perfil del turista	67
4.3.2	Análisis de las encuestas realizadas a líderes y Autoridades	68

4.3.3	Análisis de las encuestas realizadas a la comunidad	74
4.3.4	Análisis de las encuestas realizadas a los turistas	79
4.3.5	Matriz FODA	83
4.4	Productos turísticos innovadores y sostenibles para la comunidad Santa Teresita..	90
4.4.1	Diseño de rutas y paquetes turísticos.....	91
4.4.2	Tabla de la ficha de costos de los productos innovadores	92
4.5	Estrategias de promoción y comercialización de productos turísticos.....	95
CAPÍTULO V.....		98
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
5.1	Conclusiones	98
5.2	Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA		101
ANEXOS.....		106
5.3	Anexo 1. Recursos naturales de la flora y fauna de la comunidad Santa Teresita.	106
5.4	Anexo 2. Encuesta dirigida a Lideres de la comunidad y Autoridades del cantón Sucúa.....	108
5.5	Anexo 3. Encuesta dirigida a la comunidad Santa Teresita.....	113
5.6	Anexo 4. Encuesta dirigida a los turistas.....	116
5.7	Anexo 5. Resultados de las encuestas realizadas a los Dirigentes y Autoridades .	120
5.8	Anexo 5. Resultados de las encuestas aplicadas a la comunidad de Santa Teresita. 140	
5.9	Anexo 6. Resultados de las encuestas realizadas a los turistas.....	155
5.10	Anexo 7. Confiabilidad de los instrumentos.....	172

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de autoridades y lideres.....	35
Tabla 2. Confiabilidad de los instrumentos	37
Tabla 3. Confiabilidad de la encuesta a Lideres y Autoridades.....	38
Tabla 4. Confiabilidad de la encuesta a la comunidad Santa Teresita	38
Tabla 5. Confiabilidad de la encuesta a turistas.....	38
Tabla 6. Metodología para el diseño de un producto turístico comunitario.	39
Tabla 7. Ubicación de la comunidad	42
Tabla 8. Fichas de inventarios turísticos de la comunidad	45
Tabla 9. Segunda ficha de inventario turístico de la comunidad	51
Tabla 10. Inventario de atractivos turísticos	58
Tabla 11. Alojamientos.....	65
Tabla 12. Establecimientos de alimentos y bebidas	66
Tabla 13. Análisis de las encuestas realizadas a los lideres y autoridades de la comunidad	68
Tabla 14. Análisis de las encuestas realizadas a la comunidad.....	74
Tabla 15. Análisis de las encuestas realizadas a los turistas.....	79
Tabla 16. Matriz FODA.....	83
Tabla 17. Matriz EFI	86
Tabla 18. Matriz EFE	88
Tabla 19. Productos turísticos.....	90
Tabla 20. Rutas y paquetes turísticos	91
Tabla 21. Ficha de costos.....	92
Tabla 22. Estrategias de promoción y comercialización	95
Tabla 23. Fauna de la Comunidad Santa Teresita	106
Tabla 24. Flora de la Comunidad Santa Teresita	107
Tabla 25. Sexo.....	120
Tabla 26. Nivel de Instrucción	121
Tabla 27. El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.....	122
Tabla 28. La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.....	123

Tabla 29. Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.	124
Tabla 31. La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente	125
Tabla 32. Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.....	126
Tabla 33. Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza.....	127
Tabla 34. Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita.	128
Tabla 35. Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad.	129
Tabla 36. Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades.	130
Tabla 37. El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.	131
Tabla 38. La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.....	132
Tabla 39. La comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos ofertados.....	133
Tabla 40. Se considera la cultura Shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.	134
Tabla 41. Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local	135
Tabla 42. Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita	136
Tabla 43. Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita.....	137
Tabla 44. Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).	138
Tabla 45. Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.	139
Tabla 46. Sexo.....	140
Tabla 47. Nivel de Instrucción.....	141

Tabla 48. El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.	142
Tabla 49. El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.....	143
Tabla 50. El desarrollo del turismo puede generar empleo para los habitantes de la comunidad.	144
Tabla 51. El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.	145
Tabla 52. El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.....	146
Tabla 53. Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.	147
Tabla 54. Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).....	148
Tabla 55. Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.	149
Tabla 56. La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos).	150
Tabla 57. Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.....	151
Tabla 58. Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.	152
Tabla 59. Es necesario mejorar la infraestructura turística (caminos, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.....	153
Tabla 60. Existe suficiente promoción turística de la parroquia.....	154
Tabla 61. Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.....	155
Tabla 62. Sexo.....	156
Tabla 63. Nivel de instrucción	157
Tabla 64. La comunidad santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan a visitarlos	158
Tabla 65. El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado para actividades turísticas	159
Tabla 66. Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas. .	160
Tabla 67. Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.	161

Tabla 68. El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.....	162
Tabla 69. Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).	163
Tabla 70. Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria.....	164
Tabla 71. Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías).....	165
Tabla 72. Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).....	166
Tabla 73. Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.	167
Tabla 74. Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.	168
Tabla 75. Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.	169
Tabla 76. Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.....	170
Tabla 77. La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.....	171

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sexo	120
Figura 2. Nivel de Instrucción	121
Figura 3. El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.....	122
Figura 4. La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.	123
Figura 5. Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.	124
Figura 6. La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente.....	125
Figura 7. Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.....	126
Figura 8. Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza.....	127
Figura 9. Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita.....	128
Figura 10. Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad.....	129
Figura 11. Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades.	130
Figura 12. El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.....	131
Figura 13. La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.....	132
Figura 14. La comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos ofertados.....	133
Figura 15. Se considera que la cultura shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.	134
Figura 16. Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local.	135

Figura 17. Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita.	136
Figura 18. Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita.....	137
Figura 19. Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).	138
Figura 20. Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.....	139
Figura 21. Sexo	140
Figura 22. Nivel de Instrucción.....	141
Figura 23. El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.....	142
Figura 24. El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.	143
Figura 25. El desarrollo del turismo puede generar empleo para los habitantes de la comunidad.	144
Figura 26. El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.	145
Figura 27. El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.....	146
Figura 28. Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.	147
Figura 29. Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).....	148
Figura 30. Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.	149
Figura 31. La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos)	150
Figura 32. Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.....	151
Figura 33. Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.	152
Figura 34. Es necesario mejorar la infraestructura turística (camino, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.....	153
Figura 35. Existe suficiente promoción turística de la parroquia.	154

Figura 36. Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.....	155
Figura 37. Sexo	156
Figura 38. Nivel de instrucción.....	157
Figura 39. La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.	158
Figura 40. El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado para actividades turísticas.	159
Figura 41. Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas.	160
Figura 42. Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.....	161
Figura 43. El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.....	162
Figura 44. Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).....	163
Figura 45. Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria.....	164
Figura 46. Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías).....	165
Figura 47. Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).....	166
Figura 48. Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.	167
Figura 49. Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.	168
Figura 50. Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.	169
Figura 51. Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.....	170
Figura 52. La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.....	171

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo poder analizar la creación de productos turísticos innovadores como una estrategia con el fin de fortalecer el turismo comunitario y la preservación de la cultura en la Comunidad Santa Teresita, cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago. Dadas estas características del estudio se empleó una metodología de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. Para la recolección de datos se aplicaron encuestas a los líderes comunitarios, a los habitantes de la comunidad e incluso se aplicaron encuestas a los turistas, y para el análisis de estos se aplicó un conjunto de técnicas de estadísticas descriptivas, que ayudaron a poder identificar condiciones actuales de la promoción, infraestructura y la participación activa de la comunidad. Con los resultados obtenidos, se evidencia que existe un gran potencial cultural y natural de la comunidad, así como también se pudo evidenciar limitaciones en la comercialización y promoción turística y con la implementación de estos productos turísticos innovadores ayudara al fortalecimiento del turismo comunitario y desarrollo sostenible de la comunidad Santa Teresita.

Palabras claves: Turismo comunitario, productos turísticos innovadores, cultural y natural, comercialización y promoción.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the creation of innovative tourism products as a strategy to strengthen community tourism and cultural preservation in the Santa Teresita Community, Sucúa Canton, Morona Santiago Province. Given the characteristics of the study, a qualitative, descriptive methodology was used. Data was collected through surveys of community leaders, community residents, and even tourists. A set of descriptive statistical techniques was used to analyze the data, which helped to identify the current conditions of promotion, infrastructure, and active community participation. The results obtained show that the community has great cultural and natural potential, but also reveal limitations in tourism marketing and promotion. The implementation of these innovative tourism products will help strengthen community tourism and sustainable development in the community of Santa Teresita.

Keywords: Community tourism, innovative tourism products, cultural and natural, marketing and promotion.



Reviewed by:
Marco Antonio Aquino
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1753456134

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

El turismo constituye un pilar fundamental para la economía de Ecuador, al generar empleo e ingresos significativos para el país. El turismo sostenible pretende que se conserve los recursos naturales y culturales del sector. El turismo comunitario es una herramienta clave para la sostenibilidad, ya que genera oportunidades y promueve la identidad cultural. El Ecuador es muy conocido internacionalmente por la gran variedad de riqueza natural y cultural.

La Provincia de Morona Santiago se destaca por sus recursos naturales y culturales, como grandes ríos y cascadas, bosques extensos donde hay mucha variedad de flora y fauna, siendo también el hogar de muchas comunidades shuar, la cual es una identidad muy importante para la Amazonía Ecuatoriana. Según el Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021), el cantón Sucúa o también conocido por ser “El Paraíso de la Amazonía” que también cuenta con una variedad de flora y fauna, es un gran potencial para el turismo natural y cultural, en este cantón se encuentra una de sus parroquias más conocidas como lo es la Parroquia Asunción con un gran potencial turístico debido a sus riquezas culturales y naturales como la gastronomía, tradiciones ancestrales y sus artesanías únicas.

En este contexto espacial, la comunidad Santa Teresita enfrenta diversos desafíos, uno de estos es la infraestructura inadecuada, poco desarrollo de sus productos turísticos y promoción sobre estos mismos, la comunidad posee una gran cantidad de recursos culturales y naturales lo que resulta único para ellos, la poca participación activa de la comunidad, escasa gestión y sostenibilidad restringen su potencial como un destino turístico.

Por ello, esta investigación se desarrolló en la comunidad Santa Teresita, perteneciente a la parroquia Asunción, la cual tiene como objetivo diseñar productos turísticos innovadores destacando su riqueza cultural y natural y que estos sean sostenibles y beneficiar a sus habitantes, también se realiza un diagnóstico de los recursos y atractivos de la comunidad para crear propuestas innovadoras que ayuda a fortalecer la gestión turística, el desarrollo sostenible, siempre y cuando se cuente con la participación activa de la comunidad, con el fin de posicionar a la comunidad Santa Teresita como un destino turístico.

En el capítulo I, comprende la introducción y el planteamiento del problema. El capítulo II, contiene las bases bibliográficas y teóricas que sustentan la investigación. Este apartado recopiló y analizó los principales conceptos, teorías, antecedentes y estudios previos relacionados con el estudio sobre innovación de productos turísticos, proporcionando el marco conceptual necesario para orientar el desarrollo de la investigación.

El capítulo III, expone la metodología utilizada en el desarrollo del trabajo de investigación. El estudio se planteó mediante un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, siendo una investigación descriptiva en la que se utilizaron instrumentos como la encuesta para obtener información precisa y detallada.

El capítulo IV, presenta los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los distintos instrumentos de investigación. Primero se observa el diagnóstico situacional turístico de la comunidad Santa Teresita en el cual se habla sobre la ubicación de esta, modalidades turísticas, atractivos naturales y culturales, infraestructura y servicios turísticos, promoción turística, ubicación geográfica, recursos naturales como la flora y la fauna de la comunidad, las fichas de inventarios de atractivos turísticos de la comunidad. En segundo punto tenemos la oferta y la demanda, en la parte de la oferta se analiza esta mismo junto a la tabla de competencias turísticas para la comunidad, en la demanda, se analiza el perfil del turista, las encuestas realizadas a los líderes, la comunidad y a turistas, se elabora y analiza la matriz FODA junto con la matriz EFE y EFI. Como tercer punto tenemos las tablas de productos turísticos innovadores, el diseño de paquetes turísticos y sus rutas, también junto con sus análisis de la ficha de costos de los productos. Finalmente, como cuarto y último punto, tenemos la matriz de las estrategias de promoción y comercialización de estos productos.

El capítulo V, presenta las conclusiones y recomendaciones que se elaboraron basándose en los objetivos propuestos en la investigación.

1.2 Antecedentes

Con respecto a la investigación titulada “El producto turístico comunitario como una estrategia para impulsar la economía” realizada por García (2024), su objetivo realizar análisis más profundos con respecto a las innovaciones sobre modelos sostenibles. En cuanto a su metodología, esta se basa en tres etapas que el mismo sugiere, como el tener una mejor perspectiva innovadora en modelos sostenibles y como poder explorar nuevas maneras de modificar y desarrollar esas innovaciones sostenibles para crear proyectos. Esto nos ayudó a tener una percepción mucho más clara en la metodología para desarrollar los productos turísticos innovadores y que estos sean sostenibles.

Así mismo Velázquez et al. (2023), en su investigación titulada: Innovación y crecimiento verde, una revisión desde la perspectiva turística en la cual su propósito también es poder mejorar las conexiones entre el turismo y la naturaleza con respecto a las eco-innovaciones, esto ayudará a mejorar, mantener una buena sostenibilidad y contribución para crecer. La relación con la presente investigación es que integra criterios de sostenibilidad con el diseño de productos turísticos como un aspecto clave para la comunidad Santa Teresita y otras comunidades rurales.

En cambio, en la investigación de Aguilera et al. (2024), titulada: Sostenibilidad y Destinos Turísticos Inteligentes, se centra un poco más en mejorar e innovar en Destinos Turísticos Inteligentes DTI, también se centra en formar parte de la sostenibilidad. Su metodología se basa en reducir el impacto negativo con respecto a las actividades turísticas sobre el medio ambiente, sociedad y la cultura. Lo que concuerda con esta investigación es que esta puede ser muy significativa en cuanto a cómo proporcionar lineamientos de innovación y contribuir a una mejor gestión turística sostenible y así poder adaptarse a las realidades de la comunidad.

El propósito de la investigación “Estrategias para el posicionamiento de circuitos turísticos” realizada por Rodríguez (2023), es poder mejorar o hacer que esta investigación pueda facilitar y mejorar la influencia turística en base a estrategias que integren el circuito turístico ya sea nacional o internacional y que estas estrategias puedan incrementar actividades que contribuyen al desarrollo socioeconómico. La metodología que emplea es de enfoque cualitativo y descriptivo entre otros más. Se incluyeron estrategias que fueron halladas en base a una incorporación más efectiva con recursos naturales y culturales y que éstas beneficien a comunidades mejorando el turismo. La relación que existe con este estudio es que permite evidenciar la necesidad de poder posicionar a la comunidad como destinos turísticos emergentes mediante productos turísticos más estructurados y relevantes para la comunidad Santa Teresita.

Con respecto a la investigación “Integración regional al mercado turístico global” realizada por Kalvelage et al. (2021), es todo lo contrario ya que esta busca tener una integración mucho más eficiente con las redes sociales para promocionar el turismo y fomentar el crecimiento a través del desarrollo turístico con ayuda de la infraestructura y la conservación. Está considerada a partir de un enfoque mixto que resulto ser clave y muy necesario para el análisis del estudio. Lo que aporta en esta investigación es que es un factor clave para el fortalecimiento del turismo comunitario, ya que este es un elemento que contiene limitaciones en la comunidad Santa Teresita.

En cuanto a la investigación de Márquez et al. (2024), titulada “Tecnología y plataformas digitales en el sector turístico” su objetivo es identificar todas las dificultades y obstáculos que tiene la tecnología, oportunidades que contribuyan a la mejora de las plataformas en el sector turístico, teniendo como metodología mixta y diseños descriptivos. Busca poder fortalecer la competitividad del sector e impulsar a sus proveedores a integrarse en este entorno digital. Esta investigación sería muy fundamental para la presente ya que se puede tener una idea mucho más clara en cuanto a las estrategias de promoción y poder mejorar e incluir en las plataformas turísticas o redes sociales.

Para concluir, la investigación “Procedimiento para la participación comunitaria en el turismo sostenible” realizada por Basso et al. (2023), en su estudio ellos tienen como objetivo el poder diseñar o crear un método para que la comunidad participe en actividades turísticas y para que eso sea posible implementaron métodos empíricos que apoyan a la recopilación y análisis. Estas etapas o métodos son preparatoria, diagnóstico, planificación, ejecución, además de promover la gestión del turismo sostenible. En conclusión, los estudios analizados contribuyen al mejoramiento del turismo sostenible y favorecen la participación comunitaria en actividades turísticas, potenciando el turismo comunitario. Este estudio ayuda al presente, ya que resalta el rol activo de la comunidad en cuanto al desarrollo turístico y es muy importante para la consolidación del turismo comunitario.

En conclusión, la investigación “Participación de los actores sociales en el turismo comunitario” realizada por Suntisig (2024), se centra mucho más en el análisis sobre la actuación de participantes sociales en actividades turísticas con respecto a la organización comunitaria, ya que esto es un fenómeno social y cultural que puede resaltar mucho el patrimonio cultural lo cual es de vital importancia para el crecimiento en el sector

turístico. Esta tiene relación en cuanto a la participación activa de la comunidad o autoridades, siendo así una parte muy importante y el que estos se involucren puede llegar a resultados mucho más eficientes y posicionar a la comunidad como un destino turístico sostenible.

Finalmente, estos estudios analizados ayudaron a tener una percepción más clara con respecto a la importancia de poder innovar, tener mejor sostenibilidad y mejorar la participación comunitaria en el diseño de los productos turísticos, fortalecer el turismo comunitario y la identidad cultural de la comunidad Santa Teresita.

1.3 Planteamiento del problema

La comunidad de Santa Teresita se encuentra ubicada en la parroquia Asunción del cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago. La comunidad cuenta limitaciones que obstaculizan el desarrollo como un destino turístico y a pesar de tener un entorno natural privilegiado y una cultura ancestral importante como es el pueblo Shuar. Según Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Sucúa (2021) la gestión de los recursos locales, la planificación integrada de los sectores productivos son una prioridad para mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo socioeconómico local. Sin embargo, en la comunidad Santa Teresita aun no existen estrategias consolidadas que ayudan a fortalecer el aprovechamiento de sus recursos turísticos tanto culturales como naturales.

Según el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021), dispone orientaciones para promover el turismo comunitario y sostenible a partir de análisis de situaciones actuales como la valorización de recursos locales, diseños de estrategias que contribuyan a la oferta turística del Cantón. En cuanto a la comunidad Santa Teresita, está aún carece de productos turísticos estructurados que ayuden a estos lineamientos, evidenciando así un desfase entre planificación y realidad local.

Una de las principales carencias observadas en la comunidad Santa teresita son que los productos turísticos no están adaptados a las demandas del mercado actual, ya que las experiencias actualmente ofertadas no se encuentran debidamente estructuradas a los elementos culturales y naturales que caracterizan a la comunidad. En cuanto a la definición de la Organización mundial del turismo (2016), el turismo sostenible se define como un enfoque de gestión que integra las dimensiones económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los turistas, lo cual implica una planificación consiente ante el desarrollo turístico.

Otro problema en esta comunidad es la infraestructura turística, los caminos en mal estado, falta de señalética, escasez de servicios básicos, alojamiento limitado y ausencia de información turística. Estos son factores que afectan directamente la experiencia del turista. Estos problemas limitan tanto la llegada como la permanencia de los turistas, creando flujos bajos de visitantes y reduciendo las posibilidades de crecimiento económico para la comunidad.

También tiene una baja participación comunitaria en la gestión del turismo y a pesar de tener poco interés en involucrarse no cuenta con procesos de capacitación, asesoramiento ni mecanismos de organización que le permitan intervenir de forma activa en el diseño y ejecución de actividades turísticas. Esto impide que el turismo sea visto

como una verdadera herramienta de desarrollo económico y social. Finalmente, por estas razones es muy necesario desarrollar productos turísticos innovadores que estén orientados al fortalecimiento del turismo comunitario y sostenible, que ayuden al aprovechamiento de los recursos culturales y naturales de la comunidad.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

Según Rebollo et al. (2011), habla que el turismo sostenible y comunitario, fomenta la utilización eficiente de los recursos tanto naturales como los culturales, también implica la comunicación directa de las comunidades en la administración de su propio crecimiento económico.

Esta investigación tiene como objetivo el poder contribuir en el ámbito académico del turismo con implementación de métodos que sean modernos para la innovación en productos turísticos, conectando con el legado natural y cultural, que existan vivencias relevantes para los turistas y ayude a la discusión acerca de la revaloración de las culturas autóctonas, como lo es la cultura Shuar, en el marco de modelos turísticos éticos y considerados.

1.4.2 Justificación práctica

Según Cañada (2012), el turismo comunitario ayuda a diversificar la economía, fortalecer y preservar la cultural local teniendo en cuenta que el desarrollo de productos turísticos innovadores no solo aportara oportunidades económicas, si no también fomenta la participación activa de la comunidad.

Este estudio solamente busca poder generar impactos mucho más directos con la comunidad, para si identificar estrategias y oportunidades que ayuden al desarrollo turístico, mejorando así la conservación de su patrimonio cultural y natural.

1.4.3 Justificación metodológica

Según Sampieri et al. (2010), el enfoque mixto permite analizar datos estadísticos como lo son las percepciones de los encuestados, la cual alcanza una realidad mucho más clara, facilitando así la confiabilidad de los resultados obtenidos.

El estudio implementa técnicas de encuestas que nos permite analizar fenómenos contemporáneos, siendo útil para territorios que aún no han sido investigados, usando técnicas de participación que promuevan la comunidad en el diagnóstico y el diseño de productos turísticos innovadores.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Diseñar productos turísticos innovadores en la comunidad Santa Teresita del cantón Sucúa, provincia Morona Santiago.

1.5.2 Específicos

- Diagnosticar la situación turística de la comunidad de Santa Teresita para elaborar productos turísticos novedosos, poniendo especial atención en el legado cultural y natural de la región.

- Desarrollar el estudio de la oferta y demanda de productos turísticos innovadores y sostenibles en la comunidad Santa Teresita del cantón Sucúa, provincia Morona Santiago.
- Generar productos turísticos innovadores y sostenibles en la comunidad Santa Teresita del cantón Sucúa, provincia Morona Santiago.
- Establecer estrategias de promoción y comercialización de los productos turísticos innovadores en la comunidad Santa Teresita del cantón Sucúa, provincia Morona Santiago.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

A continuación, se presenta el estado del arte que está basado en diferentes investigaciones de autores que han analizado productos y servicios turísticos, la innovación, participación activa, turismo comunitario y marketing.

Con respecto a la investigación titulada “El producto turístico comunitario como una estrategia para impulsar la economía” realizada por García (2024), su estudio tiene como objetivo lograr un análisis exhaustivo de documentaciones sobre la innovación del modelo de negocio sostenible en los proyectos turísticos ecuatorianos, con una metodología que se basa en la exploración de análisis sobre la innovación del modelo de negocios sostenible y sus procedimientos se da en tres etapas: planificación de la revisión, búsqueda y análisis de contenido, obteniendo como una conclusión el proponer enfoques de innovación en modelos de negocios sostenibles en los proyectos turísticos investigando de manera que rediseñen sus modelos de negocio y que este mismo les permita estudiar nuevas formas de cambiar la propuesta y creaciones sostenibles en los productos turísticos. Al igual que los autores Velázquez et al. (2023), en su trabajo de investigación que tiene como objetivo mejorar la relación del turismo con el crecimiento verde, examinando la influencia de las eco-innovaciones y su aportación a la realización de directrices del crecimiento verde, ocupan la misma metodología concluyendo que es prioritario implantar estrategias para asumir la responsabilidad del crecimiento verde en cualquier sector.

Igualmente, en la investigación de los autores Aguilera et al. (2024), hablando sobre los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) tienen como objetivo alcanzar un acercamiento a la producción científica existente sobre la sostenibilidad en el turismo destacando la importancia de llevar a cabo una implementación real y otra con preceptos de los DTI ajustados a la sostenibilidad y también cuentan con la misma metodología en la cual se obtuvo el siguiente resultado: el poder mitigar el impacto negativo en el medio ambiente, sociedad y cultura que ocasiona las actividades turísticas.

En la investigación de Rodríguez-Serquen (2023), tiene como objetivo identificar estrategias que faciliten el circuito turístico nacional y el posicionamiento del destino turístico de gran nivel que promueva todas las actividades turísticas y mejoren su desarrollo socio-económico, la metodología usada fue la del enfoque cualitativo, transversal, descriptivo y exploratorio que se apoyan en información sobre libros, artículos de revistas y teniendo como conclusión que a través de las estrategias encontradas contribuirán a una mejor incorporación de las comunidades junto con sus recursos naturales y culturales, infraestructura adecuada y promociones que serán beneficiosas para mejorar el turismo.

Por el contrario, en la investigación de Kalvelage et al. (2021), que busca integrar la región en la redes sociales de producción global turística a través del desarrollo de infraestructura, que a diferencia de la investigación reciente, la metodología se fundamenta en enfoques mixtos, que son útiles para analizar la situación actual basada en

fuentes secundarias, sitios web y literatura académica, dando como conclusión que pretende promover el crecimiento de la región mediante el desarrollo turístico a través de la infraestructura y conservación.

Mientras que en la investigación de Márquez et al. (2024), teniendo como objetivo identificar los obstáculos para la tecnología y las oportunidades que pueden contribuir al aprovechamiento de plataformas en el sector turístico, al igual que la primera investigación su metodología es muy parecida a primera, considerando un enfoque mixto y respaldada por un diseño descriptivo, por medio de entrevistas y encuestas, llegando a la conclusión relacionada con consejos orientados a mejorar el objetivo y fortalecer la competitividad del sector, favorecer a los prestadores de servicios a integrarse en el entorno digital.

En el estudio de Hormaza et al. (2020), en el cual su objetivo es diagnosticar la valorización y reconocimiento del patrimonio cultural, su metodología es cualitativa y descriptiva de campo, en la cual se requiere entrevistas, encuestas dando así, como resultado evidencias de la riqueza y diversidad cultural que tiene la cultura manabita. En cambio, en la investigación de Carrera et al. (2024), su objetivo es poder contribuir con el patrimonio turístico cultural y natural del Ecuador, con una metodología que se basa en documentación para establecer un alcance acerca del patrimonio natural y cultural, como resultado muestran que son muy importantes para el aprovechamiento del turismo en diferentes modalidades.

En la investigación de Huaraca et al. (2001), determinan como objetivo llevar a cabo un análisis de la evolución conceptual del turismo comunitario, las particularidades de su gestión y las características del mismo en el Ecuador como modelo a nivel mundial, la metodología que se utilizó como base son las experiencias de turismo comunitario más relevantes del Ecuador y que estas se consideran experiencias consolidadas, según la Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador, los autores llegaron a la conclusión de que el respaldo gubernamental e institucional ha sido un factor clave de trascendencia para la materialización de proyectos e iniciativas las cuales exhiben diferentes etapas en su ciclo de vida, clasificación y niveles de presentación de la oferta y estructuración de la demanda.

Por otra parte, los autores Basso et al. (2023), tienen en su investigación como objetivo principal el diseñar un procedimiento para la participación comunitaria, la metodología se basó en la aplicación métodos empíricos para apoyar el proceso de recopilación de datos y análisis de documentos, entrevistas semiestructuradas y lluvia de ideas. Estos autores llegaron a la conclusión de elaborar las siguientes fases de procedimiento: Preparatoria, diagnóstico, planificación, ejecución y, finalmente, el monitoreo y evaluación, fundamentales que contribuyen a una gestión eficiente del turismo sostenible.

Finalmente, según Suntisig (2024), su trabajo de investigación tiene como objetivo principal realizar un estudio sobre la participación de los actores sociales dentro de la organización comunitaria en cuanto a las actividades turísticas, en su metodología realizó una investigación mixta y a su vez aplicó entrevistas a dirigentes de la comunidad obteniendo como conclusión que el turismo comunitario es un fenómeno social y cultural

en donde destaca la memoria histórica colectiva, proceso estructurales para el desarrollo turístico.

En la investigación de Robalino et al. (2021), tiene como objetivo conocer y analizar las herramientas de gestión de marketing digital utilizadas para la promoción turística del cantón Pasaje, la metodología utilizada es de un enfoque cualitativo en base a revistas, artículos científicos y entrevistas con el fin de establecer una correcta implementación de planificación, desarrollar el proceso de promoción turística y observación para determinar los aspectos principales que influyen sobre la gestión de contenidos promocionales en los sitios webs y redes sociales obteniendo como resultados aspectos positivos los cuales ayudaron a la mejorara de la promoción de los distintos lugares turísticos del cantón.

Así mismo, en la investigación de Mendes et al. (2013), su objetivo es analizar las innovaciones en la promoción turística en los medios y redes sociales, sitios de internet de gestión de destinos turísticos nacionales e internacionales, teniendo como metodología igual que en la investigación mencionada anteriormente, que es el enfoque cualitativo basada en documentos, revistas, dando como conclusión el poder identificar que tipos de plataformas son las más utilizadas para lo que corresponde a promoción turística online.

Por otro lado, la investigación de Meriño et al. (2021), su objetivo es definir la capacidad de innovación con respecto a la promoción del sector turístico en el Atlántico, y con una metodología basada en documentales sobre la innovación turística para facilitar información sobre el impulso al turismo como una actividad que da muchos beneficios en cuanto a la economía y conciencia en los recursos naturales y como estas deben ser aprovechadas, llegando a la conclusión de que el potencial turístico es un aspecto muy importante para el crecimiento económico y de promoción de recursos naturales, todos estos como un factor clave en el turismo y fortaleciendo la sostenibilidad en el mercado turístico.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Recursos turísticos

Según Lew (1987), los recursos turísticos son elementos que atraen el interés del viajero fuera de su residencia habitual, abarcando paisajes, actividades y experiencias memorables. Así mismo, Lundberg (1985) y Bonn (1986), concuerdan, definiendo a los recursos turísticos como la capacidad de atraer turistas. En cambio, Sharpley (2009), define como el núcleo de la actividad turística, no solo por ser el motivo principal por la que los turistas viajan y se alojan en ese destino, sino además como un impulsor de beneficios, empleo y desarrollo regional. Esto ayuda a que se pueda conocer los recursos turísticos que tiene la comunidad, poder realizar el perfil de turista para nuestra investigación y saber que productos turísticos valdría la pena innovarlos.

2.2.2 Atractivo turístico

Según Hu et al. (2005), un atractivo turístico es un factor económico que funciona respecto a principios comerciales. Por otro lado, Leiper (1990), define con un sistema formado por tres componentes: Un turista, un elemento central y un elemento informativo y que sin estos no es considerado un atractivo turístico. A diferencia, Navarro (2015)

define como todo aquellos componentes naturales, culturales o realizados por el hombre combinando con los recursos turísticos son capaces de promover un desplazamiento a un destino turístico determinado. La relación con esta investigación fue que al momento de poder enumerar los atractivos turísticos pertenecientes a la comunidad Santa Teresita se podía lograr tener algo mucho más claro para el diseño de los productos turísticos innovadores y sostenibles.

2.2.3 Producto turístico

Meldlik et al. (1973), definen el producto turístico como el conjunto de actividades que conforman la experiencia turística completa. Sin embargo, Acerenza (2004), no es más que elementos materiales e inmateriales que se ofrecen con el fin de satisfacer las necesidades y experiencias de los turistas. Mientras tanto, Milio (2004), define como la fusión de bienes y servicios, recursos e infraestructura que se agrupan de forma que proporcionen beneficios a los clientes, las expectativas y que estén disponibles para ser consumidas en el mismo momento. El producto turístico en relación con la investigación es una clave muy importante ya que, para poder diseñar estos mismo se necesitaría saber cuáles son las actividades, bienes y servicios que esta comunidad posee, tener claro a que se refiere con los productos.

2.2.4 Diseños de productos turísticos y turismo sostenible

El diseño de productos turísticos es un proceso estratégico que está orientado a estructurar experiencias que involucren recursos culturales y naturales de un lugar para así poder satisfacer las necesidades de turistas y traer beneficios para la comunidad. Según Serra (2003), define que el diseño de productos turísticos innovadores responde a la necesidad de revitalizar la oferta turística para evitar el deterioro, por lo que esta etapa cumple un papel fundamental dentro de este proceso. El turismo es uno de los sectores más innovadores, sin embargo, dicha innovación aún no está lo suficientemente consolidada. Los productos turísticos están compuestos por elementos como son los atractivos turísticos, servicio, infraestructura, accesibilidad y actividades, en los cuales estos deben integrarse de manera armónica para generar experiencias únicas. Los destinos comunitarios son muy fundamentales para el fortalecimiento de la identidad cultural, la participación activa de la comunidad siempre sea muy responsable y sostenible antes los recursos locales.

Mientras que, la Organización mundial del turismo (2017), define al turismo sostenible como aquel que analiza las consecuencias actuales y futuras, sociales, económicas y medioambientales para atender las demandas de los visitantes del sector y comunidades anfitrionas. Este promueve un mayor equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación natural y la prevención del patrimonio cultural. El turismo sostenible tiene tres dimensiones que son fundamentales como: sostenibilidad económica, social y ambiental que están orientadas a la conservación de los recursos tanto cultural como natural.

En conclusión, el diseño de productos turísticos y turismo sostenible mantienen una relación directa ya que incluyen en la planificación de productos turísticos el poder favorecer el desarrollo local y conservar los recursos. La comunidad Santa Teresita

representa una oportunidad favorable para mejorar el turismo sostenible y conservar la identidad cultural.

2.2.5 Participación comunitaria

Según Touson (2006), define que la participación comunitaria es un proceso a través del cual las comunidades locales participan activamente en la planificación, desarrollo y toma de decisiones en cuanto al turismo. Así mismo, Sanabria (2001), define como un enfoque social a través del cual los grupos o diferentes sectores se involucren en los procesos económicos, sociales, culturales y políticos de la localidad. Mientras tanto, Galeana et al. (2003), define como un término que está relacionado con los procesos de desarrollo local y que este orientado a fomentar la iniciativa de los actores locales en la superación de obstáculos presentes en la comunidad.

2.2.6 Infraestructura turística

Según Covarrubias (2015), define a la infraestructura turística como un suministro de bienes y servicios con que cuenta un territorio con el propósito de conseguir a la población facilidades óptimas con el propósito de mantener sus estructuras sociales y productivas como servicios básicos, transporte, vías de acceso y otros servicios. Mientras que, Leiva et al. (2004), la definen como el conjunto de equipamiento e instalaciones que posibilitan la permanencia del turismo en una localidad.

2.2.7 Servicio turístico

Según Castellucci (2016), define que en el turismo existe la prestación de un servicio y producto, considerando que un servicio es una actividad que busca satisfacer una necesidad y por lo general es intangible, y que el consumidor desea tanto el producto como el servicio sean de calidad necesaria para preservar la visita a un lugar turístico. Así mismo, León (2003), describe como un conjunto que complementan el producto principal y que facilitan el desarrollo de la actividad turística integral ya que estas son actividades recreativas, alojamientos, transporte.

2.2.8 Innovación turística, marketing y promoción turística

Según Gálvez et al. (2012), definen que la innovación para el fortalecimiento de un producto turístico existente es fundamental para conseguir una ventaja competitiva que les permita posicionarse favorablemente en el mercado. Esto no solo busca revitalizar la oferta turística, sino que también busca obtener ventajas competitivas que ayuden a los destinos turísticos a posicionarse en la industria turística.

Santander (2013), dice que las actividades de marketing y desarrollo empresarial guardan relación con los niveles de innovación y que a su vez mejoran la eficiencia en las actividades de la cadena de valor y facilitando el proceso de posicionamiento. Este también se relaciona directamente con las estrategias de promoción y comercialización.

Por otro lado, Cruz et al. (2007), señala que el marketing digital es el conjunto de estrategias orientadas a la promoción de destinos turísticos en la web, las cuales permiten mejorar la información a los turistas y organizaciones turísticas públicas y privada.

Según Kotler et al. (2016), dice que la promoción turística es una herramienta muy clave que contribuye a los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de

un destino. también integra estrategias para publicidad de un destino con el objetivo de poder fortalecerlo en un mercado turístico.

Finalmente, estos conceptos se complementan perfectamente ya que estas requieren de muchas técnicas de promoción que estén alineadas a su valor agregado, y así lograr atraer turistas y conservar la identidad del destino fomentando su desarrollo sostenible y ayudaría para las estrategias que se crearan en base a los productos turísticos innovadores diseñados para la comunidad Santa Teresita.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Investigación documental

Según el autor Alfonso (1995), la investigación documental es un método científico que recolecta datos y los analiza, también capta información encontrada de algún tema o investigación en específico. A diferencia de lo planteado por Bisquerra (2004), dice que la investigación documental se basa en la abstracción de información cualitativa, permitiendo así un cotejo de fuentes narrativas combinándolas con diferentes fuentes de información. Por consiguiente, esta investigación fue de tipo documental, basándose en la recolección y análisis de datos de diversas fuentes como libros y artículos científicos, lo cual permitió respaldar la información utilizada.

3.1.2 Investigación descriptiva

Para Guevara et al. (2020), la investigación descriptiva es el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, en la que utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes. Por ello, la investigación fue de tipo descriptivo, empleando datos y características para el diagnóstico y análisis de recursos, atractivos turísticos, condiciones actuales que identificó oportunidades, también se consiguió información actualizada de la comunidad Santa Teresita.

3.1.3 Investigación mixta (Cuantitativa y cualitativa)

Neill et al. (2018), establece que el enfoque cualitativo “abarca el estudio, uso y recopilación de una variedad de materiales empíricos-estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, entrevista, textos – que describen las etapas habituales y problemáticas y los significados en la vida de los individuos” (p. 75). En cuanto al enfoque cuantitativo parte de un conjunto de datos evidenciables. Del Canto y Silva (2013), la describen como “el uso de recolección de datos para probar hipótesis con base a medición numérica y el análisis estadístico, para determinar modelos de comportamiento y examinar teorías” (p. 28). Para esta investigación que se llevó a cabo en la comunidad Santa Teresita, perteneciente al cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago fue mediante un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) que ayudó a obtener un análisis mucho más completo con evidencia objetiva.

3.1.4 Investigación de campo

Según los autores Forero et al. (2022), la investigación de campo es una fase para facilitar la comprensión y permitiendo así al investigador observar y analizar mejor el fenómeno en un contexto natural. Por lo cual en esta investigación de campo se pudo obtener información primaria mediante encuestas y entrevistas a personas de la comunidad, visitantes y actores turísticos.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 No experimental

Según los autores Sampieri et al. (2014), el diseño de investigación “No Experimental” se basa en no alterar de manera intencional las variables, sino en poder estudiar un fenómeno en su contexto original y desarrollar un análisis posterior. El diseño de esta investigación fue no experimental, ya que no se manipularon las variables, sino que se limitó a realizar un análisis de la situación actual de la Comunidad Santa Teresita.

3.2.2 Transversal

Según el autor Setia (2016), dice que los diseños transversales se llevan a cabo en un tiempo determinado en realizar un análisis de la información a través de la variable en su momento permitiendo una información más detallada. Por eso, esta investigación transversal fue en un periodo determinado y se obtuvo una fotografía exacta de la situación actual de la comunidad.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Según Sampieri et al. (2014), las técnicas de recolección de datos son las herramientas utilizadas para obtener la información relevante para la investigación, como entrevistas y encuestas, nos permiten obtener información relevante para la investigación de una manera mucho más sistemática. En este estudio se utilizaron encuestas estructuradas para poder medir de manera cuantitativa toda la información que se necesitaba recolectar como a los turistas, a la comunidad e incluso a líderes de la comunidad.

- **Encuestas:** En la presente investigación se recolectó información a base de encuestas, a líderes parroquiales y autoridades del cantón, a la comunidad y otra a los turistas que la visitan.

3.4 Instrumentos

Los instrumentos ocupados es el cuestionario con respecto a la variable de estudio, también se tiene la escala de Likert. Según Likert (1932), esta cuenta con opciones numéricas del 1 al 5 en la cual el más bajo es Muy insatisfecho, luego Insatisfecho, Neutro, Satisfecho y las más alta que es el numero 5 es Muy satisfecho. Estos instrumentos fueron aplicados directamente a todos los participantes ya mencionados.

- **Cuestionario de encuestas:** el primer cuestionario se aplicó a los turistas que llegan a la comunidad, y el segundo se aplicó a los moradores de la comunidad y el tercero a turistas. Estas tenían preguntas muy claras en cuanto a toda la información que se necesitaba saber para la investigación.

3.4.1 Herramientas de diagnóstico y análisis estratégico

- **Ficha de Inventarios de atractivos turístico:** Siguiendo los lineamientos de Ministerio de Turismo (2015), estas fichas nos ayudaron a poder clasificar toda la información como: ubicación, descripción, tipo de atractivo, accesibilidad y como se encuentra.
- **Inventario de atractivos turísticos:** Se realizó un registro detallado de los atractivos turísticos del cantón y otras parroquias.

- **FODA:** Siguiendo la metodología propuesta por el autor Fred (2013), la matriz FODA se aplicó para poder evaluar la situación actual de la comunidad y se analizó todos los factores internos y externos de la comunidad como las fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas de esta.
- **Matriz EFI:** Siguiendo la metodología del autor Wheelen et al. (2007), nos ayudó a evaluar factores internos (fortalezas y debilidades) y se asignó una calificación a cada factor del 1 al 5 según la relevancia en este desarrollo turístico, esto ayudo a tomar decisiones que sean mejor para la comunidad.
- **Matriz EFE:** Siguiendo la metodología del autor Wheelen et al. (2007), nos ayudó a evaluar actores externos (Amenazas y oportunidades) y se asignó una calificación para determinar el impacto y desarrollo estrategias que ayudó a mejorar todo lo negativo y tomo las mediadas recurrentes para cualquier riesgo.
- **Ficha de costos:** Según (Reyes, 2023), las fichas de costos turísticos se enfocan más en costos y gastos de los servicios. Esto nos ayudó a que el diseño y propuesta de los productos sea viable y sostenible para la comunidad Santa Teresita.

3.5 Población del estudio

3.5.1 Población de la comunidad

El trabajo de investigación se realizó en la Provincia de Morona Santiago, específicamente en el cantón Sucúa, dentro de la comunidad Santa Teresita, perteneciente a la Parroquia Asunción. Según datos del Plan parroquial de desarrollo y ordenamiento territorial de asunción 2014-2019 (2014) cuenta con una población de 386 habitantes conformados mayoritariamente por miembros de la cultura shuar.

3.5.2 Población de turistas

Para esta población se tomó en cuenta el ingreso de turistas al cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago, el número de turistas que ingresan es de 16869 según datos del Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

3.5.3 Población de autoridades y lideres

Se tomó en cuenta a autoridades del cantón, lideres de la Parroquia y dueños de los lugares turísticos de la comunidad y dentro de esta se pudo contar con la ayuda de 4 personas que ocupan diferentes cargos para nuestra investigación.

Tabla 1.

Población de autoridades y lideres

Instituciones	Autoridades	Número de autoridades
GAD CANTONAL SUCÚA	Gerardo Utitiaj	1
GAD PARROQUIAL ASUNCION	Romel Taant	1

CASCADAS KINTIA PANKI	Elías Akachus	1
RESERVA ECOLÓGICA TUNTIK NUNKEÈ	Galo Puwainchir	1
Total		4

Nota: Elaboración propia

3.6 Muestra del estudio

3.6.1 Muestra de la comunidad

Según la fórmula de los autores Hernández et al. (2021), se realizó una muestra de la población finita de 386 habitantes de la comunidad Santa Teresita, cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago.

3.6.2 Formula de población finita

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Población

E= Margen de error

E/2= Elevado a la potencia 2 (margen de error al cuadrado)

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

p= Proporción de la población

q= Probabilidad de fracaso o en contra

Datos:

N= 386

E= 0,05 (5%)

Z= 1.96 (95%)

p= 0,50

q=0,50

En base a los datos y usando la fórmula para sacar la muestra, con un margen de error de 0,05 %, un nivel de confianza con un 95% y p con una probabilidad de ocurrencia del 0,50% e igual q con una proporción esperada de fracaso de 0,50 % y con esto se obtuvo un total de 193 personas residentes de la parroquia las cuales fueron encuestadas.

3.6.3 Selección de la muestra

Según el Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021), realizó una muestra de 16869 turistas que ingresan al cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Población

E= Margen de error

E/2= Elevado a la potencia 2 (margen de error al cuadrado)

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

p= Proporción de la población

q= Probabilidad de fracaso o en contra

Datos:

N= 16869

E= 0,05 (5%)

Z= 1.96 (95%)

p= 0,50

q=0,50

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * (16869)}{(16869) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$
$$n = \frac{16.200.98}{43.13}$$
$$n = 369.47 \cong 369$$

En base a los datos y usando la fórmula para sacar la muestra, con un margen de error de 0,05 %, un nivel de confianza con un 95% y p con una probabilidad de ocurrencia del 0,50% e igual q con una proporción esperada de fracaso de 0,50 % y con esto se obtuvo un total de 369 turistas que visitan la comunidad Santa Teresita.

3.7 Confiabilidad de los instrumentos

Para identificar la confiabilidad de los instrumentos de evaluación se utilizó el programa de STATA16. Cabe destacar que para la validez de los instrumentos debe ser mayor o igual a 0,70 según lo determina la siguiente tabla de valores.

Tabla 2.

Confiabilidad de los instrumentos

Alfa de Cronbach (α)	Consistencia interna
Coficiente alfa >0.9	Excelente
Coficiente alfa >0.8	Buena
Coficiente alfa \leq 0.7	Aceptable
Coficiente alfa >0.6	Cuestionable
Coficiente alfa >0.5	Pobre
Coficiente alfa \leq 0.5	Inaceptable

Nota: Elaboración Propia

Para Hernández et al. (2014), el coeficiente de Alfa de Cronbach es un instrumento que permite calcular la confiabilidad, el cual se refiere al grado de correlación existentes

entre los reactivos de una escala, incluidos en una encuesta o cuestionario, se correlacionan entre sí, el coeficiente debe oscilar entre valores de 0 a 1, donde 0 es nula confiabilidad y 1, perfecta confiabilidad entre los ítems. Según Oviedo et al. (2005), para que los reactivos presenten una buena consistencia interna, los valores del coeficiente Alfa de Cronbach deben estar entre 0,70 y 0,90.

En el trabajo de investigación, los valores obtenidos del coeficiente de Alfa de Cronbach fueron los siguientes: en primera instancia, la primera encuesta que fue dirigida hacia las Autoridades y Líderes con un valor de 0,81 representa una elevada confiabilidad entre los reactivos; por otra parte, la segunda encuesta dirigida a la comunidad Santa Teresita, presentó un valor de 0,79 lo cual demuestra que existe una aceptable correlación entre los ítems; en cuanto a la tercera encuesta dirigida a los turistas, su valor fue de 0,84 indicando que se encuentra en una elevada confiabilidad. Los valores obtenidos en el coeficiente de Alfa de Cronbach demuestran que el instrumento a utilizar para el estudio es confiable, es decir, que cada una de sus secciones con sus reactivos presentan correlación entre sí.

3.7.1 Confiabilidad de instrumentos de la primera encuesta dirigida a Líderes y Autoridades

Tabla 3.

Confiabilidad de la encuesta a Líderes y Autoridades.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,816	18

Nota: Elaboración Stata16 con datos de la encuesta

3.7.2 Confiabilidad de instrumentos de la segunda encuesta dirigida a la comunidad Santa Teresita

Tabla 4.

Confiabilidad de la encuesta a la comunidad Santa Teresita

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,791	14

Nota: Elaboración Stata16 con datos de la encuesta

3.7.3 Confiabilidad de instrumentos de la tercera encuesta dirigida a los turistas

Tabla 5.

Confiabilidad de la encuesta a turistas

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,843	14

Nota: Elaboración Stata16 con datos de la encuesta

3.8 Metodología de aplicación

Según el autor García (2017), dice que para poder diseñar un producto turístico comunitario se realiza a través de las siguientes fases:

Tabla 6.

Metodología para el diseño de un producto turístico comunitario.

Fases	Etapas	Actividades	Técnicas e instrumentos
1. Diagnóstico turístico situacional de la Parroquia	1. Análisis de la situación turística.	1. Levantamiento de información de la situación turística actual.	Documental. Revisión de documentos
	2. Inventario de los atractivos turísticos.	1. Inventarios de los atractivos turísticos.	De Campo. Ficha de inventario.
2. Estudio de la oferta y demanda turística	1. Análisis de la oferta competitiva.	1. Identificación de la oferta turística. 2. Inventario de atractivos turísticos como oferta (Recopilación y registro de información).	Ficha de inventario.
	2. Análisis de la demanda.	1. Identificar la demanda turística. 2. Elaboración del perfil del turista. 2. Elaboración de la matriz FODA.	De Campo Encuestas. Matriz FODA. Matriz EFI. Matriz EFE.
3. Diseño del Producto turístico innovador y sostenible.	1. Diseño del producto.	1. Diseños de las rutas. 2. Descripción de las rutas. 3. Elaboración de los paquetes turísticos.	Ficha de costos.
	2. Definición del precio.	1. Confección de fichas de costos.	
4. Promoción y comercialización del producto turísticos comunitario	1. Promoción.	1. Estrategias de promoción.	*Lluvia de ideas.
	2. Comercialización.	2. Estrategias de comercialización.	

Nota: García (2017).

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Diagnóstico

4.1.1 Diagnóstico turístico situacional de la parroquia y comunidad

En la provincia de Morona Santiago se encuentra el cantón Sucúa, lo cual este cantón destaca por tener un territorio extenso y poseer un entorno cultural y natural adecuado para el desarrollo turístico. Este cantón también conocido como “El paraíso de la Amazonía” también cuenta con una gran biodiversidad, clima tropical húmedo y varias comunidades Shuar y Achuar, en la cual presentan tradiciones ancestrales que enriquecen y contribuyen en la oferta cultural. Este ofrece atractivos naturales como extensos bosques, ríos, cascadas y actividades de aventura, experiencias culturales que pueden aprovecharse para productos turísticos sostenibles. En este cantón también resalta la belleza de sus paisajes y su riqueza natural, cultura y gastronomía tradicional. Finalmente, este cantón cuenta con varias parroquias junto con sus comunidades y esta investigación está centrada en una comunidad llamada Santa Teresita la cual se encuentra ubicada en la Parroquia Asunción. Plan de Desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

La parroquia Asunción, tiene diversos elementos tanto culturales como naturales que fortalecen la oferta turística local. Esta parroquia cuenta con atractivos turísticos comunitarios, en donde muchas familias ofrecen y brindan experiencias en cuanto a actividades turísticas, gastronomías, danzas y rituales, lo cual demuestra que tiene un gran potencial turístico sostenible, comunitario y vivencial ya que al estar ubicada estratégicamente en la Amazonía Ecuatoriana le otorga un potencial importante para el desarrollo del turismo. Sin embargo, esta también cuenta con limitaciones en planificaciones turísticas parroquiales como la poca articulación entre las instituciones públicas lo que ha evitado el aprovechamiento de los recursos que posee. Esta situación tiene la necesidad de llevar a cabo diagnósticos un poco más exhaustivos para impulsar el turno en la parroquia.

La parroquia también está conformada por varias comunidades rurales, entre ellas Santa Teresita, un pueblo Shuar que conserva un entorno natural y cultural de gran riqueza, lo cual representa una oportunidad significativa para el desarrollo turístico sostenible, especialmente en las modalidades de ecoturismo, turismo cultural y de aventura, Sin embargo, al tener estos atractivos no quiere decir que han sido aprovechados de una manera positiva, lo que limita su desarrollo turísticos como la falta de productos innovadores que estén estructurados, mala organización turística, infraestructura, poca promoción turística para poder reconocer a la comunidad con un destino turístico sostenible y comunitario según el Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Sucúa (2021).

4.1.1.1 Modalidades turísticas y recursos disponibles

El turismo comunitario ofrece experiencias culturales y naturales, convivencia directa entre los turistas y la comunidad, permitiendo así hacer conocer todos sus saberes

ancestrales, talleres de artesanías, danzas, rituales, gastronomía tradicional, música tradicional y hospedaje en la Conservación Ecológica Tuntiak Nuunké, Ministerio de turismo (2018),

El ecoturismo en la parroquia Asunción y la comunidad santa Teresita ofrece experiencias en ríos, cascadas y bosques húmedos, senderismos, promoviendo así la observación de una gran biodiversidad de flora y la fauna siempre y cuando no causen impactos negativos en el entorno, Ministerio de turismo (2018).

El turismo cultural es un punto clave ya que promueve experiencias únicas con respecto a sus ritos, músicas, danzas y su gastronomía, permitiendo así también fortalecer su identidad local y mejorando así su oferta turística para la parroquia y comunidad.

4.1.1.2 Atractivos naturales y culturales

Los atractivos naturales de la comunidad Santa Teresita cuentan con Cascadas, ríos y bosques extensos para promover el ecoturismo y turismo de aventura, ya que estos permiten que los turistas tengan una experiencia única en el sector amazónico, contribuyendo así la conservación de la naturaleza de una manera mucho más sostenible siempre y cuando con estrategias que ayuden a que esto se cumpla de manera positiva.

Los atractivos culturales de la comunidad cuentan con rituales, músicas, danzas, artesanías que pueden ayudar a crear experiencias únicas para los visitantes.

También cuenta con una gran variedad de gastronomía tradicional que enriquece y mejora la experiencia del visitante fortaleciendo un turismo vivencial.

Por lo tanto, estos recursos naturales y culturales son muy clave para que la comunidad ya puede ayudar a la oferta turística y posicionarse como un destino turístico reconocido. Según el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (2020).

4.1.1.3 Infraestructura y servicios turísticos

La infraestructura turística es limitada ya que esta carece de señalética, centros de información turística y servicios básicos adecuados en algunos sectores, ausencia de servicios básicos como en alojamiento, alimentación y transporte turístico son escasos especialmente en comunidades más pequeñas como Santa Teresita, lo que afecta la experiencia del visitante.

Los servicios de alojamiento y alimentación en muchos casos son muy informales afectando así a la experiencia turística del visitante y evita la posibilidad de una estación, por eso es muy necesario mejorar los servicios en infraestructuras básicas que son muy necesarios para mejorar la competitividad y sostenibilidad. Ministerio de Turismo (2018).

4.1.1.4 Promoción turística

La promoción turística es casi nula, hay poca sistematización de datos sobre la demanda turística, lo que dificulta el diseño de políticas públicas. A pesar de ello, se reconoce un interés creciente por parte de las comunidades en participar en procesos turísticos y en recibir capacitación, lo que representa una oportunidad para el impulso del turismo comunitario.

En la comunidad Santa Teresita es muy nula la promoción turística, lo que esto con lleva a que no sea una comunidad reconocida antes cualquier turista, la falta de estrategias para mejorar y resaltar al turismo sostenible y comunitario también viene a sea un factor muy grave, dificultado así planificaciones turísticas y toma de decisiones para poder diseñar políticas públicas que ayudan a mejorar el crecimiento turístico sostenible de la comunidad. Ministerio de Turismo (2018).

4.1.2 Ubicación geográfica

La comunidad Santa Teresita está situada en la parroquia Asunción, cantón Sucúa, en la provincia de Morona Santiago, región Amazónica del Ecuador. Se encuentra ubicada aproximadamente a 15 minutos del centro urbano del cantón, conectada por una vía de segundo orden, la comunidad forma parte del territorio ancestral del pueblo Shuar, uno de los pueblos originarios más representativos de la Amazonía ecuatoriana.

La comunidad Santa Teresita se encuentra una con presencia de bosques tropicales, quebradas, riachuelos y una gran diversidad de flora y fauna propia del ecosistema amazónico. Su altitud media es de alrededor de 900 metros sobre el nivel del mar, lo que le otorga un clima cálido y húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 21 °C y 27 °C durante todo el año, ideales para actividades ecoturísticas y vivenciales. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Asunción (2014).

La comunidad está compuesta principalmente por Shuar, quienes aún conservan prácticas culturales, rituales, cocina y conocimientos tradicionales. Pese a su abundancia natural y cultural, se encuentra con restricciones en la infraestructura de carreteras, servicios fundamentales y acceso a tecnologías de comunicación, lo que supone un desafío para el crecimiento turístico ordenado y sostenible. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Asunción (2014).

Tabla 7.

Ubicación de la comunidad

Continente	América
Subcontinente	América del Sur
País	Ecuador
Región	Amazonía
Provincia	Morona Santiago
Cantón	Sucúa
Parroquia	Asunción
Comunidad	Santa Teresita

Nota: Elaboración Propia

4.1.6 Fichas de inventarios turísticos de la comunidad

A continuación, se encuentran dos fichas de inventarios turísticos de la comunidad Santa Teresita, parroquia Asunción, cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago. El primero pertenece al atractivo llamado Cascadas Kintia Panki, y el segundo Conservación Ecológica Tuntiak Nuunke, en estas encontraremos información muy relevante con respecto a estos atractivos.

Tabla 8.

Fichas de inventarios turísticos de la comunidad

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
Código del atractivo	Morona Santiago	Sucúa	Asunción	Natural y cultural	Recurso Hídrico	Cascadas	II	Cascadas Kintia Panki
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1. DATOS GENERALES								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico								
Cascadas Kintia Panki								
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo		
Natural y Cultural			Recurso hídrico			Cascadas		
2. Ubicación del atractivo								
2.1 Provincia			2.1 Cantón			2.3 Parroquia		
Morona Santiago			Sucúa			Asunción		
2.4 Comunidad			2.5 Calle Principal			2.6 Numero		
Comunidad Santa Teresita			Vía Santa Teresita			N/A		
2.7 Transversal			2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud		

N/A	-2.48°	-78.18°
2.10 Altura (msnm)		
570 a 3690 msnm		
2.11 Información del Administrador		
a) Tipo de administrador	b) Nombre de la Institución	c) Nombre del Administrador
Comunitario	Asociación Comunitaria	Elías Akachu
d) Cargo que ocupa	e) Celular/teléfono	f) Correo electrónico
Guía	0959745556	N/A
Observaciones:		
3. Características del atractivo		
3.1 Características climatológicas		
a) Clima	b) Temperatura	c) Precipitación Pluviométrica (mm)
Húmedo – tropical	22° C	Alta 2000mm
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)		
a) Cultura	b) Naturaleza	c) Aventura
X	X	X
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico		
a) Prístino	b) Primitivo	c) Rustico Natural
X	NO	X
d) Rural	e) Urbano	
NO	X	
3.4 Ingreso al Atractivo (U)		
	b) Horario de atención	c) Atención

a) Tipo de ingreso	Ingreso		Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro (Especificar)		
Libre			X						
Restringido									
Pagado	X			X	X				
d) Maneja un sistema de reservas	NO		f) Forma de pago	Efectivo	SI	Dinero electrónico	SI	Tarjeta de debito	NO
				Tarjeta de crédito	NO	Transferencia bancaria	NO	Cheque	NO
e) Precio	Desde:	5	g) Meses recomendables de visitas	TODO EL AÑO					
	Hasta:	40							
4: Accesibilidad y conectividad al atractivo									
a) Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios)			Sucúa		c) Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		10 minutos		
b) Distancia desde la ciudad poblado más cercano			7 km		d) Coordenadas (grados decimales)		Lat: N/A	Long: N/A	
Observaciones:									
4.2 Vías de acceso									

Terrestre	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado		
	a) Primer orden	X	811299.04	9725223	7KM	Asfaltado/lastrado	Bueno		
	b) Segundo orden						Regular	X	
	c) Tercer Orden						Malo		
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte									
a) Bus	X	b) Buseta	X	c) Taxi	X	d) Carro particular	X	Otro	N/A
Observaciones:									
4.4 Señalización									
a) Señalización de aproximación al atractivo	Si	ESTADO	Bueno						
			Regular				x		
			Malo						
5. Descripción del atractivo									
<p>Ubicadas en la parroquia Asunción a 6,7 Km. desde el centro de la Ciudad de Sucúa. Son 3 cascadas en el trayecto de un sendero de grado fácil. Los saltos de agua se encuentran rodeado de árboles y, de las tres caídas únicamente la segunda cascada forma una poza natural, en Kintia Panki el visitante puede realizar caminatas hacia las cascadas en donde es participe de un ritual hacia la cascada, que consiste en inhalar tabaco. Así también existen actividades con fines curativos con ayahuasca.</p>									
6. Anexos									

6.1 Archivo Fotográficos



Fuente: Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

6.2 Ubicación grafica del atractivo



Fuente: Fuente especificada no válida.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR	
Apellido y Nombre:	Stefanny Solis	Apellido y Nombre:	Mgs. Renato Herrera	Apellido y Nombre:	Mgs. Renato Herrera

Institución	UNACH	Institución	UNACH	Institución	UNACH
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente	Cargo	Docente
Correo Electrónico	Stefanny.solis@Unach.edu.ec	Correo Electrónico	rherrera@unach.edu.ec	Correo Electrónico	rherrera@unach.edu.ec
Teléfono	0989953299	Teléfono	0984451738	Teléfono	0984451738
Fecha	07/07/2025	Fecha	07/07/2025	Fecha	07/07/2025

Nota: Ministerio de Turismo (2015).

Tabla 9.

Segunda ficha de inventario turístico de la comunidad

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURISTICOS								
Código del atractivo	Morona Santiago	Sucúa	Asunción	Natural y Cultural	Recursos Hídricos	Cascadas	III	Reserva Ecológica
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1. DATOS GENERALES								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico								
Reserva Ecológica Tuntiak Nunkée								
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo		
Natural			Recursos hídricos			Cascada		
2. Ubicación del atractivo								
2.1 Provincia			2.1 Cantón			2.3 Parroquia		
Morona Santiago			Sucúa			Asunción		
2.4 Comunidad/Sector/Barrio			2.5 Calle Principal			2.6 Numero		
Comunidad Santa Teresita			Vía Santa Teresita			N/A		
2.7 Transversal			2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud		
N/A			-2.48°			-78.18°		
2.10 Altura (msnm)								
570 a 3690 msnm								
2.11 Información del Administrador								
a) Tipo de administrador			b) Nombre de la Institución			c) Nombre del Administrador		
Comunitario			Asociación Comunitaria			Galo Puwainchir		

d) Cargo que ocupa		e) Celular/teléfono			f) Correo electrónico			
Guía- Dueño		0959745556			N/A			
Observaciones:								
3 CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO								
3.1 Características climatológicas								
a) Clima			b) Temperatura			c) Precipitación Pluviométrica (mm)		
Húmedo – tropical			22° C			Alta 2000mm		
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)								
a) Cultura			b) Naturaleza			c) Aventura		
X			X			X		
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico								
a) Prístino			b) Primitivo			c) Rustico Natural		
X			N/A			X		
d) Rural			e) Urbano					
N/A			X					
3.4 Ingreso al Atractivo (U)								
a) Tipo de ingreso	b) Horario de atención		c) Atención					
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro (Especificar)		
Libre		X						
Restringido								
Pagado	X		X	X				
d) Maneja un sistema de reservas	NO	f) Forma de pago	Efectivo	SI	Dinero electrónico	SI	Tarjeta de debito	NO

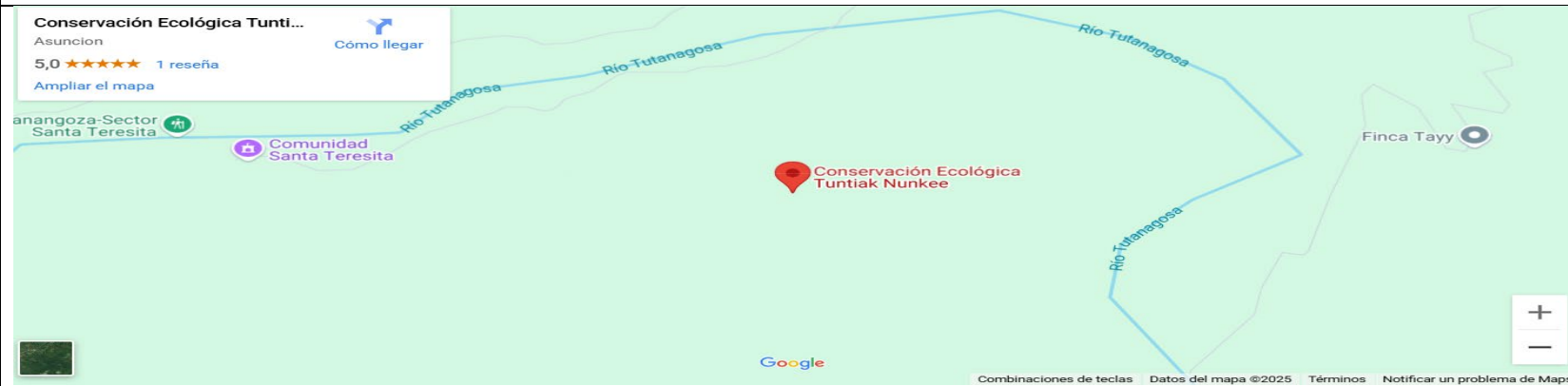
			Tarjeta de crédito	NO	Transferencia bancaria	NO	Cheque	NO	
e) Precio	Desde:	5	g) Meses recomendables de visitas	TODO EL AÑO					
	Hasta:	40							
4: Accesibilidad y conectividad al atractivo									
a) Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios)			Sucúa	c) Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		10 minutos			
b) Distancia desde la ciudad poblado más cercano			7 km	d) Coordenadas (grados decimales)		Lat.: N/A	Long: N/A		
Observaciones:									
4.2 Vías de acceso									
Terrestre	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado		
	a) Primer orden		X	811299.04	9725223	7KM	Asfaltado/lastrado	Bueno	
	b) Segundo orden							Regular	X
	c) Tercer Orden							Malo	
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte									

a) Bus	X	b) Buseta	X	c) Taxi	X	d) Carro particular	X	Otro		
Observaciones:										
4.4 Señalización										
a) Señalización de aproximación al atractivo	SI	ESTADO	Bueno							
			Regular				x			
			Malo							
5. Descripción del atractivo										
Ubicadas en la parroquia Asunción a 6,7 Km. desde el centro de la Ciudad de Sucúa. Son 3 cascadas en el trayecto de un sendero de grado fácil. Los saltos de agua se encuentran rodeado de árboles y, de las tres caídas únicamente la segunda cascada forma una poza natural, en Kintia Panki el visitante puede realizar caminatas hacia las cascadas en donde es participe de un ritual hacia la cascada, que consiste en inhalar tabaco. Así también existen actividades con fines curativos con ayahuasca.										
6. Anexos										
6.1 Archivo Fotográficos										



Fuente: Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

6.2 Ubicación grafica del atractivo



Fuente: GOOGLE MAPS

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR
-----------------------	----------------------	---------------------

Apellido y Nombre:	Solis Stefanny	Apellido y Nombre:	Mgs. Renato Herrera	Apellido y Nombre:	Mgs. Renato Herrera
Institución	UNACH	Institución	UNACH	Institución	UNACH
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente	Cargo	Docente
Correo Electrónico	<u>Stefanny.solis@unach.edu.ec</u>	Correo Electrónico	<u>rherrera@unach.edu.ec</u>	Correo Electrónico	<u>rherrera@unach.edu.ec</u>
Teléfono	098995299	Teléfono	098445138	Teléfono	098445138
Fecha	07/07/2025	Fecha	07/07/2025	Fecha	07/07/2025

Nota: (Ministerio de Turismo, 2015)

4.2 Oferta y demanda turística




4.2.1 Oferta turística





La oferta turística de la comunidad Santa Teresita, ubicada en la parroquia Asunción, cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago, se basa en los recursos culturales y naturales, ya que estos permiten el desarrollo turístico comunitario vivencial, cultural y de naturaleza en la comunidad. La oferta turística de esta cuenta con extensos ríos, cascadas, bosques inmensos que permiten la observación de la flora y fauna, también tiene rituales ancestrales, danzas, músicas, artesanías y no podría faltar su gastronomía tradicional. Sin embargo, la oferta con respecto a sus servicios turísticos es muy poca lo que esto evita que se pueda fortalecer la vista del turista, es por ello que se necesitan productos turísticos que sean innovadores para poder atraer turistas y que la comunidad se pueda posicionar con un destino turístico emergente.





4.2.2 Inventario de los Atractivos turísticos.




A continuación, se muestra una ficha de atractivos turísticos tanto de la parroquia Asunción y cantón Sucúa, ya que esta forma parte de la oferta turística existente dentro del territorio de la investigación. Contiene información como el nombre del atractivo, su ubicación y como acceder a estos lugares, su jerarquía y por último una fotografía de cada uno de estos atractivos.





Tabla 10.*Inventario de atractivos turísticos*





N	Atractivo	Ubicación y accesibilidad	Jerarquía	Fotografía
1	Parque Botánico	Ubicado a 2,80 km desde la ciudad de Sucúa; tiene un centro de interpretación ambiental. Se puede realizar caminata en el sendero, su cuya longitud es de 1.200 metros con un nivel de dificultad “Muy fácil”. En el trayecto se puede ir reconociendo y avistando aves y especies maderables hasta llegar a la torre de observación de aves con 14 metros de altura y 4 pisos y cuenta con un Orquideario.	III	
2	Balneario Cabañas Panki	Ubicado a 7 Km desde la ciudad de Sucúa en la comunidad de Saip, tomando la vía a la comunidad de Wawaim. Hacia ambos lados se puede observar vegetación y árboles frondosos. Un espacio recreacional con una cancha de futbol y vóley sobre tierra, balsas y canoas.	III	
3	Mirador Upano	Lugar apropiado para la observación del valle del Upano, las montañas que inician la cordillera del Kutucú. Tiene servicios de cafeterías y juegos para niños. Se encuentra ubicado en la vía Sucúa-Cuenca, en el sector de Huambinimi a 7 km de la ciudad de Sucúa.	III	

4	Museo de Sucúa	Museo arqueológico con vestigios que corresponden al período Upano I y Upano II. El museo se encuentra la sala de la identidad sucuense, que, a través de fotografías, elementos de usos y oficios se visualiza la identidad cultural de la ciudad.	III	
5	Museo de Sor María Troncatti	Museo histórico y religioso ubicado en la vivienda de quien fuese Sor María Troncatti; misionera salesiana. Por medio de fotografías y objetos personales en exhibición se pretende contribuir a la memoria colectiva de la ciudadanía, buscando afianzar la identidad de los sucuenses.	III	
6	Cascadas Rio Umpuankas	Ubicado en la Parroquia Huambi, comunidad de Kumpas a 16,5 Km. desde la ciudad de Sucúa. Consiste en un conjunto de rápidos y raudales que forman pequeñas caídas de agua y así mismo pequeñas pozas donde el visitante puede practicar natación.	II	
7	Finca El Piura	Ubicada a 5 km de Sucúa, un mirador donde el visitante puede contemplar toda la ciudad. Está rodeada de jardines, senderos, un lugar lleno de naturaleza, se puede realizar camping, fogatas, picnic, observación de aves.	II	

8	Balneario Natural Yawi	Balneario Yawi consiste en un remanso del río Saip que se encuentra ubicado a 11Km de la ciudad de Sucúa, en la vía Sucúa-Saip-San Luis del Upano, la finalidad de la conservación de este atractivo es invitar a propios y extraños a que disfruten de la naturaleza que rodea al balneario, en el cual se puede realizar actividades como: buceo, camping, visita de cuevas, actividades recreacionales.	II	
9	Conservación Yampinkia	Lugar para conservar el ambiente, flora y fauna y la identidad cultural. Se realizan actividades de servicios como cabalgata, eco rutas, observación de aves, balneario natural, cultura, medicina ancestral y alimentación. Se encuentra localizado a 19 Km de la ciudad de Sucúa en la comunidad de Kansar.	II	
10	Cascada Kumbants	Es un atractivo natural ubicado a 6 Km desde la ciudad de Sucúa; consiste en una cascada de 15 metros de altura de fácil acceso.	II	
11	Piedra del Mono	Hermoso y paradisíaco lugar, en donde el río Tutanangoza forma un bonito remanso, haciendo un pequeño brazo que se dirige hacia una gran piedra más o menos de unos 6 metros de superficie redonda, el brazo riega a la piedra quedando como una isla. Con un	II	

	tanto de dificultad se puede observar en toda la superficie muchos jeroglíficos en forma de mono y cuerpos humanos. Se encuentra ubicado a 9 Kilómetros desde Sucúa en la vía Sucúa-Wakani.			
12	Cascadas de Alto Arapicos	Son una serie de cascadas ubicadas en el sector de Alto Arapicos, a 19 Km de la ciudad de Sucúa, propicio para desarrollar proyectos de facilidades turísticas.	I	
13	Río Tutanangoza (Las Taguas)	Es un espacio turístico localizado en la Parroquia Asunción a 3 Km de la ciudad de Sucúa, consiste en un remanso del río Tutanangoza, apropiado para bañistas y familias quienes desean pasar un tiempo con su familia, pero rodeado de la naturaleza.	I	
14	Río Tutanangoza (La Feria)	Comúnmente el lugar es conocido como playas de Asunción; a lo que técnicamente se conoce como ribera. En la ribera donde la gente realiza sus actividades recreativas tiene una extensión de 300 metros de longitud. La calidad del agua es cristalina por la pureza de las vertientes. Localizada a 5 km de la ciudad de Sucúa en la Parroquia Sucúa.	II	

15	Río Blanco (Tambache)	Es recurso turístico consiste en una serie de rápidos y caudales, que además forman pozas naturales y un hermoso paisaje donde los visitantes sacan provecho. Localizado a 14 Km de la ciudad de Sucúa en la vía Sucúa Tambache.	II	
16	Río Miriumi (Puente)	El espacio turístico se encuentra ubicado en las riberas del río Miriumi a 2 Km de la ciudad de Sucúa en la vía Sucúa-La Merced; en el sector del Puente. Es un espacio recreacional para disfrute de la familia, con un grado de riesgo bajo.	II	
17	Balneario Kiniar	Este atractivo natural está ubicado a 13 Km desde la ciudad de Sucúa en la comunidad de Saip, tomando la vía a la comunidad de Wawaim. Hacia ambos lados se puede observar vegetación y árboles frondosos. En el lugar se ha adecuado un espacio recreacional con una cancha de fútbol y vóley sobre tierra y ha implementado balsas y canoas.	II	
18	Parque Lineal	Este parque se cataloga como área verde baja donde los árboles grandes no predominan tanto como en un parque normal. En él se puede colocar diversos elementos que sirven de esparcimiento, comercio y/o descanso para quienes transitan por ahí. Ubicado en el Barrio Aeropuerto de la Ciudad de Sucúa.	II	

19	Parque Ecuador Amazónico	Esta infraestructura se encuentra localizada en el centro de la ciudad de Sucúa, en el centro de éste resalta el monumento del Sagrado Corazón de Jesús, así también una pileta con luces, que en la noche brinda un bonito espectáculo. Cuenta con jardineras y árboles de la zona, como son la chonta, la ortiga sukú, árbol de caimito, canela, mangos, ciruelos, entre otros.	II	
20	Museo Gonsha	Es una iniciativa emprendida por Gonzalo Rubio; artesano con 22 años de experiencia de la ciudad de Sucúa, quien en el transcurso del tiempo se dedicó a coleccionar objetos precolombinos y herramientas de usos oficios antiguos. El museo provoca en el visitante un viaje en el tiempo, pero a la vez consciencia en cuanto a enriquecer su identidad cultural.	II	
21	Artesanías Sauu	Establecimiento de iniciativa familiar ubicado en la Parroquia Asunción, en donde se fomenta la actividad de artesanías, en semillas, mullos, madera. También se fomenta la música.	II	
22	Artesanías Nujan	Establecimiento de iniciativa familiar ubicado en la Parroquia Asunción, en donde se fomenta la actividad de artesanías, en semillas, mullos, madera. También se fomenta la música.	II	

23 Artesanías Nantar Se elabora toda clase de artesanías en semilla e hilos naturales, plumas y mullos. Se confeccionan aretes, carteras, manillas, trajes típicos de la Amazonía entre otros. Es fácil llegar a este interesante lugar; estamos ubicados en el Parque Ecuador Amazónico.

II



Nota: Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

4.2.3 Establecimientos de alojamiento

A continuación, encontramos una tabla que contienen información de los establecimientos de alojamientos que existen tanto en el cantón Sucúa, como nombres, su clasificación, categoría y cuantas habitaciones tiene cada uno de los establecimientos que se nombraran.

Tabla 11.

Alojamientos

N°	Nombre del establecimiento	Clasificación	Categoría	N° habitaciones	N° camas	N° plaza
1	Luzcelinda	Hostería	Tres estrellas	30	60	50
2	Don Guimo	Hotel	Dos estrellas	36	56	28
3	Romanza	Hostal	Dos estrellas	22	33	55
4	Frago	Hostal	Dos estrellas	12	12	23
5	Orellana	Hostal	Una estrella	15	32	32
6	Jenufer's	Hotel	Dos estrellas	12	12	14
7	Gardiel	Hostal	Una estrella	17	17	32
8	Yannel	Hostal	Una estrella	14	19	30
9	Barza	Hotel	Dos estrellas	20	39	50
10	Ciro	Hostal	Dos estrellas	14	18	30
11	Rincon Oriental	Hostal	Dos estrellas	11	40	50
12	Arutam	Hostería	Tres estrellas	10	10	50
13	Gyna	Hostal	Una estrella	19	38	50
14	Athenas	Hostal	Tres estrellas	13	21	28

Nota: Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

4.2.4 Establecimientos de alimentos y bebidas

A continuación, encontramos una tabla que contienen información de los establecimientos de alimentos y bebidas que existen tanto en el cantón Sucúa, como nombres, su clasificación, categoría y cuantas mesas tiene cada uno de los establecimientos que se nombraran.

Tabla 12.

Establecimientos de alimentos y bebidas

Nº	Nombre del establecimiento	Tipo	Categoría	Nº mesas	Nº plaza
1	Alo Pica	Restaurante	Tercera categoría	8	32
2	Helechos	Restaurante	Cuarta categoría	8	36
3	Zona 0	Bar	Tercera categoría	6	24
4	Moravelas Pizza	Fuente de soda	Tercera categoría	5	26
5	Rosita del Upano	Restaurante	Tercera categoría	5	20
6	Asadero chelito	Restaurante	Tercera categoría	30	120
7	Roncos Restaurant	Restaurante	Segunda categoría	9	68
8	Los Chiles	Restaurante	Tercera categoría	9	36
9	El Abuelo	Restaurante	Tercera categoría	20	80
10	La fuente	Restaurante	Tercera categoría	5	20
11	Tisho's	Restaurante	Tercera categoría	12	50
12	Nice Cream	Fuente de soda	Tercera categoría	10	40
13	Chocoberry	Fuente de soda	Tercera categoría	10	24
14	Musap	Restaurante	Tercera categoría	10	40

Nota: Plan de desarrollo turístico del cantón Sucúa 2021-2025 (2021).

4.3 Demanda

La demanda turística de la comunidad Santa Teresita, se conforma por turistas nacionales y muy pocos turistas internacionales que están interesados por el turismo comunitario, por ende, la demanda se caracteriza por encontrar destinos alternativos al turismo siempre y cuando priorizando la naturaleza y la identidad cultural.

También se caracteriza por turistas que tienen un alto interés por experiencias comunitarias como los ritos ancestrales, músicas y danzas tradicionales, gastronomía tradicional.

Finalmente, el análisis de la demanda recurre principalmente a plataformas digitales, redes sociales y sitios web para poder planificar viajes a la amazonia, para poder vivir estas experiencias que sería muy únicas y especiales para los turistas. También nos refleja que existe un turismo respetable y consiente con respecto a todas estas tradiciones.

4.3.1 Perfil del turista

A continuación, se muestra una tabla con información del turista, esto se basó en la información recolectada a partir de las encuestas realizadas en esta investigación.

Características del Turista	Descripción
Edad	26–46 años.
Nivel Educativo	Básico, bachillerato y superior.
Motivación para visitar lugares	Turismo vivencial, cultural y de naturaleza.
Gustos	Observación de naturaleza, tradiciones locales, gastronomía, actividades culturales.
Preferencias	Individual, en pareja, grupos pequeños con estadías de 1 a 2 días.
Información	Redes sociales y plataformas digitales.
Disposición a Pagar	Gran disposición por pagar experiencias auténticas y sostenibles.
Gustos y preferencias en actividades.	Senderismo, interacción comunitaria, gastronomía, talleres culturales.

NOTA: Elaboración propia

4.3.2 Análisis de las encuestas realizadas a líderes y Autoridades

En la siguiente tabla se detalla la información recopilada durante la aplicación de las encuestas a líderes, autoridades y prestadores de servicio en la comunidad Santa Teresita, parroquia Asunción y el cantón Sucúa.

Tabla 13.

Análisis de las encuestas realizadas a los líderes y autoridades de la comunidad

Nº	PREGUNTA	LIDERES Y AUTORIDADES
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA		
1	Sexo	Los resultados de encuestados el 100% son de sexo masculino, es decir que 4 hombres, por otro lado, no se tuvo respuestas del sexo femenino.
2	Nivel de instrucción	El nivel de instrucción de las autoridades de la comunidad en investigación, dando como resultado que el 50 % de los encuestados tiene instrucción secundaria y el otro 50% posee estudios de tercer nivel es decir universitarios, además se observa que no se registran autoridades con nivel primario, técnico ni de cuarto nivel es decir que cuentan con estudios de posgrados. Dando como conclusión que las autoridades de la comunidad Santa Teresita cuenta con un índice de nivel educativo relativamente alto.
DATOS ESPECÍFICOS		
PLANIFICACIÓN EN CUANTO AL TURISMO		
1	El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.	Se observan una distribución uniforme de opiniones respecto a la pregunta si el turismo es una actividad prioritaria en los planes del desarrollo del del cantón o parroquia, es decir, que desde la respuesta “totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo”, representa el 25%, lo que da como conclusión que las autoridades de la parroquia investigada tienen percepciones diversas o una falta de información clara

	sobre el rol del turismo en los planes locales.
2 La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.	Se observa que el 50% de las autoridades encuestadas están totalmente en desacuerdo con que la comunidad Santa Teresita cuenta con una planificación turística, en cambio, el otro 50% de autoridades dan una respuesta que están en desacuerdo, dando como conclusión que la comunidad investigada no cuenta con una óptima planificación turística.
3 Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.	Se observa que el 100% de las autoridades de la comunidad Santa Teresita dan como respuesta de que no se realizan seguimientos ni evaluaciones periódicas de los proyectos turísticos implementados. Está situación puede tener impacto negativo en el desarrollo turístico del sector, ya que refleja una posible falta de interés o compromiso en la gestión de dichos proyectos.
4 La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente.	Se observa que el 50% de las autoridades están completamente en desacuerdo que la Comunidad cuente con una adecuada infraestructura para recibir a los turistas de una manera eficiente, por otro lado, el 25% de los encuestados están solo en desacuerdo y el otro 25% está en una posición neutral, estos resultados nos pueden dar como conclusión que las diferentes autoridades tienen puntos de vista o perspectiva diferentes de la infraestructura turística del sector.
5 Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.	De acuerdo con los resultados, se concluye que el 50% de las autoridades de la comunidad están en una posicional neutral acerca de que las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la

comunidad con temas relacionados al turismo, por otra parte, el otro 50% de autoridades dan como un resultado positivo y están completamente en acuerdo de que las instituciones locales si brindan este servicio a la comunidad.

Demanda y promoción turística

6 Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza. El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente de acuerdo que los turísticas que visitan la comunidad Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza, esto permite concluir que el principal punto fuerte de la comunidad es su entorno natural.

7 Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita. El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente de acuerdo en la importancia de llevar a cabo acciones de promoción turística con el objetivo visibilizar los atractivos de Santa Teresita. Este resultado puede dar como conclusión que con ayuda de la promoción turística se puede potenciar el turismo a la comunidad y a su vez su economía.

8 Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad. El 50% de las autoridades están completamente en desacuerdo que los servicios turísticos ofrecidos por la Comunidad cumplan con las expectativas de los turistas que la visitan, por otro lado, el 25% de los encuestados están solo en desacuerdo y el otro 25% está en una posición neutral, estos resultados nos pueden dar como conclusión que las diferentes autoridades tienen perspectivas diferentes acerca de las expectativas de los turísticas.

9 Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades. El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente de acuerdo que los turísticas solicitan actividades como caminatas, visitas guiadas, talleres y otras actividades. Este resultado permite

concluir que la comunidad tiene una oportunidad significativa para implementar estos servicios turísticos, lo cual contribuiría a mejorar la experiencia del visitante y, al mismo tiempo, fortalecer el desarrollo local.

Marketing digital

10 El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita. El 100% de las autoridades encuestados están totalmente de acuerdo que con el uso de las redes sociales puede contribuir significativamente a mejorar la promoción turística de la comunidad. Este resultado es clave, a que una implementación adecuada de estrategias de marketing digital permitirá desarrollar un marketing digital que ayude al desarrollo local turístico.

11 La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico. Se observa que el 100% de las autoridades están totalmente en acuerdo en que en la comunidad debería contar con un equipo capacitado para gestionar adecuadamente el marketing digital turístico. Esto puede reflejar la necesidad de fortalecer y aprovechar las herramientas digitales como medio de promoción.

12 Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad. El 100% de las autoridades encuestados están totalmente de acuerdo en que la comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos que brinda la comunidad. Esto puede concluir en que una implementación adecuada de dichas estrategias permitirá fortalecer la promoción del destino, mejorar la comercialización y contribuir al desarrollo turístico local.

Identidad cultural

13 Se considera la cultura Shuar para el desarrollo turístico de la comunidad, y en la El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente en acuerdo que es muy importante que la cultura Shuar debe ser

siguiente tabla se puede observar la información que se obtuvo de los encuestados.	considerada como parte fundamental en el desarrollo turístico de la comunidad. Esto refleja que las autoridades no quieren perder la esencia de su comunidad y a su vez dan un reconocimiento del valor cultural ancestral.
14 Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local.	El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente de acuerdo en que los productos turísticos que se implemente deben basarse en las tradiciones y en la identidad cultural local. Este resultado resalta la importancia de desarrollar un turismo con enfoque cultural, que se valore y preserve la esencia de la comunidad Santa Teresita.
Oferta turística	
15 Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita.	El 100% de las autoridades encuestados están totalmente de acuerdo en que es beneficioso la actividad turística para la comunidad, ya que contribuye a general estabilidad económica. Esto da como conclusión de que el turismo es una herramienta clave para el desarrollo local.
16 Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita.	El 75 % de las autoridades están totalmente de acuerdo que sería beneficiosos promover más productos de turismo aventura como lo es las rutas, senderos, cascadas entre otros, dentro de la comunidad, sin embargo, solo el 25% se muestra totalmente en desacuerdo, lo que evidencia cierta discrepancia en la percepción sobre el potencial de este tipo de oferta turística.
17 Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).	El 100% de las autoridades encuestadas están totalmente de acuerdo en que es necesario implementar nuevos servicios turísticos en la comunidad Santa Teresita como alojamiento, gastronomía y transporte, pues esto a su vez,

	mejoraría la experiencia de los turistas y a la población de dicha comunidad.
18 Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.	Se observa que el 75 % de las autoridades están totalmente de acuerdo que existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios innovadores, sin embargo, solo el 25% se muestra totalmente en desacuerdo, lo que evidencia cierta discrepancia en la percepción acerca de las ideas propuestas en la comunidad.

Nota: Elaboración propia en base a la encuesta realizada.

4.3.3 Análisis de las encuestas realizadas a la comunidad

En la siguiente tabla se detalla la información recopilada durante la aplicación de las encuestas a la comunidad Santa Teresita, parroquia Asunción, cantón Sucúa.

Tabla 14.

Análisis de las encuestas realizadas a la comunidad

Nº	PREGUNTA	LA COMUNIDAD
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA		
1	Sexo	La mayoría de encuestados son de sexo masculino con un 58%, es decir que 112 hombres, por otro lado, con el 42% restante son el sexo opuesto, es decir 81 son mujeres, dando como conclusión un total de 193 encuestados.
2	Nivel de instrucción	Que la mayoría de la población encuestada tiene un nivel de instrucción secundaria con 37,3%, seguido por primaria con el 24,4% y técnico/tecnológico con 23,3%. Los niveles de educación superior es decir el tercer nivel y cuarto nivel son considerablemente menores, con 11,9% y 3,1% respectivamente. Esto indica que, aunque una parte significativa ha accedido a la educación básica y técnica, aún hay bajo acceso a estudios universitarios y de posgrado, lo que representa un desafío para el fortalecimiento de la comunidad.
El turismo como una oportunidad de poder desarrollarse		
1	El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.	Se observa que en la comunidad de Santa teresita que el 55% de encuestados están de acuerdo que el desarrollo turístico es una gran oportunidad para la comunidad y el 43% en total acuerdo con esto y el 2% está entre que puede ser una gran oportunidad como no puede ser.
2	El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.	El 64% de los encuestados están en total acuerdo que el turismo puede

		ayudar mucho en el aspecto económico para la comunidad, el 24% está de acuerdo y 12% está en una posición neutral sobre si pudiera mejorar o no la economía con ayuda del turismo.
3	El desarrollo del turismo puede generar empleo para los habitantes de la comunidad.	Se puede analizar que se el 91% de encuestados están en totalmente de acuerdo y de acuerdo con que el turismo puede ayudar a generar empleos con una buena percepción sobre el impacto turístico económico y solo un 9% respondió de forma neutra, lo que sugiere que hay poca incertidumbre o indiferencia entre los encuestados.
4	El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.	El 94% de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el turismo puede aportar muchos beneficios sostenibles para la comunidad y el 6% está en una posición neutral, es decir no está a favor ni en 5contra de que la comunidad tenga beneficios en general.
5	El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.	El 61% de encuestados están totalmente de acuerdo y el 35% de acuerdo con que el turismo siempre debe respetar las costumbres, tradiciones culturales locales, el 4 % está en una posición neutral, es decir ni a favor ni en contra de esto, y con el 1% en desacuerdo con esto.
6	Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.	Se puede observar que por parte de la población encuestada está totalmente de acuerdo que los turistas que visitan la comunidad respetan y valoran sus tradiciones y culturas en un 66.8%, el 26,9% de acuerdo, esto nos quiere decir que es algo sumamente positivo, el 5.7% está en una pose neutral sobre esto, y tan solo con el 0.5% que

		equivale a un solo encuestado que está en total desacuerdo con esto.
7	Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).	El 42.5 % está totalmente de acuerdo y el 41.3% de acuerdo en que los turistas si buscan experiencias auténticas que esta relacionadas con el turismo vivencial en la comunidad, el 11.9% tuvo una pose neutral ni a favor ni en contra de que esto pase, por otro lado, el 3.1% en desacuerdo y el 1% en total desacuerdo, es decir que están en contra de esto.
8	Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.	El 84% de encuestados consideran que es importante y muy importante que los habitantes se involucren activamente en actividades turísticas, lo que significa que es una clave importante para el desarrollo turístico de la comunidad, mientras que el 13% está en una posición de media importancia y el 4% de encuestados optaron por poco y nada importante. Con estos datos llegamos a la conclusión de que se debe fortalecer el turismo participativo en la comunidad.
9	La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos).	El 58% de los encuestados consideran que es muy importante y el 35% importante las capacitaciones sobre el turismo como la guianza, emprendimientos y gastronomía, el 7% está en una posición de media importancia, por otro lado no se obtuvieron respuestas con respecto a “poco y nada importante” dando así como conclusión que se puede fortalecer mucho más las capacitaciones relacionadas con el turismo, ya que es una herramienta clave para el desarrollo turístico e impulsar el turismo en la comunidad.

10	Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.	Se obtuvo que el 6% de los encuestados consideran importante y muy importante que se tenga una participación mucho más directa en emprendimientos turísticos en la comunidad, teniendo un aspecto sumamente positivo con el desarrollo turístico, por otro lado el 12% dicen que es de media importancia con respecto a la participación directa, y el otro 12 % restante pertenece a poco y nada importante, teniendo un aspecto negativo que se puede fortalecer para que se involucren en el turismo, mejorando así la economía de la comunidad.
11	Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.	El 95% de encuestados indican o consideran que es importante o muy importante la gestión de atractivos turísticos para el desarrollo de la comunidad de Santa Teresita, el 5% consideran de mediana importancia, por otro lado, no se obtuvo respuestas negativas con respecto a nada o poco importante, llegando a una conclusión que se puede implementar estrategias de acción para la gestión turística y sostenibilidad para la comunidad.
12	Es necesario mejorar la infraestructura turística (camino, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.	El 95,3% considera que es muy importante o importante que se mejore la infraestructura turística, como los caminos, señaléticas y servicios básicos ya que estos serían muy fundamentales para el desarrollo turístico, el 4.7% está en una posición de mediana importancia, esto significa que se debe realizar o implementar proyectos para mejorar la infraestructura turística.
13	Existe suficiente promoción turística de la parroquia.	El 76% de encuestados considera que están en desacuerdo y totalmente desacuerdo, es decir que tienen una

	<p>percepción muy negativa con respecto a la promoción turística de la parroquia, lo que significa que se debería implementar estrategias de marketing que ayuden a promocionar los atractivos turísticos de la comunidad de Santa Teresita. El 17% se encuentran en una posición neutral, es decir ni a favor ni en contra sobre si se promociona o no los atractivos de la comunidad, el 7% está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que si hay promoción turística por parte de la parroquia.</p>
<p>14 Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.</p>	<p>El 99% de encuestados optaron que están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que se deben implementar productos y servicios turísticos que sean innovadores para la comunidad, esto ayudaría a obtener experiencias nuevas y mejorar el turismo y este ayuda a generar empleos y economía a la comunidad.</p>

Nota: Elaboración propia en base a la encuesta realizada

4.3.4 Análisis de las encuestas realizadas a los turistas

Durante la realización de las encuestas necesarias para los objetivos de la investigación, se pudo constatar que 369 turistas entran a la comunidad de Santa Teresita, en un lapso de 21 días, a partir de esta recolección primaria, se pudo estimar que la comunidad recibe un aproximado de 527 turistas mensualmente. Estos resultados, aunque no provienen de registros oficiales, ofrecen una aproximación útil y contextualizada sobre la demanda turística real en Santa Teresita, y permiten orientar acciones de planificación, promoción y desarrollo de productos turísticos más ajustados a los intereses del visitante.

En la siguiente tabla se detalla la información recopilada durante la aplicación de las encuestas a turistas.

Tabla 15.

Análisis de las encuestas realizadas a los turistas

Nº	PREGUNTA	TURISTAS
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA		
1	Sexo	La mayoría de encuestados son de sexo femenino con un 50.4%, es decir que 186 mujeres, por otro lado, con el 49.6 % restante son el sexo opuesto, es decir 183 son hombres, dando como conclusión un total de 369 encuestados.
2	Nivel de instrucción	La mayoría de la población encuestada tiene un nivel de instrucción del tercer nivel con 38%, seguido por secundaria con el 34% y técnico/tecnológico con 22%. El nivel de educación superior, es decir, el cuarto nivel y educación básica como la primaria son considerablemente menores, con 5% y 1% respectivamente. Esto indica que, aunque una parte significativa ha accedido a la educación básica y de tercer nivel, aún hay bajo acceso a estudios universitarios y de posgrado, lo que representa un desafío para el fortalecimiento de la comunidad.
1	La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.	La mayor densidad de turistas encuesta están totalmente de acuerdo y de acuerdo, con 60,7% y 35,8% respectivamente, de que la comunidad Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlo, sin embargo, solo el 0,3% es decir, solo un turística, está totalmente en desacuerdo, por otro lado, solo 1,6% se mantienen en una posición neutral.
2	El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado	La mayoría de turísticas encuestados el 76,7%, es decir, 283 turistas están totalmente de acuerdo en que el entorno natural y cultural de la comunidad es adecuado para actividades turistas, se puede concluir que la

	para actividades turísticas.	comunidad tiene potencial para implementar servicios y productos turísticos.
3	Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas.	El 71,8% es decir, 265 turistas encuestados están totalmente de acuerdo en que, si recomiendan visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas, y solo 3 turistas encuestados no recomendarían a otras personas que visiten la comunidad.
4	Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.	Se puede observar que 232 turistas encuestados, es decir, el 62,9% del total, visitarían nuevamente la comunidad Santa Teresita, siguiendo con el 29,5% están de acuerdo en visitar la comunidad y solo una persona está en desacuerdo. En conclusión, la comunidad tiene potencial para ser visitada otra vez por los turistas. En conclusión, en la dimensión “la comunidad como un atractivo turístico”, se observa que la mayoría de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo en que la comunidad tiene capacidad de un atractivo turístico, es decir, que la comunidad tiene el potencial para tener un desarrollo turístico.
5	El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.	El 70,2% de los turistas encuestados, están totalmente de acuerdo que el turismo en la comunidad aporta para la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad, es decir, que el turismo es beneficioso para la comunidad tanto, cultural, económico y natural.
6	Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).	Se observa, que 271 turistas encuestados del total están totalmente de acuerdo, es decir el 73,4%, es importante su participación en actividades turísticas culturales como la danzas, rituales y gastronomía tradicional, seguido de 21,1% que están de acuerdo, por otro lado, cero turistas están totalmente en desacuerdo, es decir, que ningún turística piensa que no es importante la cultura de la comunidad en actividades turísticas.
7	Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria.	El 74,3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, en que valora mucho las experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria, es decir, que los turistas que visitan la comunidad Santa Teresita les gustan involucrarse en actividades que ayudan al desarrollo de la comunidad.

<p>8 Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías).</p>	<p>Que los turistas que visitan la comunidad Santa Teresita tienen una percepción de los productos turísticos como la alimentación y artesanías, una posición neutral y satisfecha con 37,1% y 47,2% respectivamente y solo el 13,6% están muy satisfecha, es decir que la comunidad presenta un déficit en cuanto a productos turísticos que podrían presentar un problema para el desarrollo turístico y también para el económico.</p>
<p>9 Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).</p>	<p>La respuesta neutral como satisfecho predominan con 36% y 46,6% respectivamente, es decir, que los turistas tienen una percepción no tan buena de los servicios turísticos de comunidad Santa Teresita, como el alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información, dando como conclusión que se pueden mejorar los servicios turísticos para una mayor experiencia a los turistas.</p>
<p>10 Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.</p>	<p>La mayoría de los turistas encuestados están en desacuerdo en que las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado, esto es un problema grave, pues puede ser una razón por la cual los turistas dejarían de visitar la comunidad, llegando a ser un punto crítico al turismo y a la parte económica.</p>
<p>11 Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.</p>	<p>El 33,1% y el 32,2%, están en desacuerdo y neutral respectivamente, en que no es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita, dando a entender que la comunidad presenta un problema, siendo este la falta de información.</p>
<p>12 Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad</p>	<p>El 68,3% de los turistas están totalmente de acuerdo en que es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad, dando a entender que los habitantes de la localidad son amorosos con los turistas, es un punto a favor de la comunidad.</p>
<p>13 Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.</p>	<p>La mayoría de los turistas están totalmente de acuerdo en que los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo que la comunidad ofrece. Es decir, la comunidad tiene una buena relación precio servicio para que los turistas disfruten y tengan una experiencia en la localidad.</p>

14 La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.	El 73% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo en la comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores, dando como resultado, que la comunidad debería invertir en nuevos productos turísticos para fomentar aún más el turismo y tener un mejor beneficio económico y turístico.
--	--

Nota: Elaboración propia en base a la encuesta realizada

4.3.5 Matriz FODA

A continuación, se muestra una tabla de matriz FODA (Fortalezas, debilidad, fortalezas y amenazas), la cual fue analizada a partir de encuestas realizadas la comunidad Santa Teresita.

Tabla 16.

Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Existencia de atractivos turísticos motivadores para turismo (sostenible, comunitario).	Deficiente señalética turística en los puntos de interés.
Saberes tradicionales con respecto a la medicina ancestral.	Caminos inadecuados en la comunidad que dificultan el desplazamiento de los turistas.
Preservación de costumbres ancestrales que mejoran las experiencias del turista.	Escases de servicios básicos como: agua potable, energía.
Fuerte identidad local que promueve el sentido de pertenencia y autenticidad del destino.	Bajo conocimiento y manejo de herramientas digitales para promocionar la comunidad o los atractivos turísticos.
Entorno natural y cultural que ofrecen oportunidades para el desarrollo turísticos de la comunidad.	Deficiencia en productos turísticos (Alimentación y artesanías).
Generación de empleos conforme al desarrollo turístico.	Deficiencia en servicios turísticos (Alimentación, transporte, alojamiento, guianza).
Experiencias de turismo vivencial en base a la cotidianidad de la comunidad.	Escasa información para el turista sobre la comunidad y sus atractivos turísticos.
Relación entre precios que son accesibles y la calidad del servicio que ofrece la comunidad.	Tienen ausencia de Limitación lingüística para interactuar con los turistas.
Turismo sostenible.	La comunidad es Vulnerable para el posicionamiento en el mercado turístico.
Mucha variedad de expresiones culturales vivas (Música, rituales, danzas).	Carencia de profesionales especializados en el aspecto turístico de la comunidad.

Tienen Buena actitud hospitalaria y acogedora por parte de la comunidad.
Disposición para recibir formación y mejorar el desarrollo en turismo.

Presencia de líderes comunitarios con visión intercultural.

Existencia de festividades tradicionales con potencial turístico.

Técnicas artesanales propias de la cultura shuar que pueden ser incorporadas en el turismo.

OPORTUNIDADES

Apoyo de instituciones académicas para mejorar capacidades locales.

Oportunidades de desarrollo turístico por parte del GAD cantonal o provincial.

Capacitaciones para una mejor formación técnica y profesional relacionadas con el turismo.

Implementación de conectividad digital que ayude con promoción y gestión del destino.

Implementación de marketing para posicionar a la comunidad como un destino potencial.

Diseño y comercialización de productos turísticos innovadores.

Inexistencia de señalética interpretativa en senderos.

Manejo inadecuado de los residuos sólidos en espacios turísticos.

Falta de control o registro de los visitantes que ingresan a la comunidad.

Poco conocimiento sobre las tendencias actuales en el mercado turísticos.

Deterioro de la herencia cultural debido a procesos de aculturación.

Desinterés de las nuevas generaciones por continuar con las tradiciones locales.

Migración de la población joven hacia las ciudades en busca de mejores oportunidades.

AMENAZAS

Desarrollo de las comunidades de alrededor que compiten por el turismo.

Problemas climáticos que alteran el estado de los atractivos y dificultan el acceso.

Mala gestión turística del GAD que afecta la planificación turística.

La inseguridad genera desconfianza a los turistas.

Incremento de la presencia de extranjeros con malas intenciones.

Competencia por parte de destinos turísticos ya consolidados y mucho mejor equipados.

Alianzas con operadoras turísticas.

Incremento de actividad de minería en las riberas de los ríos.

Apoyo técnico y financiero de instituciones públicas y privadas.

Participación en ferias y eventos turísticos que promueven la visibilidad de la comunidad como un destino.

Implementación de rutas turísticas temáticas que ayudan al desarrollo turístico.

Diseñar paquetes turísticos con valor agregado cultural.

Nota: Elaboración propia

Esta matriz FODA de la comunidad Santa Teresita, no solo tiene un gran potencial para el turismo sostenible y comunitario, como también una gran riqueza cultural y natural, sino que también percibe algunas debilidades como la infraestructura, pocos servicios turísticos, señalética en mal estado y poca promoción digital. Las oportunidades externas como el marketing turístico, alianzas estratégicas generan un impulso muy importante para el desarrollo del destino. En cuanto a las amenazas que tiene son la competencia con otros destinos, cambios climáticos y para todo esto es muy fundamental el poder fortalecer a la comunidad optimizando la infraestructura con el fin de poder ayudar a la comunidad a posicionarse como un destino turístico sostenible y competitivo.

4.3.5.1 MATRIZ EFI

A continuación, se muestra una tabla de matriz EFI (Debilidades y Fortalezas), la cual fue analizada a partir de la matriz FODA de la comunidad Santa Teresita.

Tabla 17.

Matriz EFI

Factores Internos				
Debilidades				
Factores clave	Peso	Calificación	Valor ponderado	
1 Deficiente señalética turística en los puntos de interés.	0.05	2.00	0.10	
2 Caminos inadecuados en la comunidad que dificultan el desplazamiento de los turistas.	0.05	2.00	0.10	
3 Escasez de servicios básicos como: agua potable, energía.	0.05	2.00	0.10	
4 Bajo conocimiento y manejo de herramientas digitales para promocionar atractivos turísticos.	0.05	2.00	0.10	
5 Deficiencia en productos turísticos (alimentación y artesanías).	0.05	2.00	0.10	
Fortalezas				
Factores clave	Peso	Calificación	Valor ponderado	
1 Participación activa de la comunidad en iniciativas o emprendimientos turísticos.	0.20	4.00	0.80	
2 Preservación de costumbres ancestrales que mejoran las experiencias del turista.	0.20	4.00	0.80	

3	Entorno natural y cultural que ofrecen oportunidades para el desarrollo turístico.	0.15	4.00	0.60
4	Fuerte identidad local que promueve el sentido de pertenencia y autenticidad del destino.	0.10	3.00	0.30
5	Experiencias de turismo vivencial en base a la cotidianidad de la comunidad.	0.10	3.00	0.30
Total				3.30

Nota: Elaboración propia

La Matriz EFI, se analizó los factores internos de la comunidad Santa Teresita, y se detectó un balance muy positivo entre estas. En cuanto a las debilidades que tiene la comunidad se encuentran la señalética, servicios básicos y limitaciones en productos como alimentación o alojamiento. Por otro lado las fortalezas destacan en la participación activa, iniciativas turísticas, los recursos naturales y culturales, la identidad local, con un valor de 3.30 se llega a la conclusión que la comunidad puede llegar a ser un destino turístico bien desarrollado, implementando estrategias para superar las debilidades.

4.3.5.2 MATRIZ EFE

A continuación, se muestra una tabla de matriz EFE (Amenazas y Oportunidades), la cual fue analizada a partir de la matriz FODA de la comunidad Santa Teresita.

Tabla 18.

Matriz EFE

Factores Externos				
Amenazas				
	Factores clave	Peso	Calificación	Valor ponderado
1	Desarrollo de comunidades vecinas que compiten por el turismo.	0.10	2.00	0.20
2	Mala gestión turística del GAD que afecta la planificación.	0.10	2.00	0.20
3	Deterioro de la herencia cultural debido a la aculturación.	0.05	2.00	0.10
4	Contaminación ambiental provocada por prácticas inadecuadas.	0.05	2.00	0.10
5	Migración de la población joven hacia ciudades en busca de oportunidades.	0.10	2.00	0.20
Oportunidades				
	Factores clave	Peso	Calificación	Valor ponderado
1	Apoyo de instituciones académicas para mejorar capacidades locales.	0.15	4.00	0.60
2	Implementación de conectividad digital que ayude con promoción y gestión del destino.	0.15	4.00	0.60
3	Diseño y comercialización de productos turísticos innovadores.	0.10	3.00	0.30

4	Apoyo técnico y financiero de instituciones públicas y privadas.	0.10	3.00	0.30
5	Participación en ferias y eventos turísticos que promueven la visibilidad de la comunidad.	0.10	3.00	0.30
Total				2.90

Nota: Elaboración propia.

La matriz EFE (Factores externos) de la comunidad Santa Teresita influyen directamente en el desarrollo turístico de esta. En las amenazas se identifican factores como las competencias de otros lugares, como puede ser el cantón o incluso las otras comunidades, la mala gestión turística por parte del GAD, la migración juvenil, la contaminación, mientras que las oportunidades favorecen el desarrollo del destino, el fortalecimiento de la identidad cultural, las participaciones en ferias turísticas que pueden ayudar a potencializar a la comunidad como un destino turístico más visible. El análisis de estos dos factores externos no da una calificación de 2.90 lo cual explica que las oportunidades pueden superar a las amenazas que tienen en la comunidad Santa Teresita lo que refleja el poder potencializar el turismo comunitario aplicando estrategias para reducir amenazas

4.4 Productos turísticos innovadores y sostenibles para la comunidad Santa Teresita

Estos productos tienen la intención de poder impulsar la identidad cultural, el entorno natural de la comunidad, el cómo viven día a día, y así diversificar la oferta a través de experiencias únicas para los visitantes, poniendo así a la comunidad como un destino turístico que atraiga no solo a turistas nacionales, sino también internacionales. Busca tener impactos positivos, como realizar un turismo responsable, generar fuentes de empleo y conservar el medio ambiente. Los productos son:

Tabla 19.

Productos turísticos

Productos turísticos innovadores y sostenibles		
Talleres Prácticos	Gastronomía Experiencial	Rituales Ancestrales
Las artesanías Shuar expresan mucha creatividad, historia, y la realización de estas son a base de materiales únicos y naturales que se consiguen en los árboles, de semillas. Estos talleres buscan que los visitantes no solo compren sus artesanías, sino también que puedan realizarlas desde el principio de su elaboración, ya sean collares, manillas o anillos, ganando no solo así experiencias de la elaboración de estas, sino también compartir historias, técnicas de ellos, conocer su cultura un poco más afondo, y crean recuerdos únicos y vínculos especiales con la cultura shuar.	La cultura Shuar tiene una gran variedad de platos tradicionales, los cultivan ellos mismo como la yuca, plátano, chonta. Esta experiencia consiste en que los visitantes puedan no solo degustar de los platos (chicha de chonta o yuca, maitos, ayampacos) sino que también puedan participar en su preparación y aprender de las técnicas que usan para estos platos, desde la tierra hacia la mesa. Esta experiencia vivencial y participativa que podrá tener el visitante será única y también aprenderá de la cultura y conocimientos ancestrales, fortaleciendo la identidad cultural local.	Esta experiencia sobre rituales ancestrales se basa en prácticas espirituales y culturales que serán realizadas por los líderes comunitarios, los visitantes podrán participar de rituales de limpieza con plantas medicinales que la comunidad ocupa para estas actividades, también podrán escuchar leyendas o mitos en cascadas o ríos, escuchar música tradicional, bailes de iniciación o despedida, este producto busca que los turistas puedan aprender un poco más sobre la cultura shuar, siempre y cuando se respeten las creencias de esta cultura y así visitantes se puedan permitir vivir una experiencia única y especial.

Nota: Elaboración propia.

4.4.1 Diseño de rutas y paquetes turísticos

Estas propuestas turísticas innovadoras y sostenibles sobre gastronomía ancestral, rituales ancestrales, y talleres prácticos benefician a la comunidad fortaleciendo su identidad cultural con ayuda de estos paquetes turísticos.

Tabla 20.

Rutas y paquetes turísticos

Nº de paquete turístico	Nombre de la ruta	Descripción	Precio (USD)	Duración
Paquete 1	Ruta Cultural y Gastronómica ancestral	Se visita los senderos hacia las cascadas Kintia Panki, y luego la preparación y degustación de platos tradicionales (ayampacos, maitos, chichas)	\$30	4 horas
Paquete 2	Ruta Cultural y Espiritual	Se visita la reserva Tuntiak Nuunke, y realizan las visitas a los senderos de las casadas y se realizarán rituales de purificación ya sea en su río o sus cascadas	\$30	5 horas
Paquete 3	Rutas Artesanal	Se visita las cascadas Kintia Panki, caminatas por el sendero a sus cascadas, creación de artesanías, rituales de despedidas	\$25	

Nota: Elaboración propia.

4.4.2 Tabla de la ficha de costos de los productos innovadores

A continuación, se encuentra una ficha de costos de los productos turísticos diseñados ya anteriormente, esta ficha consiste en los costos de estos para que sean viables.

Tabla 21.

Ficha de costos

Paquetes turísticos	Costos directos	Costos indirectos	Remuneraciones	Costo total	Costos unitarios	Punto de equilibrio	Margen	Precio final	ROI Trimestral	Supuesto
Ruta Cultural y Gastronómica Ancestral	Alimentos: \$15 Materiales: \$5 Transporte: \$5	Mantenimiento: \$5 Promoción: \$5	Guía: \$15 Ayudante: \$5	\$55	\$10.80 (grupo de 5)	20 personas por mes	75%	\$30	40% Trimestral	Capacidad: 10 personas por salida. 2 salidas por semana. Demanda: Estable.
Ruta Cultural y Espiritual	Material ritual: \$10 Transporte: \$5 Agua: \$5	Promoción: \$5 Mantenimiento: \$5	Guía espiritual: \$15 Acompañante: \$5	\$50	\$10.00 (grupo de 5)	20 personas por mes	75%	\$30	35% Trimestral	Capacidad: 8 personas por ritual. 1 ritual por semana. Alta estacionalidad.
Ruta Artesanal	Materiales: \$10	Promoción: \$5 Mantenimiento: \$5	Artesano: \$10 Guía: \$5	\$45	\$9.00 (grupo de 5)	20 personas por mes	65%	\$30	32% Trimestral	Capacidad: 12 personas por taller.

Transporte:

\$5

Insumos: \$5

2 talleres por

semana.

Demanda:

moderada

Nota: Elaboración propia

Los precios finales de estos paquetes turísticos se consiguieron a través del método costo y margen, considerando los costos directos, indirectos y las remuneraciones del personal que está involucrado. A partir de los datos que se obtuvieron del costo total por cada salida, el cual se dividió entre un grupo estimado de máximo 5 participantes por actividad para así poder obtener el costo unitario por cada una de las personas. Luego, se aplicó un margen de ganancia entre 65% y 75%, según el nivel de exclusividad y valor de cada producto.

El análisis comparativo de precios en la competencia local Sucúa y comunidades Shuar aledañas, así como en los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas, donde se pudo identificar una disposición de pago promedio lo cual nos valida los precios sugeridos de \$30 y \$25.

4.5 Estrategias de promoción y comercialización de productos turísticos

A continuación, se encuentra una tabla de estrategias para la promoción y comercialización de los diseños de los productos turísticos innovadores, lo cual están realizados para fortalecer y contribuir a la comunidad y que sea un destino turismo sostenible reconocido.

Tabla 22.

Estrategias de promoción y comercialización

Estrategia	Acciones	Línea base	Meta	Inicio y Fin	Medio verificable	Responsable	Supuesto
Estrategias de marketing digital.	Elaborar campañas que promocionen la cultura shuar, biodiversidad y las experiencias que ofrece la comunidad, por medio de las redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram.	Promoción digital.	Realizar al menos 2 campañas por mes y lograr el crecimiento en un 10% en 6 meses en toda la provincia.	2026-2027	Redes Sociales.	Encargados de marketing y turismo.	Conectividad digital.
Participación comunitaria en eventos y ferias turísticas.	Incentivar a la comunidad a que participe en estas actividades y esta se posicione como un destino turístico.	Poca participación.	Realizar al menos 3 ferias en 2 años y así lograr tener 2 convenios firmados con operadoras turísticas del cantón.	20226 - 2027-2028	Redes sociales, folletos.	GAD Cantonal y Parroquial.	Apoyos financieros y participación comunitaria.
Capacitaciones con respecto al turismo.	Realizar talleres a la comunidad activa sobre promoción turística,	Poca participación.	Realizar al menos 5 talleres en un año y conseguir participaciones de un	2026-2027	Listas de asistencia, certificados de participación.	GAD Cantonal y Parroquial.	Apoyos financieros y participación comunitaria.

	atención al cliente, marketing digital.		60% de miembros de la comunidad.				
Desarrollar plataformas digitales.	Crear páginas que ayuden a promocionar información sobre sus atractivos, experiencias que ofrecen, contactos.	Pocas plataformas digitales.	Actualizar la información en redes sociales y App y aumentar un 15% el número de visitas en 12 meses.	2026-2027	Apps y redes sociales.	GAD Cantonal y Parroquial, responsables turísticos.	Apoyos financieros y participación comunitaria.
Desarrollar paquetes turísticos llamativos.	Diseñar paquetes turísticos que sean llamativos para los turistas y que ofrezcan experiencias únicas como el turismo vivencial, cultural y natural.	Mejorar paquetes turísticos y que estos estén bien elaborados.	Diseñar 3 paquetes turísticos bien elaborados para poder comercializarlos.	2026-2027	Apps, redes sociales, puntos de información.	GAD Cantonal y Parroquial, responsables turísticos, dueños de atractivos turísticos, agencias u operadoras.	Interés por parte de visitantes.
Mejorar la señalética turística.	Las nuevas señaléticas deben ser ecológicas y muy visibles para los visitantes, que puedan orientar positivamente (deberán ser en idioma shuar y español) incluyendo gráficas.	Señalización deteriorada.	mejorar por completo los senderos y señalización de estos atractivos y la parroquia en sí.	2026-2027	Registros y fotografías del cumplimiento.	GAD Cantonal y Parroquial, responsables turísticos.	Recursos disponibles.

Desarrollar experiencias turísticas personalizadas.	Ofrecer experiencias personalizadas para los visitantes y que estén adaptadas a sus intereses y tiempos, como cocina ancestral o rituales simbólicos.	Pocas actividades turísticas.	3 productos innovadores que tengan experiencias únicas.	2026-2027	Registro de actividades.	de GAD Parroquial y comunidad.	Disposición del GAD parroquial y comunidad.
Desarrollar una marca turística que sea de la comunidad.	Diseñar un logo que sea muy llamativo con respecto a su identidad Shuar, representado muy bien a la comunidad.	Hacer visible la identidad propia de estos.	Crear un logo que, al verlo se puedan identificar.	2026-2027	Por redes sociales, publicidad en pancartas.	Diseñadores y expertos en marketing.	Apoyo de los creadores de marketing, GAD Parroquial.
Convenios con agencias de viajes.	Tener acuerdos con las agencias de viaje ya sean regionales o nacionales.	Realizar convenios formales con las agencias.	Obtener al menos dos convenios con las agencias de viajes.	2026-2027	Aprobación de convenios.	GAD Cantonal y Parroquial.	Apoyo de las agencias de viajes.

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El diagnóstico realizado permitió reconocer que la comunidad Santa Teresita que se encuentra en la parroquia de Asunción cuenta con una riqueza cultural relevante, especialmente relacionada con la herencia cultural del pueblo Shuar, así como los paisajes naturales atractivos que no han sido aprovechados para fines turísticos. A pesar del potencial existente, se evidencian faltas importantes en infraestructura básica, señalética, servicios turísticos y formación de capital humano que limitan al fortalecimiento de un destino turístico organizado. Asimismo, la valoración de los recursos permitió determinar oportunidades claras para el diseño de productos turísticos auténticos y sostenibles. Sin embargo, también se concluye que no existe una planificación turística estructurada ni acciones articuladas entre comunidad y autoridades, lo que genera debilidades al momento de proyectar un modelo de turismo comunitario. Por lo tanto, es indispensable que el diseño de futuros productos turísticos parta del reconocimiento de estas realidades y se base en un enfoque participativo.

El análisis de la oferta turística en la comunidad Santa Teresita demuestra que esta se encuentra en un estado primario, con escasa diversificación de actividades y sin un producto consolidado que integre de manera estructurada la identidad cultural y los recursos naturales. La comunidad dispone de atractivos y conocimientos que no han sido ordenado ni comercializados adecuadamente, lo que limita su capacidad para generar beneficios económicos sostenibles y atraer visitantes con expectativas específicas. En cuanto a la demanda, se verificó mediante encuestas que los turistas actuales y potenciales valoran las experiencias auténticas, el contacto con la herencia ancestral Shuar y la convivencia directa de la naturaleza. Existe una demanda latente que aún no se está satisfaciendo. Esta situación reafirma la necesidad de desarrollar productos turísticos innovadores y sostenibles que respondan a los intereses del turista moderno, pero que a su vez protejan y valoricen la identidad de la comunidad.

A partir de los recursos recolectados en el diagnóstico, la percepción de los actores comunitarios y los resultados del análisis de oferta y demanda, se diseñó una propuesta de producto turístico que busca integrar componentes culturales como los rituales, la gastronomía y saberes Shuar y naturales como el senderismo, las visitas a cascadas, la observación de flora y fauna, con un enfoque sostenible y de participación comunitaria. Este producto tiene el potencial de convertirse en un atractivo distinguido dentro de la región amazónica. Actualmente no existen estrategias claras de promoción turística que posicionen a la comunidad en el mercado regional o nacional. La comunidad carece de presencia digital, materiales de difusión, y articulación en plataformas de promoción. Esta situación limita su visibilidad ante potenciales turistas y afecta directamente la rentabilidad de los productos que se podrían desarrollar.

En ese contexto, se propusieron estrategias basadas en el uso de herramientas de marketing digital, como redes sociales, así como la participación en ferias turísticas,

alianzas institucionales y la formación de promotores turísticos locales. Estas acciones permitirán mejorar el alcance del destino, generar identidad de marca comunitaria y facilitar la comercialización de experiencias únicas, enfocadas en la cultura y naturaleza de la comunidad Santa Teresita.

5.2 Recomendaciones

A las autoridades locales del cantón Sucúa y de la parroquia Asunción, se recomienda incluir de forma prioritaria el turismo comunitario dentro de los planes de desarrollo territorial, asignando recursos para la capacitación, promoción y mejora de infraestructura básica en Santa Teresita. Por otra parte, a los miembros de la comunidad, se les sugiere organizarse a través de comités de turismo o asociaciones comunitarias que puedan gestionar y liderar proyectos turísticos de forma autónoma y sostenible, fortaleciendo así su rol protagónico en el desarrollo local.

Se recomienda utilizar metodologías mixtas con un enfoque participativo, que permitan no solo obtener datos cuantificables a través de encuestas, sino también captar la visión y expectativas de los actores clave mediante entrevistas. Este enfoque contribuye a una comprensión integral del contexto turístico comunitario. Para investigaciones futuras se recomienda aplicar herramientas como líneas de tiempo comunitarias y análisis FODA participativo, que permitan una planificación más efectiva y con mayor apropiación local. A quienes en el futuro deseen investigar sobre el desarrollo del turismo comunitario, les recomiendo considerar el uso de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), ya que esta herramienta permite analizar de forma más precisa las tendencias de consumo turístico y el comportamiento de los visitantes a través de datos recopilados en redes sociales y plataformas digitales. Desde mi experiencia, creo que también es fundamental incorporar estrategias de marketing digital en el diseño e implementación de productos turísticos, ya que esto puede contribuir significativamente a posicionar destinos rurales y poco conocidos como Santa Teresita, logrando una mayor visibilidad y facilitando el acceso a nuevos mercados.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza , M. A. (2004). *Fundamentos de marketing turístico* . México: TRILLAS.

Aguilera, L., Ramírez, K., & Medina, J. (2024). Implementación de la sostenibilidad en destinos turísticos con enfoque inteligente: práctica necesaria para destinos cubanos. *Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 51, 89-105.

Alcandía Sucúa. (2021). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SUCÚA 2021-2025*. Sucúa : GADM del Cantón Sucúa.

Alfondo , I. (1995). Técnicas de investigación bibliográfica.

Bisquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. La Muralla.

Bonn, M. A. (1986). Tourism. En A. Epperson , *Private and commercial recreation* (pág. 385). New York.

Cañada , E. (2012). Turismo comunitario, un espacio en disputa. En J. Baudes , E. Cañada, & J. Gascón , *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. (págs. 130-131).

Carrera, M., Cobeña, E., Zambrano, W., & Ordeño, J. (2024). Estudio del patrimonio cultural y natural del Ecuador desde un enfoque turístico. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 8(1). <https://doi.org/https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye>

Castellucci , D. (2016). *Sistemas de calidad en turismo*. Argentina.

Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías*. México.

Del Canto, E., & Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 25-34. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002.pdf>

Díaz, E., Crecente, R., & Álvarez, C. (2004). Turismo y Ordenación del Territorio en el municipio de Ribadeo.

Fred, D. (2013). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. MEXICO: PEARSON.

Galvez, E., & Pérez , D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme: un estudio empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 28(122), 11-27.

García, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador.

Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 13(1), 105-116.
<https://doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100105>

GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA. (2021). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN SUCÚA 2023-2027*. SUCUA.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIA ASUNCIÓN. (2014). *PLAN PARROQUIAL DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE ASUNCIÓN*. Sucúa.

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la investigación y el Conocimiento*, 4(3).
[https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Hernández, R., Fenández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana.
<https://doi.org/http://observatorio.epacartagena>.

Hormana, D., & Torres, R. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 385-400. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.027>

Hu, W., & Wall, G. (2005). Environmental Management, Environmental Image and the Competitive Tourist Attraction. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 617-635.
<https://doi.org/10.1080/09669580508668584>

Huaraca, L., Kang, M., & Echarri, M. (2001). TURISMO COMUNITARIO: DEL CONCEPTO A LA GESTIÓN. LA EXPERIENCIA ECUATORIANA. *Ecociencia*, 8(6).
<https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.86.570>

Kalvelage, L., Revilla, J., & Bolling, M. (2021). ¿Las carreteras asfaltadas atraen turismo? Política de corredor de crecimiento y desarrollo turístico en la región de Zambezi, Namibia. *Revista europea de investigación para el desarrollo*, 33, 1000-1021.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41287-021-00402-3>

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2016). *Marketig para la hostelería y el turismo*. Pearson .

Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384.

Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553-575. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90071-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90071-5)

Likert, R. (1932). *A TECHNIQUE FOR THE MESUREMENT OF ATITUDES*. NEW YORK.

Lundberg , D. (1985). *The tourist business*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.

Márquez , C., Suárez, C., Garzón , R., & Márquez, P. (2024). Barreras y oportunidades en la adopción de plataformas digitales por parte de los prestadores de servicios turísticos en el cantón Alausí. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 648-660. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2634>

Medlik, S., & Milddleton , V. (1973). The product formulation in tourism. *Tourism and marketing*.

Mendes, G., & Augusto, A. (2013). INNOVACIÓN EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN MEDIOS Y REDES SOCIALES. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 102-119.

Meriño, J., & Sagbini, A. (2021). Estudio de la Capacidad de Innovación en la Promoción del Sector Turismo. *Dictamen Libre*, 28. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.28.7300>

Milio, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales: hostelería y turismo*. Madrid: Thomson-Paraninfo.

Ministerio de Turismo. (25 de 06 de 2015). Servicios turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/gestion-y-desarrollo-turistico/>

Ministero de Ambiente y Agua de Ecuador. (2020). *Guía Técnica para la Integración del Enfoque de Género en la Gestión de Cambio Climático en Ecuador*. . Quito.

MINISTERO DE TURISMO. (2018). *MANUAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS* . QUITO.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración . *Cuadernos de Turismo*, 335-357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>

Neill, A., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala, Ecuador: UTMACH. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. <http://www.eunwto.org/doi/book/10.18111>

Organizaciones de Naciones Unidas Turismo. (2017). [unwto.org](http://www.unwto.org): <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible#:~:text=%C2%ABE1%20turismo%20que%20tiene%20plenamente%20en%20cuenta%20las,industria%2C%20del%20entorno%20y%20de%20las%20comunidades%20anfitrionas.%C2%BB>

Oviedo, H., & Campos , A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 572-580.

Reinoso, N. (2024). La innovación del modelo de negocio sostenible en los emprendimientos turísticos ecuatorianos: una revisión sistemática de la literatura. *Región y sociedad*, 36(855). <https://doi.org/https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>

Reyes, E. (2023). *ANÁLISIS DE LOS COSTOS, GASTOS Y RENTABILIDAD PARA EL SECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS, CÓDIGOS CIU N7912 Y N7990.01 PARA LOS AÑOS 2020 AL 2022 [Tesis para obtener el título de licenciatura en contabilidad y auditoría]*. QUITO: PUCE.

Robalino, J., Gallegos, M., & Moscoso, A. (2021). Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso: G.A.D de Pasaje, Ecuador. *Digital Publisher*, 6(6), 151-168. <https://doi.org/http://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.753>

Rodríguez, S. (2023). Estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas de la región Lambayeque-Perú. *Multidisciplinar*, 7(1). https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4616

Rodríguez, S., Ramírez, J., & Henández, I. (2023). Procedimiento para la participación comunitaria en el proyecto Centro Turístico Local "Rocío del Sol". *COODES*, 11(2). <https://coodles.upr.edu.cu/index.php/coodles/article/view/608>

Sainz, J., & Silvia, G. (2003). *La Participación y Gestión Social*. México: Plaza y Valdés, S.A.

Sanabria, G. (2001). Participación Social y Comunitaria- Reflexiones. *Revista Cubana Salud Pública.*, 27(2), 89-95.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S08644662001000200002&lng=es&nrm=iso

Sandoval , F., & Andres, E. (2022). El trabajo de campo en la investigación social en tiempos de pandemia. *Esapcio abierto*, 31(3), 10-22.

Santander, U. (2013). *Plan prospectivo de desarrollo UTS* .

Serra, A. (2003). *Marketing turístico avanzado*. Madrid.

Setia, M. (2016). *Methodology Series Module 3: Cross-sectional Studies*. Indian J. Dermatol.

Sharpley , R. (2009). Managing visitor attractions. *Tourism Management*, 30(1), 145-146. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.05.001>

Suntasig, L. (2024). Organización comunitaria como clave para el desarrollo del turismo comunitario: Caso Ponce Quilotoa. *Revista Académica y científica VICTEC*, 5(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.61395/victec.v5i8.119>

Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.004>

Velázquez, J., Cruz, E., & Briones, A. (2023). INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO VERDE, UNA REVISIÓN DESDE LA PERSPECTIVA TURÍSTICA. *Turismo y sociedad*, 33, 213-230. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n33.09>

Vera Rebollo, J., Marchena Gomez, M., & Antón Clavé, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo Blanch.

Wheelen, T., & Hunger, D. (2007). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE NEGOCIO: CONCEPTOS Y CAOS*. MÉXICO: PEARSON.

ANEXOS

5.3 Anexo 1. Recursos naturales de la flora y fauna de la comunidad Santa Teresita

En la siguiente tabla 23 y 24 se observa una lista de la flora y la fauna de la comunidad Santa teresita, ubicada en la parroquia Asunción, Cantón Sucúa.

Tabla 23.

Fauna de la Comunidad Santa Teresita

N.º	Nombre común	Nombre científico	Tipo de animal	Observaciones relevantes
1	Mono chorongo	<i>Lagothrix lagotricha</i>	Mamífero	Habita en bosques húmedos, que son importante para el equilibrio ecológico.
2	Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	Mamífero	Caza tradicional, valiosa en la alimentación local.
3	Tucán amazónico	<i>Ramphastos tucanus</i>	Ave	Colores vistosos, atrae turistas observadores de aves.
4	Boa arcoíris	<i>Epicrates cenchria</i>	Reptil	Inofensiva, reguladora de roedores.
5	Rana dardo venenosa	<i>Dendrobates tinctorius</i>	Anfibio	Endémica y llamativa, importante para turismo científico.
6	Águila harpía	<i>Harpia harpyja</i>	Ave rapaz	Una de las más grandes del mundo, símbolo de conservación.
7	Nutria gigante	<i>Pteronura brasiliensis</i>	Mamífero	Muy rara, habitante de ríos amazónicos.
8	Perezoso de tres dedos	<i>Bradypus variegatus</i>	Mamífero	Lentitud característica; avistamiento ocasional.
9	Armadillo	<i>Dasypus novemcinctus</i>	Mamífero	Común en la zona; apreciado por comunidades.
10	Guacamayo escarlata	<i>Ara macao</i>	Ave	Especie emblemática y de alto valor turístico.

Nota: Plan parroquial de desarrollo y ordenamiento territorial de Asunción 2014-2019 (2014).

Tabla 24.*Flora de la Comunidad Santa Teresita*

N.º	Nombre común	Nombre científico	Tipo de planta	Usos / Importancia
1	Cedro amazónico	<i>Cedrela odorata</i>	Árbol maderable	Madera fina para construcción y muebles.
2	Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	Arbusto medicinal	Infusión energizante; planta ancestral Shuar.
3	Chonta	<i>Bactris gasipaes</i>	Palma	Fruto comestible; usado en gastronomía local.
4	Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa</i>	Trepadora medicinal	Muy valorada en medicina tradicional.
5	Canelo	<i>Ocotea quixos</i>	Árbol aromático	Usado en rituales; corteza con aroma dulce.
6	Yagé o Ayahuasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	Liana sagrada	Uso chamánico; ceremonial y espiritual.
7	Achiote	<i>Bixa orellana</i>	Arbusto colorante	Colorante natural; uso en cocina y rituales.
8	Heliconia	<i>Heliconia spp.</i>	Planta ornamental	Atracción turística por su forma y color.
9	Caña guadúa	<i>Guadua angustifolia</i>	Gramínea estructural	Construcción tradicional y sostenible.
10	Flor de mayo (orquídea)	<i>Cattleya trianae</i>	Epífita ornamental	Flor nacional del Ecuador; alta belleza.

Nota: Plan parroquial de desarrollo y ordenamiento territorial de Asunción 2014-2019 (2014).

5.4 Anexo 2. Encuesta dirigida a Lideres de la comunidad y Autoridades del cantón Sucúa.

Universidad Nacional de Chimborazo

Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera de Turismo

Encuesta

Nº: _____ **Fecha:** _____ **Encuestador:** _____

Dirigida a: Autoridades y Lideres involucrados en el turismo

Objetivo de la Encuesta: Recolectar información del turismo y las expectativas de la comunidad sobre el desarrollo turístico

Instrucciones:

1. Seleccione la casilla correspondiente con una marca (X) que represente su perspectiva respecto al tema planteado.
2. Tenga en cuenta la escala, donde el número 1 indica una calificación más baja y el número 5 representa la calificación más alta.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombres:

Género:	Masculino	Femenino	Otros
Nivel de Instrucción:	Primaria	Secundaria	Tercer Nivel
		Técnico/ Tecnológico	Cuarto Nivel

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N	ITEMS	1	2	3	4	5
°		Totalmen te en desacuer do	En desacuer do	Neutro	De acuerdo	Totalmen te de acuerdo
1	El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.					
2	La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima					

planificación
turística.

3 Se realiza un
seguimiento o
evaluación
periódica de
los proyectos
turísticos
implementado
s en Santa
Teresita.

4 La comunidad
de Santa
Teresita tiene
la
infraestructura
adecuada para
recibir a los
turistas de
manera
eficiente.

5 Las
instituciones
locales
cantonales
tienen la
voluntad de
capacitar a los
miembros de
la comunidad
en temas
relacionados
con el turismo.

Demanda y promoción turística

6 Los turistas
que visitan
Santa Teresita
valoran el
contacto con
la naturaleza.

7 Se deben
realizar

acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita.

8 Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad.

9 Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades.

Marketing Digital

1 El uso de las
0 Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.

1 La comunidad
1 debe implementar campañas digitales para

promocionar los atractivos turísticos.

- 1 La comunidad
2 debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.
-

Identidad cultural

Nada importante	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
------------------------	------------------------	--------------------------------	-------------------	-----------------------

- 1 Se considera
3 la cultura Shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.
-

- 1 Los productos
4 turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local.
-

Oferta turística

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
---------------------------------	----------------------	---------------	-------------------	------------------------------

- 1 Es beneficiosa
5 la actividad turística para
-

la comunidad
Santa Teresita.

- 1 Sería
6 beneficioso
promover más
productos de
turismo de
aventura
(rutas,
senderos,
cascadas) en la
comunidad
Santa Teresita.
-

- 1 Es necesario
7 implementar
nuevos
servicios
turísticos en
Santa Teresita
(alojamiento,
gastronomía,
transporte).
-

- 1 Existen ideas
8 y propuestas
claras en la
comunidad de
productos y
servicios
turísticos
innovadores.
-

Nota: Elaboración propia.

5.5 Anexo 3. Encuesta dirigida a la comunidad Santa Teresita

Universidad Nacional de Chimborazo

Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera de Turismo

Encuesta

Nº: _____ Fecha: _____ Encuestador: _____

Dirigida a: La comunidad Santa Teresita

Objetivo de la Encuesta: Recolectar información que tanto están involucrados en el turismo de la comunidad, las expectativas de la comunidad sobre el desarrollo turístico.

Instrucciones:

1. Seleccione la casilla correspondiente con una marca (X) que represente su perspectiva respecto al tema planteado.
 2. Tenga en cuenta la escala, donde el número 1 indica una calificación más baja y el número 5 representa la calificación más alta.
-

INFORMACIÓN GENERAL

Nombres:

Género:	Masculino	Femenino	Otros		
Nivel de Instrucción:	Primaria	Secundaria	Técnico/ Tecnológico	Tercer Nivel	Cuarto Nivel

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Nº	ITEMS	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Neutro	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
----	-------	-------------------------------------	-----------------------	-------------	-----------------	-------------------------------

El turismo como una oportunidad de poder desarrollarse

1 El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.

2 El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.

3 El desarrollo del turismo puede

generar empleo para los habitantes de la comunidad.

- 4 El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.
-

Identidad cultural

- 5 El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.
-

- 6 Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.
-

- 7 Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).
-

Nada Importante Poco importante Mediamente importante Importante Muy importante

Participación comunitaria

- 8 Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.
-

- 9 La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza,
-

gastronomía,
emprendimientos).

- 10 Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.
-

Servicios turísticos e Infraestructura

- 11 Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.
-

- 12 Es necesario mejorar la infraestructura turística (camino, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.
-

**Totalmente
en
desacuerdo**

**En
desacuerdo**

Neutral

De acuerdo

**Totalmente
de acuerdo**

Promoción e innovación turística

- 13 Existe suficiente promoción turística de la parroquia.
-

- 14 Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.
-

Nota: Elaboración propia

5.6 Anexo 4. Encuesta dirigida a los turistas.

Universidad Nacional de Chimborazo

Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera de Turismo

Encuesta

Nº: _____ Fecha: _____ Encuestador: _____

Dirigida a: Los turistas que visitan la comunidad Santa Teresita

Objetivo de la Encuesta: Recolectar información que tanto están involucrados en el turismo de la comunidad, las expectativas de la comunidad sobre el desarrollo turístico.

Instrucciones:

1. Seleccione la casilla correspondiente con una marca (X) que represente su perspectiva respecto al tema planteado.
2. Tenga en cuenta la escala, donde el número 1 indica una calificación más baja y el número 5 representa la calificación más alta.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombres:

Género:	Masculino	Femenino	Otros
Nivel de Instrucción:	Primaria	Secundaria	Técnico/ Tecnológico
			Tercer Nivel
			Cuarto Nivel

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N	ITEMS	1	2	3	4	5
°		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

La comunidad como un atractivo turístico

- 1 La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.
- 2 El entorno natural y cultural de Santa Teresita es

adecuado
para
actividades
turísticas.

3 Recomienda
visitar la
comunidad de
Santa
Teresita a
otras
personas.

4 Visitaría
nuevamente
la comunidad
Santa
Teresita.

Sostenibilidad y cultura

5 El turismo
aporta a la
conservación
de la
naturaleza y
la
preservación
de la cultura
de la
comunidad.

6 Es importante
su
participación
en
actividades
turísticas
culturales
(danzas,
rituales,
gastronomía
tradicional).

7 Valora
mucho el
involucrarse
en

experiencias
turísticas
sostenibles y
con
participación
comunitaria.

**Muy
insatisfecho** **Insatisfecho** **Neutra** **Satisfecho** **Muy
satisfecho**

Infraestructura y señalización

8 Su
percepción de
los productos
turísticos de
Santa
Teresita
(alimentación
, artesanías).

9 Su
percepción de
los servicios
turísticos de
Santa
Teresita
(Alojamiento,
alimentación,
transporte,
guianza e
información).

**Totalmente
en
desacuerdo** **En
desacuerdo** **Neutra** **De
acuerdo** **Totalment
e de
acuerdo**

10 Las rutas o
senderos
turísticos en
la comunidad
están bien
señalizados y
en buen
estado.

Percepción de los Servicios en la comunidad e innovación

-
- 11 Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.
 - 12 Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.
 - 13 Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.
 - 14 La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.

Nota: Elaboración propia.

5.7 Anexo 5. Resultados de las encuestas realizadas a los Dirigentes y Autoridades

DATOS GENERALES

1 PREGUNTA: Sexo de los encuestados

Tabla

25.

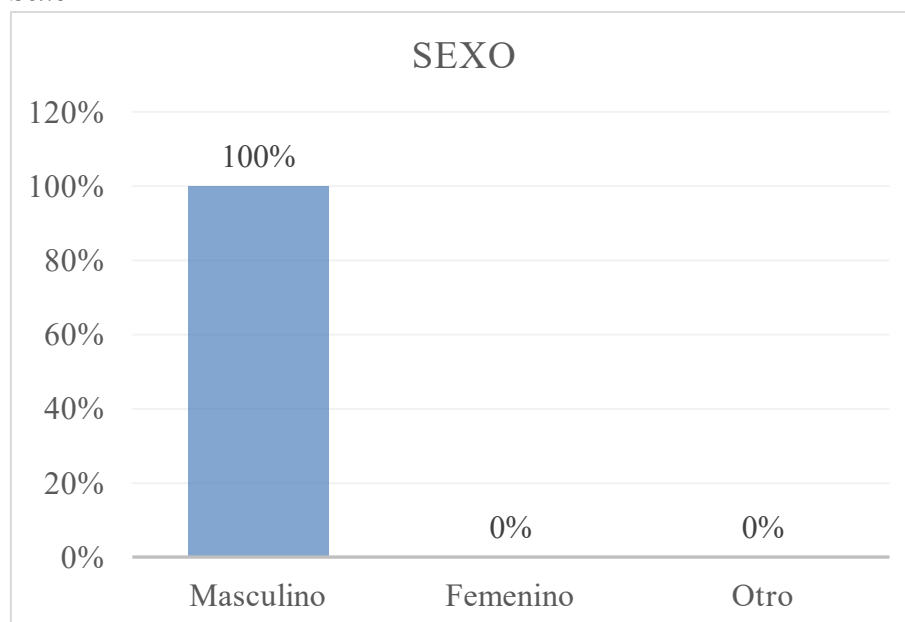
Sexo

SEXO		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Masculino	4	100%
Femenino	0	0%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 1.

Sexo



Nota: Elaboración propia.

PREGUNTA 2

Tabla

26.

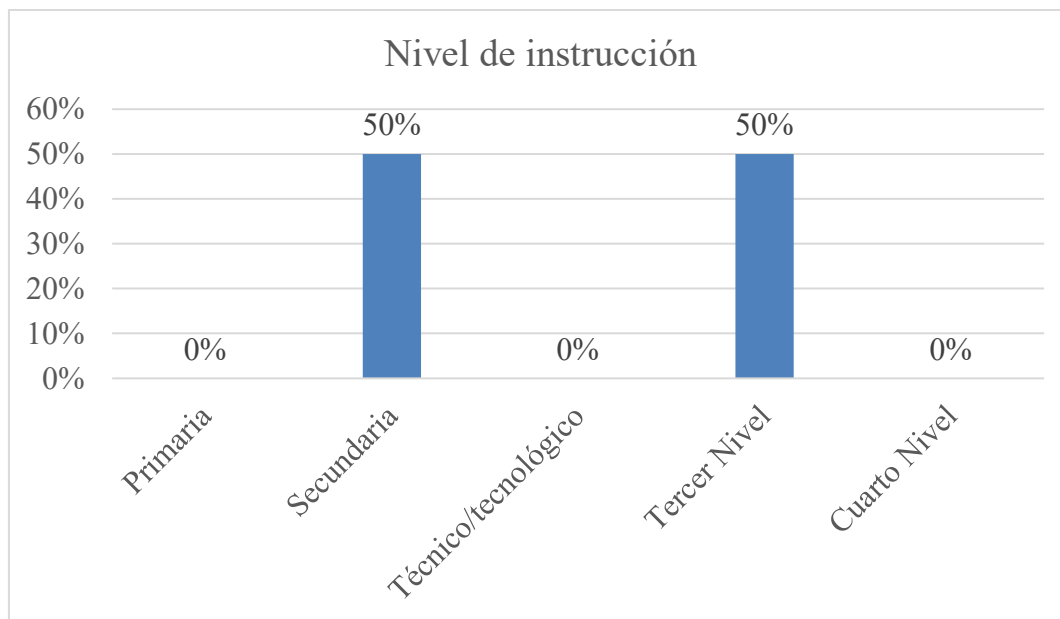
Nivel de instrucción

Nivel de instrucción		Frecuencia	Porcentaje
	Primaria	0	0%
	Secundaria	2	50%
Válido	Técnico/Tecnológico	0	0%
	Tercer Nivel	2	50%
	Cuarto Nivel	0	0%
	Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 2.

Nivel de Instrucción



Nota: Elaboración propia.

Dimensión: Planificación en cuanto al turismo

Pregunta 1:

Tabla 27.

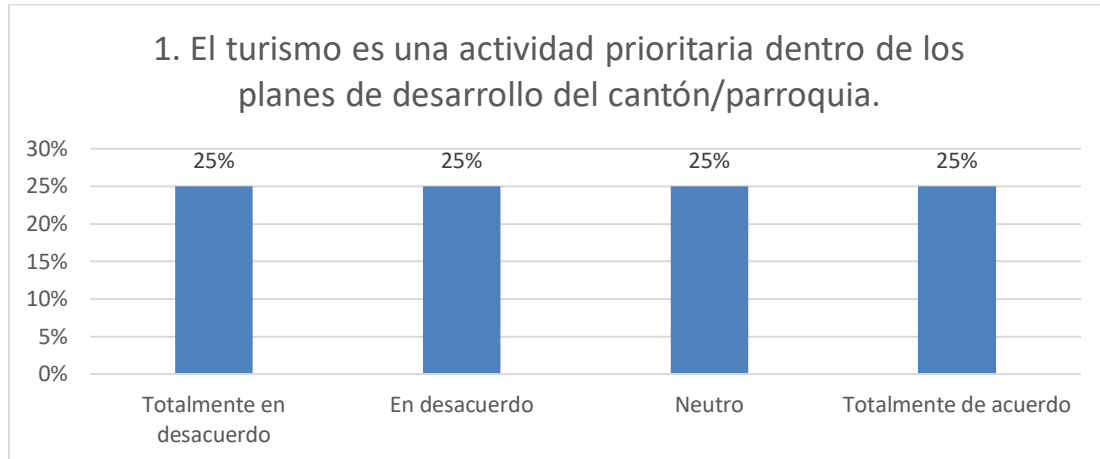
El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.

1.El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Totalmente en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	1	25%
Neutro	1	25%
Totalmente de acuerdo	1	25%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 3.

El turismo es una actividad prioritaria dentro de los planes de desarrollo del cantón/parroquia.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 2

Tabla 28.

La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.

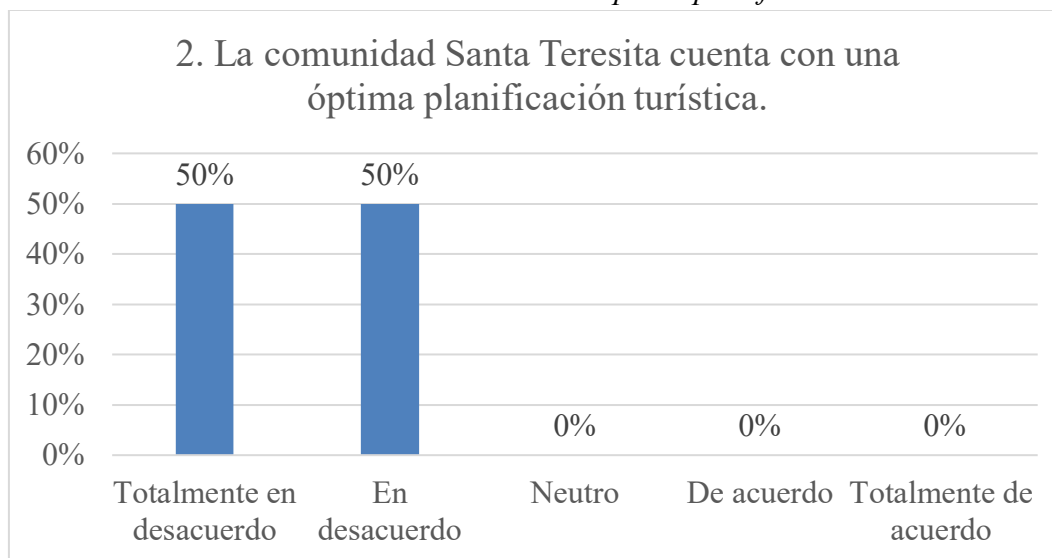
2. La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	50%
	En desacuerdo	2	50%
	Neutro	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
	Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 4.

La comunidad Santa Teresita cuenta con una óptima planificación turística.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 3

Tabla 29.

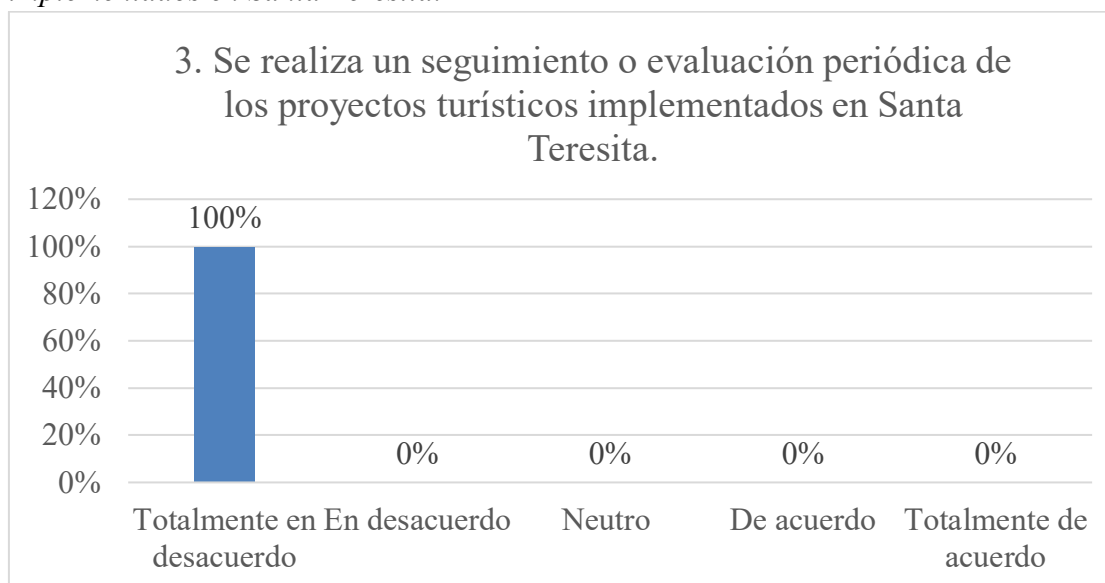
Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.

3. Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.		
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	100%
En desacuerdo	0	0%
Válido Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia.

Figura 5.

Se realiza un seguimiento o evaluación periódica de los proyectos turísticos implementados en Santa Teresita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 4

Tabla 30.

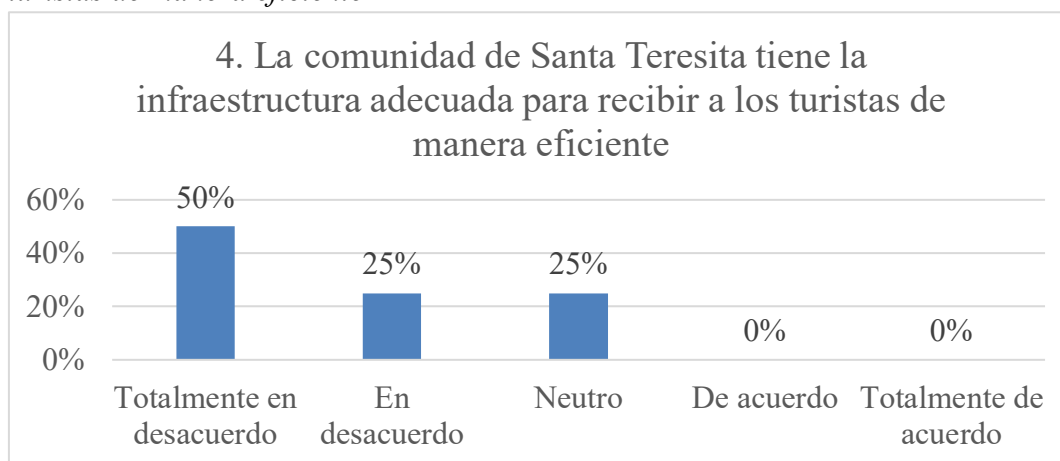
La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente

4. La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente		
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	50%
En desacuerdo	1	25%
Válido Neutro	1	25%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 6.

La comunidad de Santa Teresita tiene la infraestructura adecuada para recibir a los turistas de manera eficiente



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 5

Tabla 31.

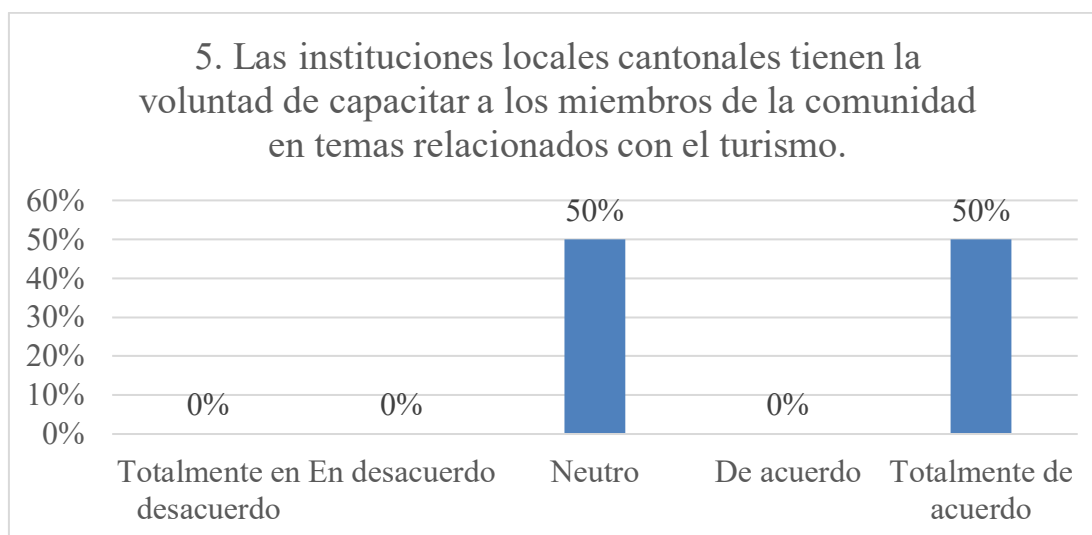
Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.

5. Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	2	50%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	2	50%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 7.

Las instituciones locales cantonales tienen la voluntad de capacitar a los miembros de la comunidad en temas relacionados con el turismo.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 6

Tabla 32.

Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza.

6. Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza.			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Neutro	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 8.

Los turistas que visitan Santa Teresita valoran el contacto con la naturaleza.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 7

Tabla 33.

Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita.

7. Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Neutro	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 9.

Se deben realizar acciones de promoción turística para visibilizar los atractivos de Santa Teresita



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 8

Tabla 34.

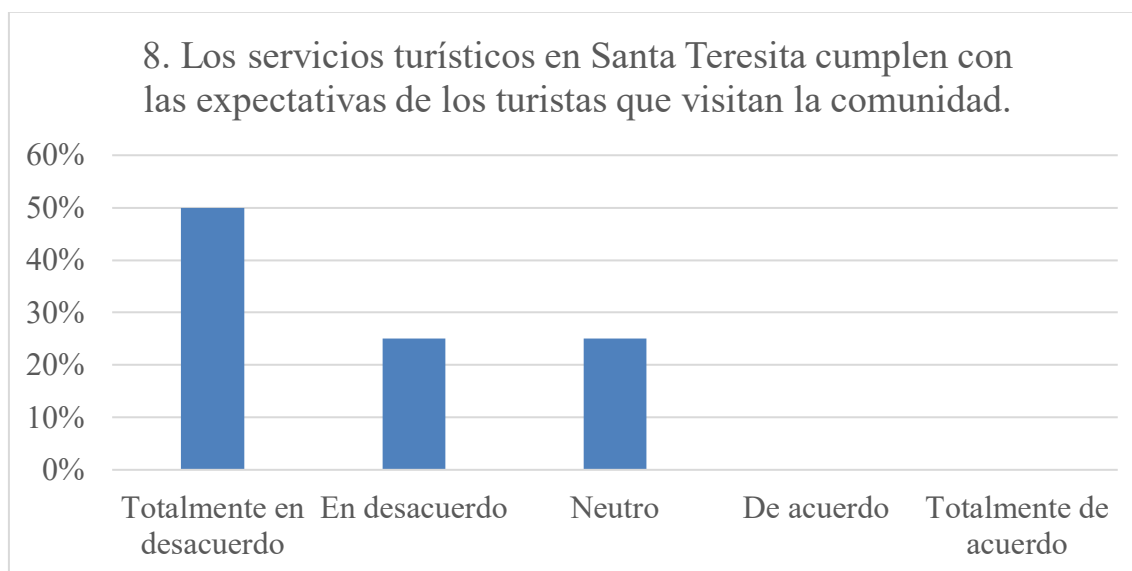
Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad.

Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	50%
En desacuerdo	1	25%
Neutro	1	25%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 10.

Los servicios turísticos en Santa Teresita cumplen con las expectativas de los turistas que visitan la comunidad



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 9

Tabla 35.

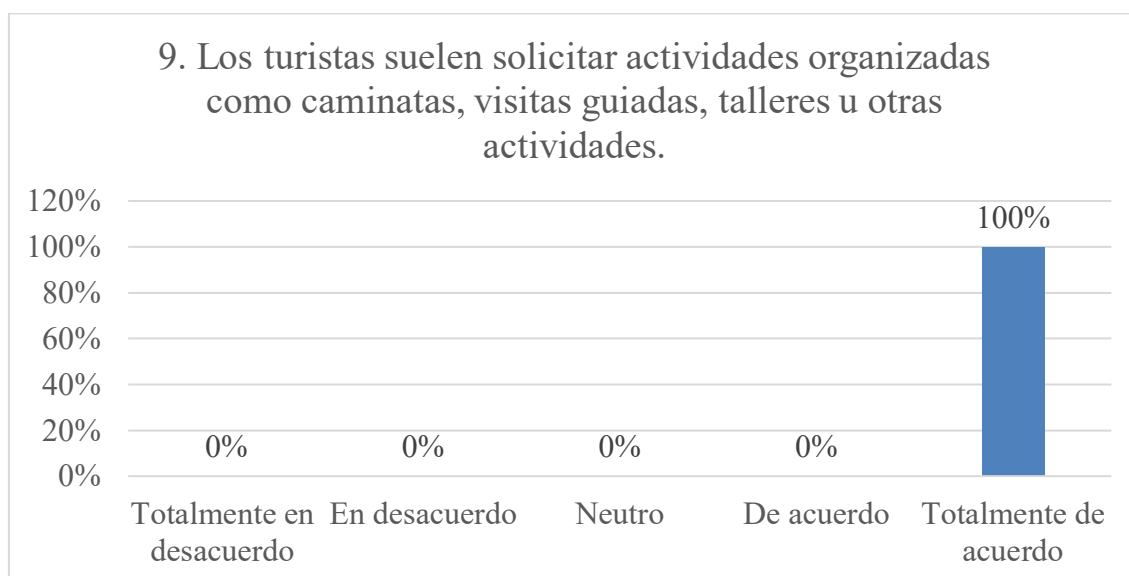
Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades.

Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 11.

Los turistas suelen solicitar actividades organizadas como caminatas, visitas guiadas, talleres u otras actividades.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 10

Tabla 36.

El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.

10. El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 12.

El uso de las Redes Sociales puede ayudar a mejorar la promoción turística de la comunidad Santa Teresita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 11

Tabla 37.

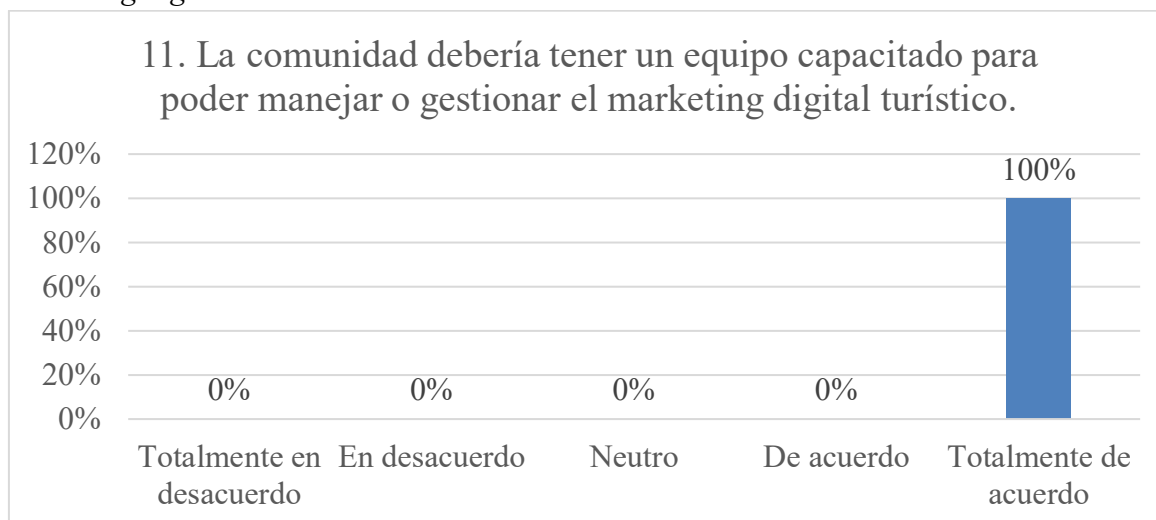
La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.

11. La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Neutro	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	4	100%
	Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 13.

La comunidad debería tener un equipo capacitado para poder manejar o gestionar el marketing digital turístico.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 12

Tabla 38.

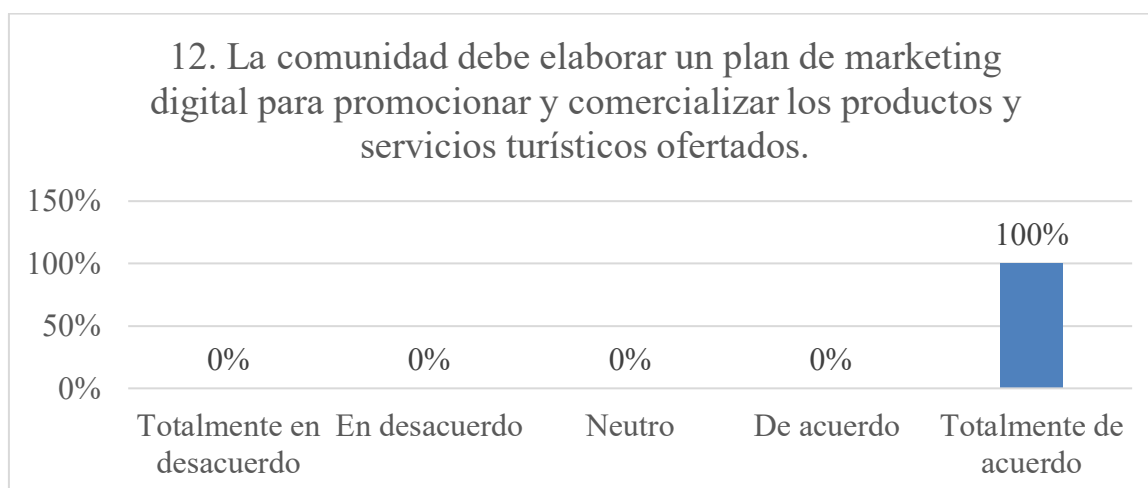
La comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos ofertados.

12. La comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos ofertados.		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia.

Figura 14.

La comunidad debe elaborar un plan de marketing digital para promocionar y comercializar los productos y servicios turísticos ofertados.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 13

Tabla 39.

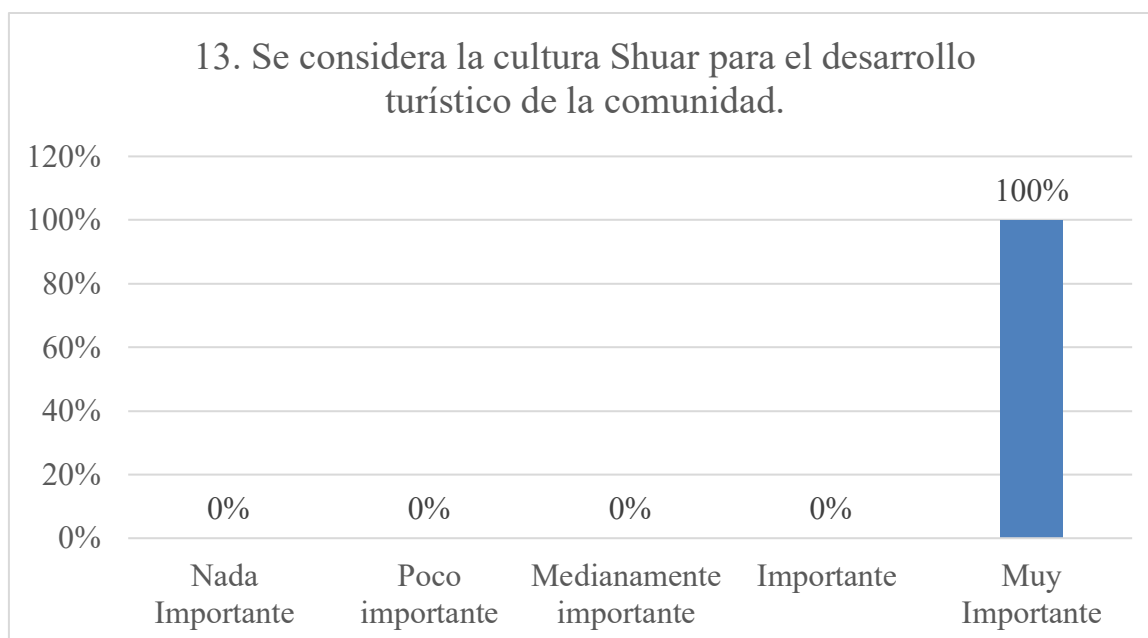
Se considera la cultura Shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.

13. Se considera la cultura Shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Nada Importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Medianamente importante	0	0%
Importante	0	0%
Muy Importante	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 15.

Se considera que la cultura shuar para el desarrollo turístico de la comunidad.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 14

Tabla 40.

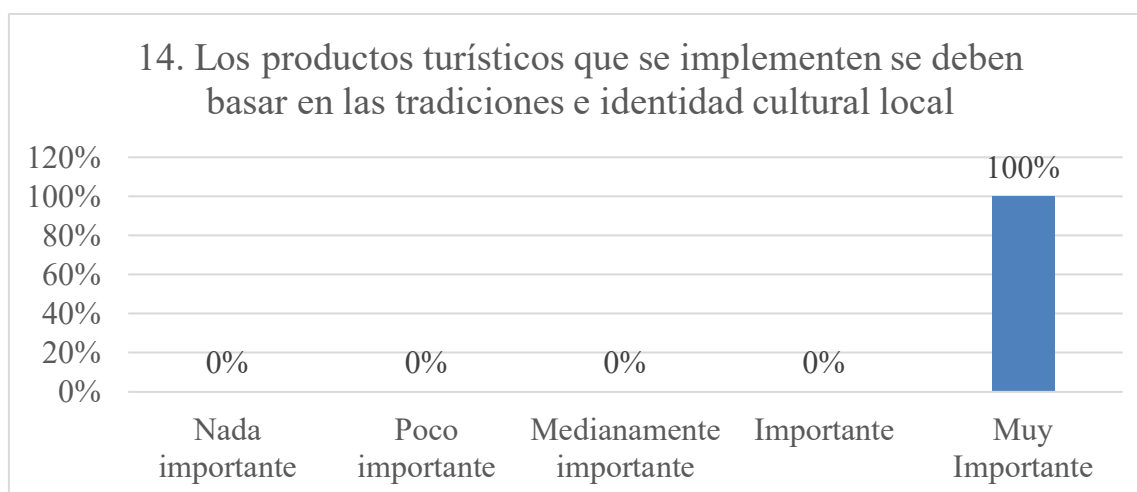
Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local

14. Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local		
Válido	Porcentaje	Frecuencia
Nada importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Medianamente importante	0	0%
Importante	0	0%
Muy Importante	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 16.

Los productos turísticos que se implementen se deben basar en las tradiciones e identidad cultural local.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 15

Tabla 41.

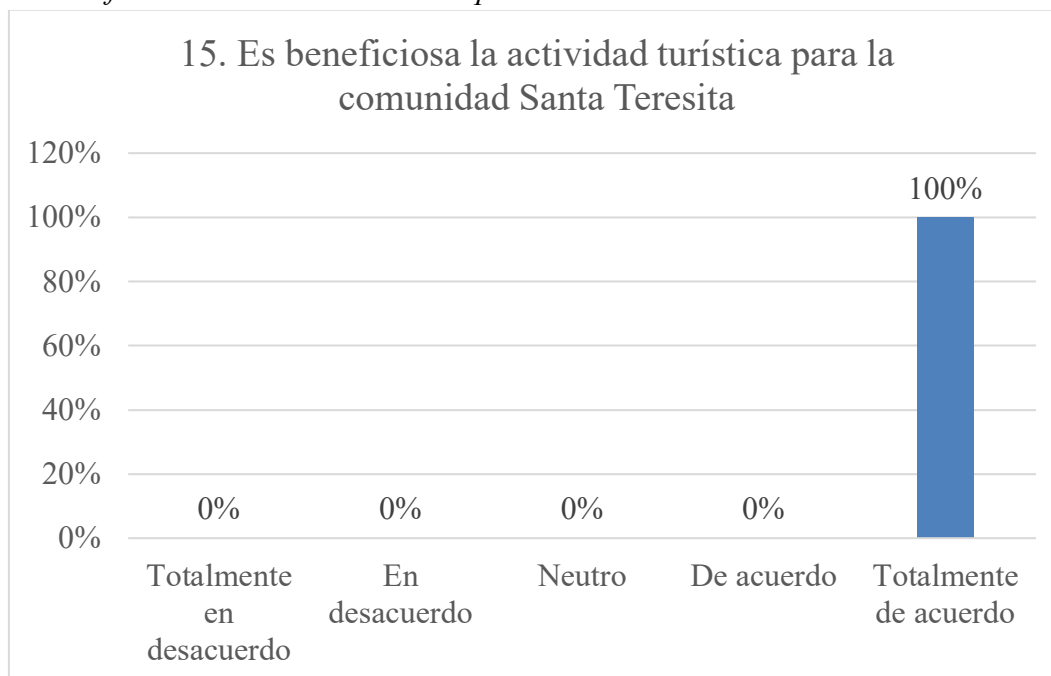
Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita

15. Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 17.

Es beneficiosa la actividad turística para la comunidad Santa Teresita



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 16

Tabla 42.

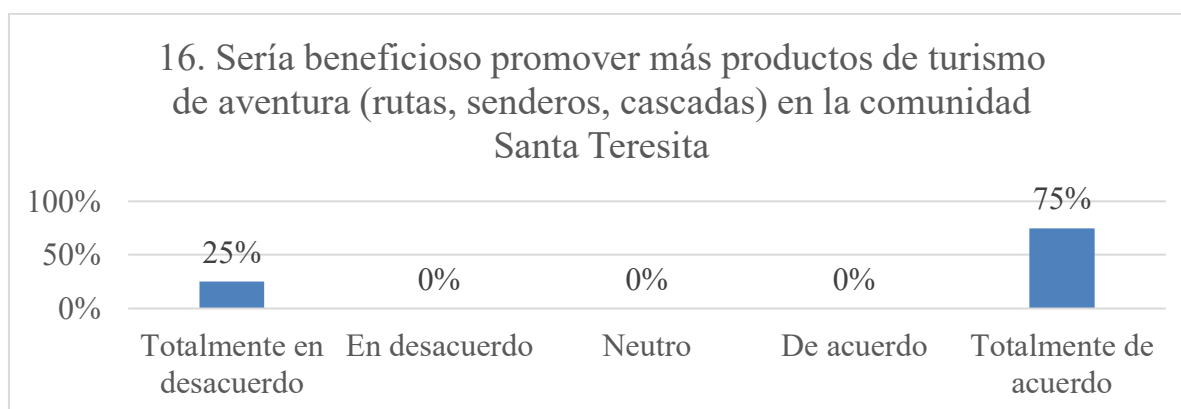
Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita

16. Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita			
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	1	25%
	En desacuerdo	0	0%
	Neutro	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	3	75%
	Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 18.

Sería beneficioso promover más productos de turismo de aventura (rutas, senderos, cascadas) en la comunidad Santa Teresita



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 17

Tabla 43.

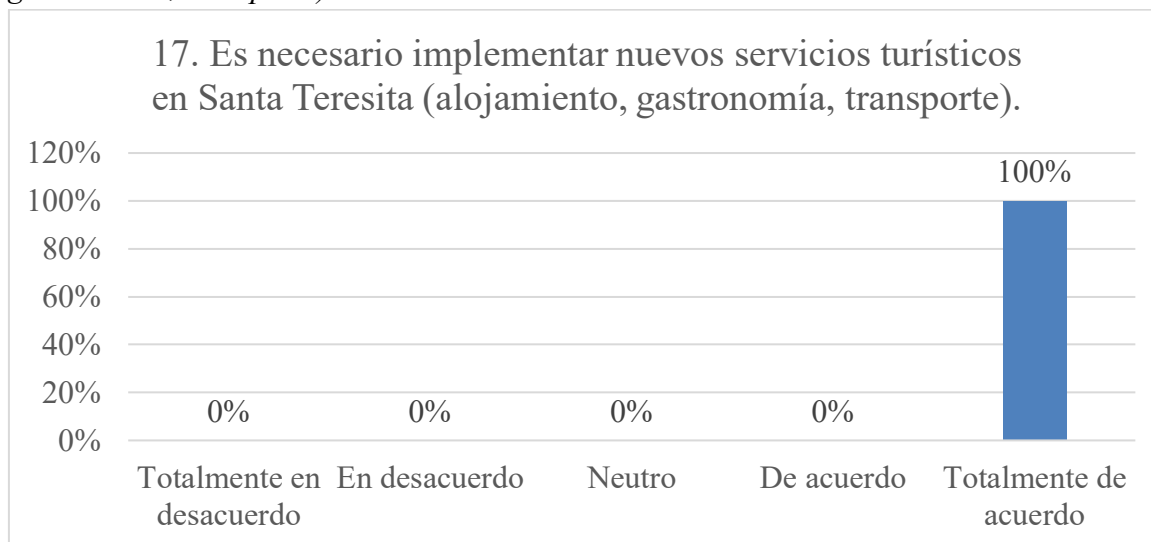
Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).

17. Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	4	100%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 19.

Es necesario implementar nuevos servicios turísticos en Santa Teresita (alojamiento, gastronomía, transporte).



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 18

Tabla 44.

Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.

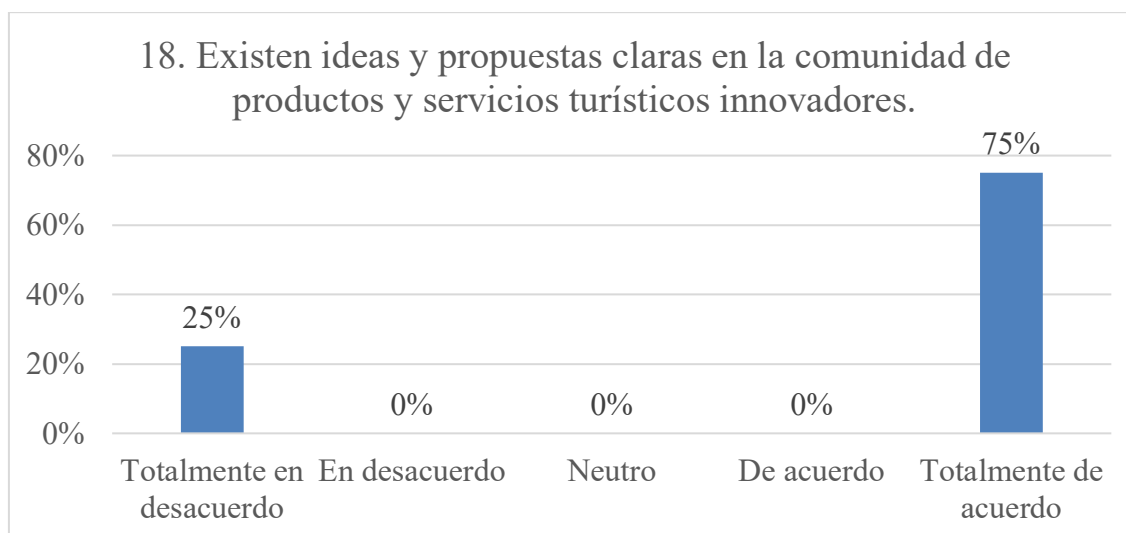
18. Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.

Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	0	0%
Neutro	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	3	75%
Total	4	100%

Nota: Elaboración propia.

Figura 20.

Existen ideas y propuestas claras en la comunidad de productos y servicios turísticos innovadores.



Nota: Elaboración propia.

5.8 Anexo 5. Resultados de las encuestas aplicadas a la comunidad de Santa Teresita.

Pregunta 1

Tabla 45.

Sexo

SEXO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Masculino	112	58%	58%	58
Femenino	81	42%	42%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 21.

Sexo



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 2

Tabla 46.

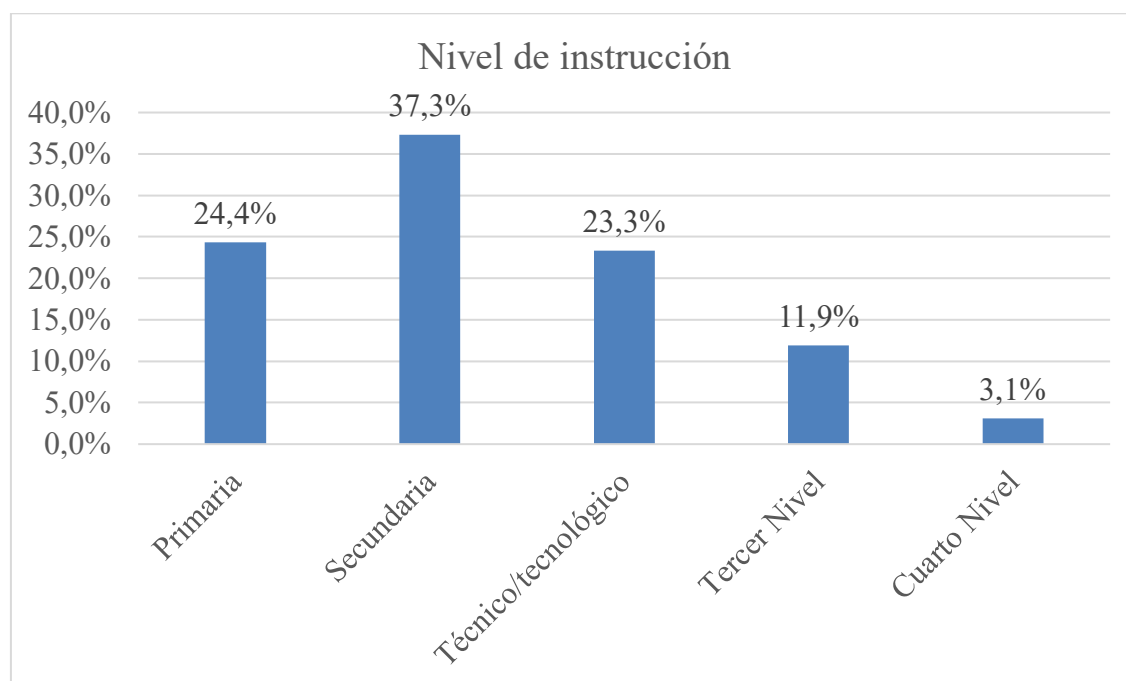
Nivel de Instrucción

Nivel de instrucción				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Primaria	47	24.4%	24.4%	24.4
Secundaria	72	37.3%	37.3%	61.7
Técnico/tecnológico	45	23.3%	23.3%	85
Tercer Nivel	23	11.9%	11.9%	96.9
Cuarto Nivel	6	3.1%	3.1%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 22.

Nivel de Instrucción



Nota: Elaboración propia.

DATOS ESPECÍFICOS

Pregunta 1

Tabla

47.

El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.

1. El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	0	0%	0%	0
Neutro	3	2%	2%	2
De acuerdo	107	55%	55%	57
Totalmente de acuerdo	83	43%	43%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 23.

El turismo representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad de Santa Teresita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 2

Tabla 48.

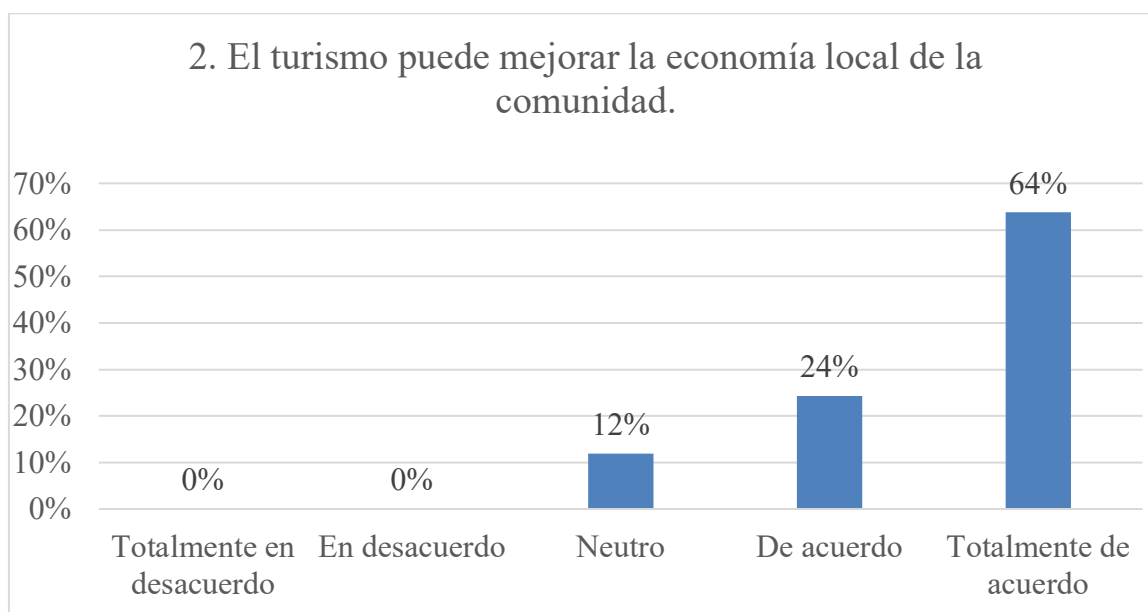
El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.

2. El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	0	0%	0%	0
Neutro	23	12%	12%	12
De acuerdo	47	24%	24%	36
Totalmente de acuerdo	123	64%	64%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 24.

El turismo puede mejorar la economía local de la comunidad.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 3

Tabla 49.

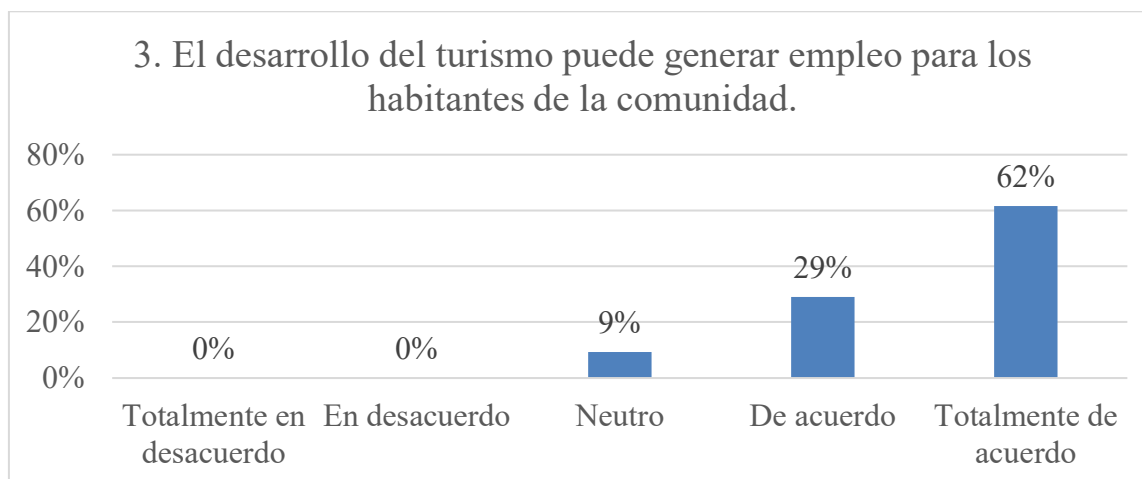
El desarrollo del turismo puede generar empleo para los habitantes de la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	0	0%	0%	0
Neutro	18	9%	9%	9
De acuerdo	56	29%	29%	38
Totalmente de acuerdo	119	62%	62%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 25.

El desarrollo del turismo puede generar empleo para los habitantes de la comunidad.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 4

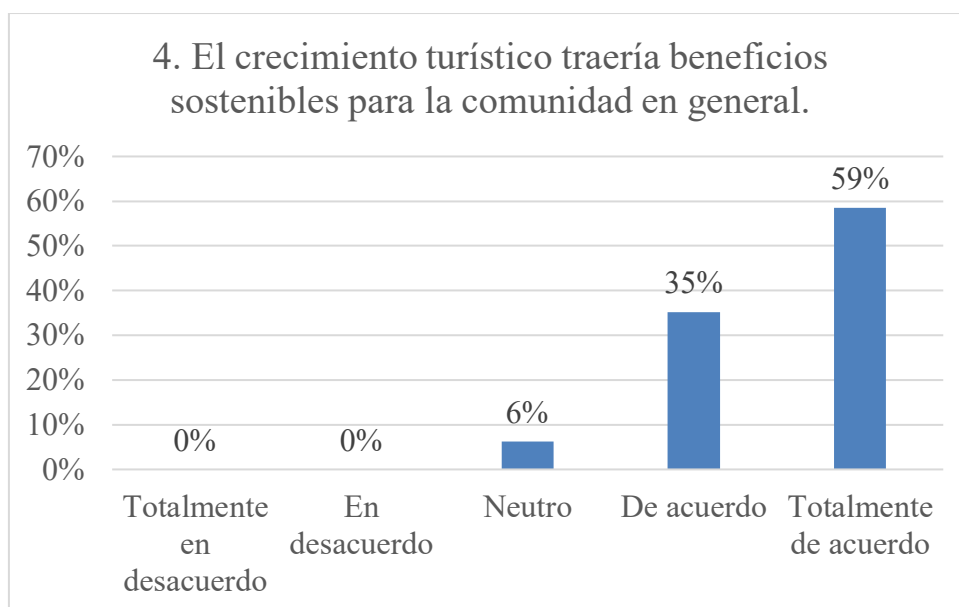
Tabla**50.**

El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.

4. El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	0	0%	0%	0
Neutro	12	6%	6%	6
De acuerdo	68	35%	35%	41
Totalmente de acuerdo	113	59%	59%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 26.*El crecimiento turístico traería beneficios sostenibles para la comunidad en general.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 5

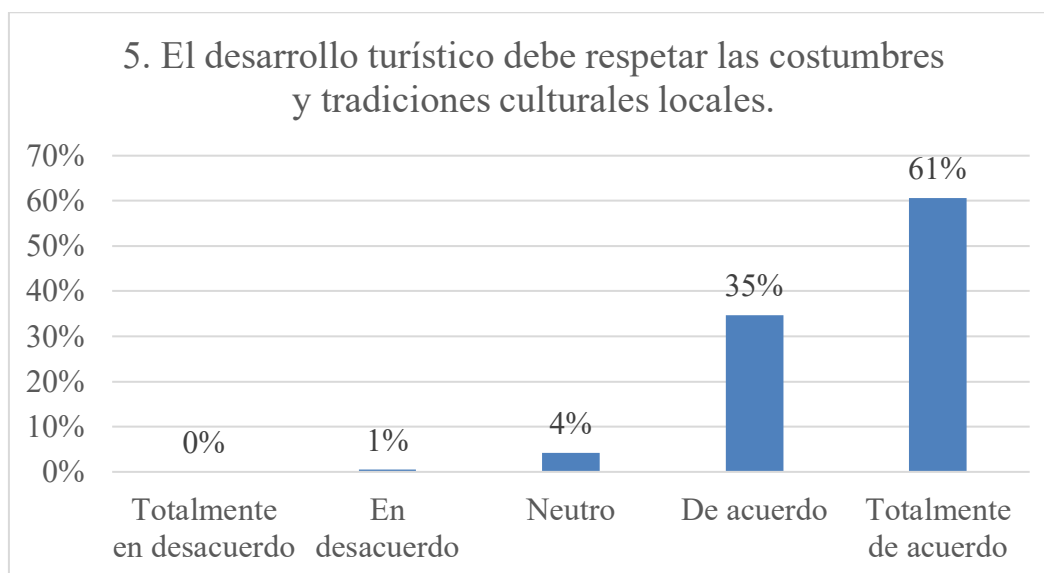
Tabla**51.**

El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.

5. El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	1	1%	1%	0
Neutro	8	4%	4%	4
De acuerdo	67	35%	35%	39
Totalmente de acuerdo	117	61%	61%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 27.*El desarrollo turístico debe respetar las costumbres y tradiciones culturales locales.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 6

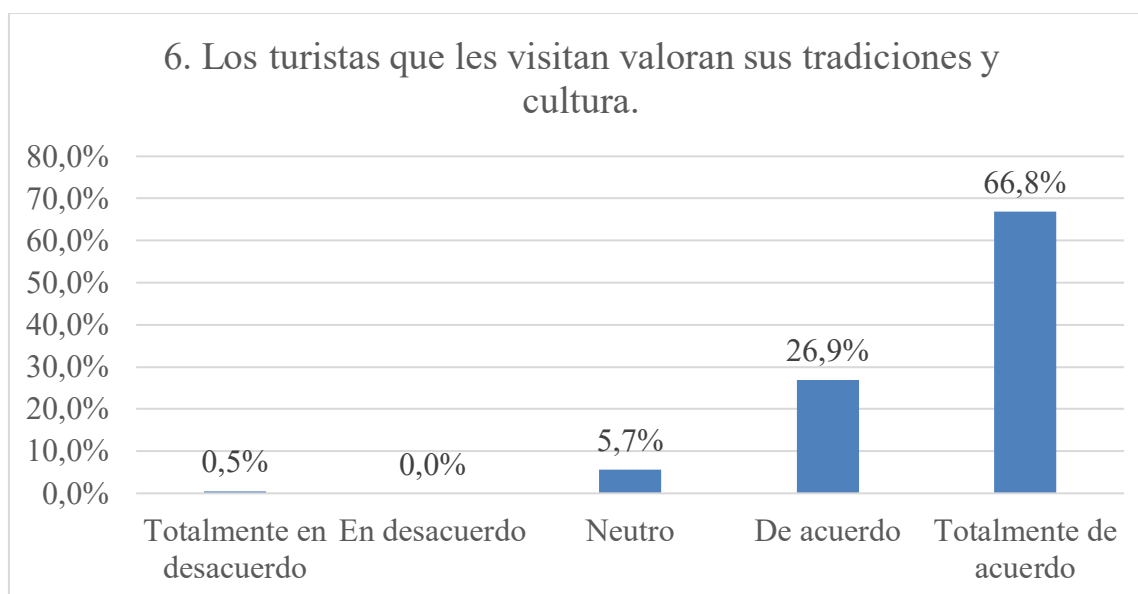
Tabla

52.

Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.

6. Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.5%	0.5%	0.5
En desacuerdo	0	0.0%	0.0%	0,5
Neutro	11	5.7%	5.7%	6.2
De acuerdo	52	26.9%	26.9%	33.1
Totalmente de acuerdo	129	66.8%	66.8%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 28.*Los turistas que les visitan valoran sus tradiciones y cultura.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 7

Tabla**53.**

Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).

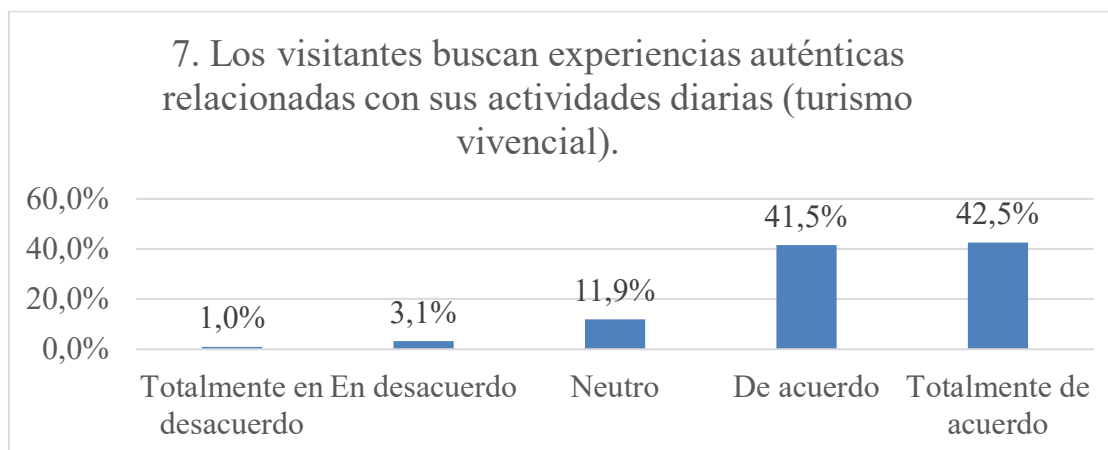
7. Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	1.0%	1
En desacuerdo	6	3.1%	3.1%	4.1
Neutro	23	11.9%	11.9%	16
De acuerdo	80	41.5%	41.5%	57.4
Totalmente de acuerdo	82	42.5%	42.5%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 29.

Los visitantes buscan experiencias auténticas relacionadas con sus actividades diarias (turismo vivencial).



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 8

Tabla

54.

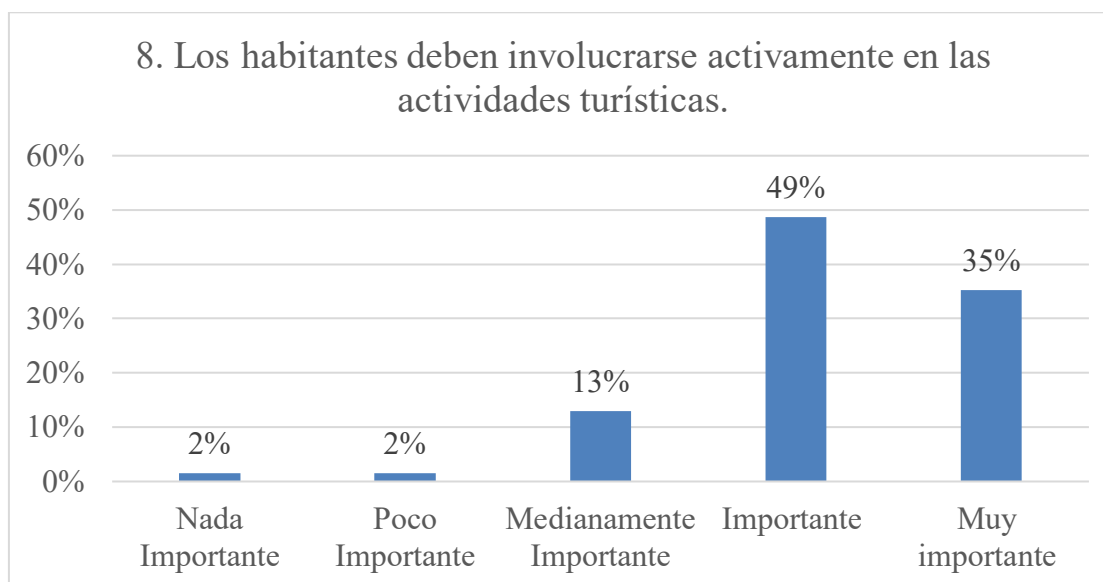
Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	2%	1.6%	1
Poco Importante	3	2%	1.6%	4.1
Medianamente Importante	25	13%	13.0%	16
Importante	94	49%	48.7%	57.4
Muy importante	68	35%	35.2%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 30.

Los habitantes deben involucrarse activamente en las actividades turísticas.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 9

149

Tabla**55.**

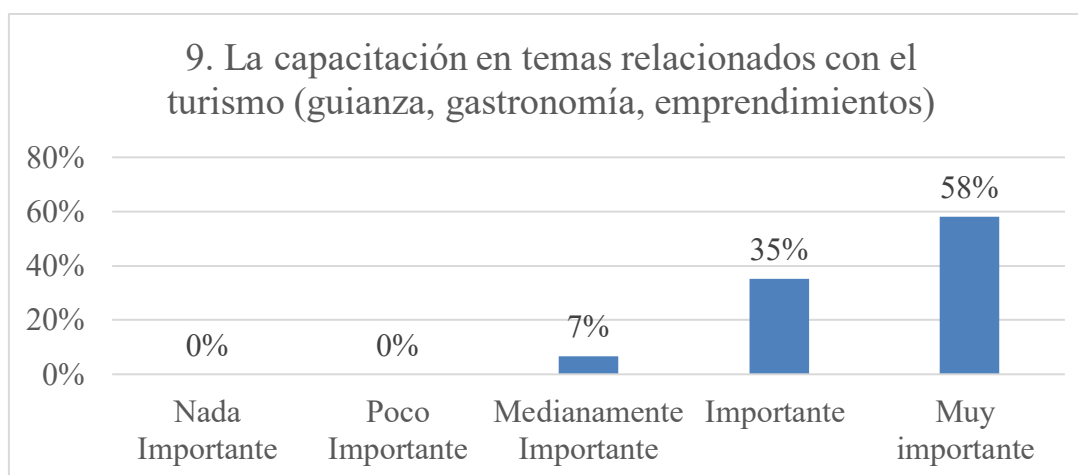
La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos).

9. La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	0	0%	0%	0
Poco Importante	0	0%	0%	0
Medianamente Importante	13	7%	7%	7
Importante	68	35%	35%	42
Muy importante	112	58%	58%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 31.

La capacitación en temas relacionados con el turismo (guianza, gastronomía, emprendimientos)



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 10

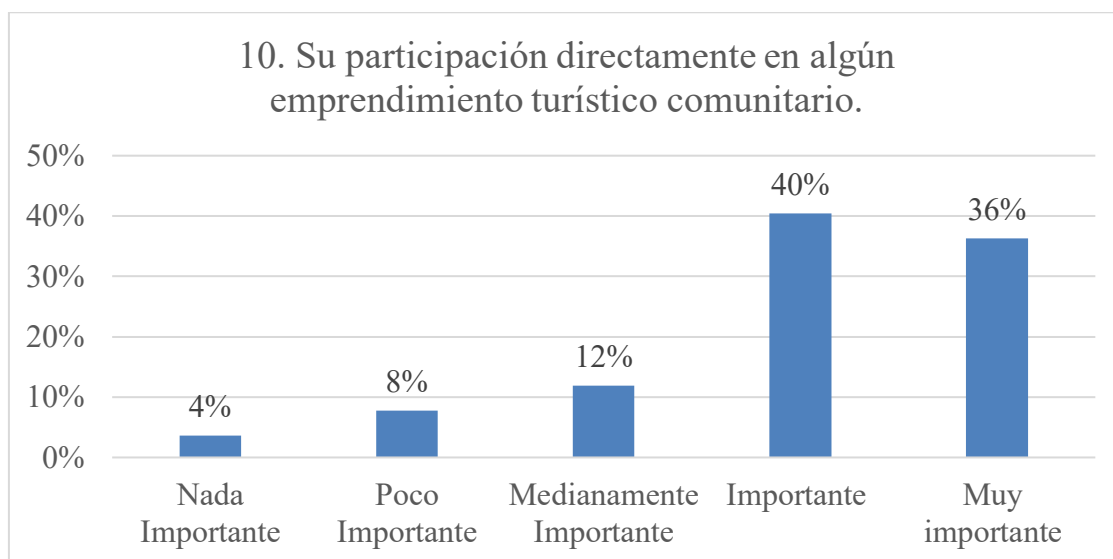
Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.

10. Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	7	4%	4%	4
Poco Importante	15	8%	8%	12
Medianamente Importante	23	12%	12%	24
Importante	78	40%	40%	64
Muy importante	70	36%	36%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 32.

Su participación directamente en algún emprendimiento turístico comunitario.



Nota: Elaboración propia.

Tabla

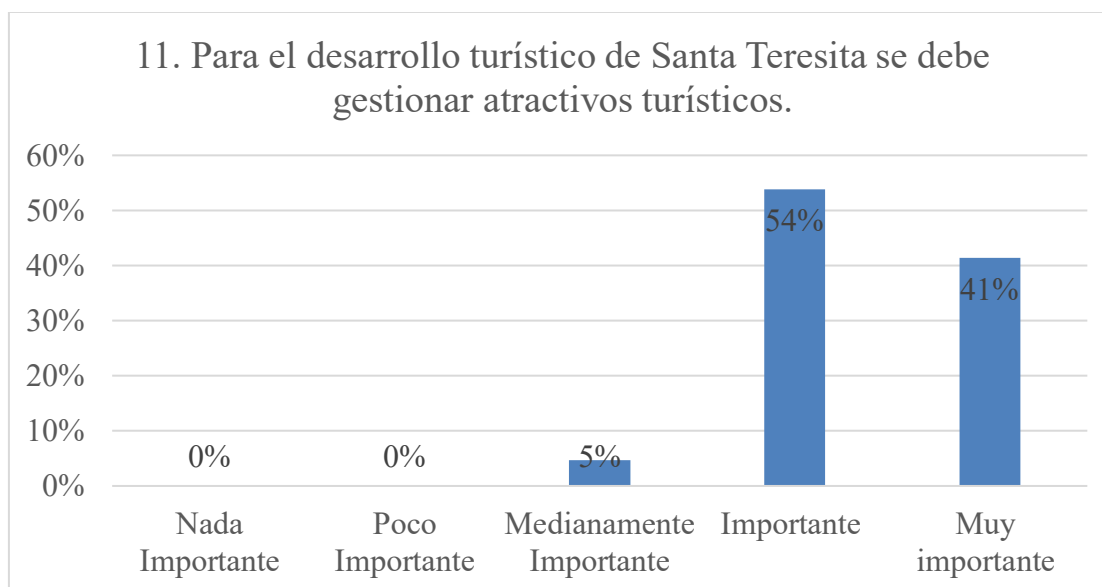
57.

Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.

11. Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	0	0%	0%	0
Poco Importante	0	0%	0%	0
Medianamente Importante	9	5%	5%	5
Importante	104	54%	54%	59
Muy importante	80	41%	41%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 33.*Para el desarrollo turístico de Santa Teresita se debe gestionar atractivos turísticos.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 12

Tabla**58.**

Es necesario mejorar la infraestructura turística (caminos, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.

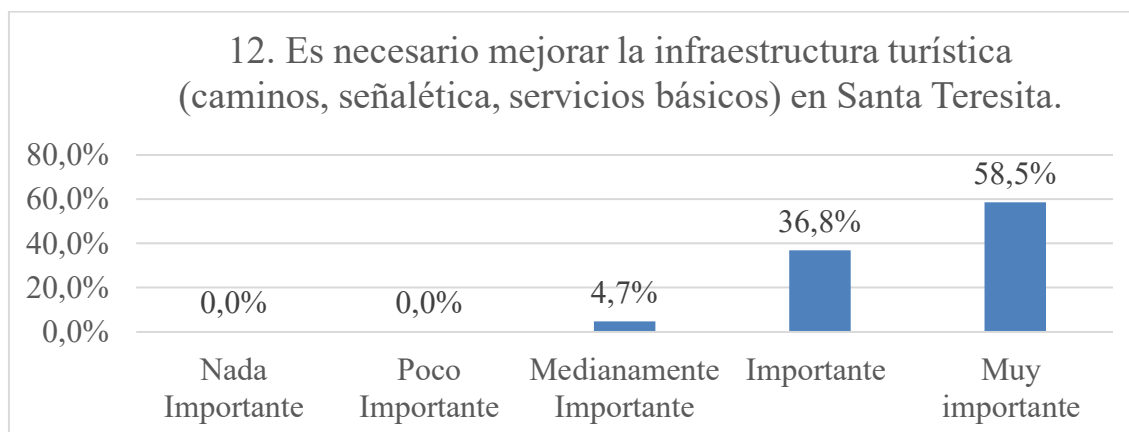
12. Es necesario mejorar la infraestructura turística (caminos, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	0	0.0%	0.0%	0
Poco Importante	0	0.0%	0.0%	0
Medianamente Importante	9	4.7%	4.7%	4.7
Importante	71	36.8%	36.8%	41.5
Muy importante	113	58.5%	58.5%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 34.

Es necesario mejorar la infraestructura turística (caminos, señalética, servicios básicos) en Santa Teresita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 13

Tabla

59.

Existe suficiente promoción turística de la parroquia

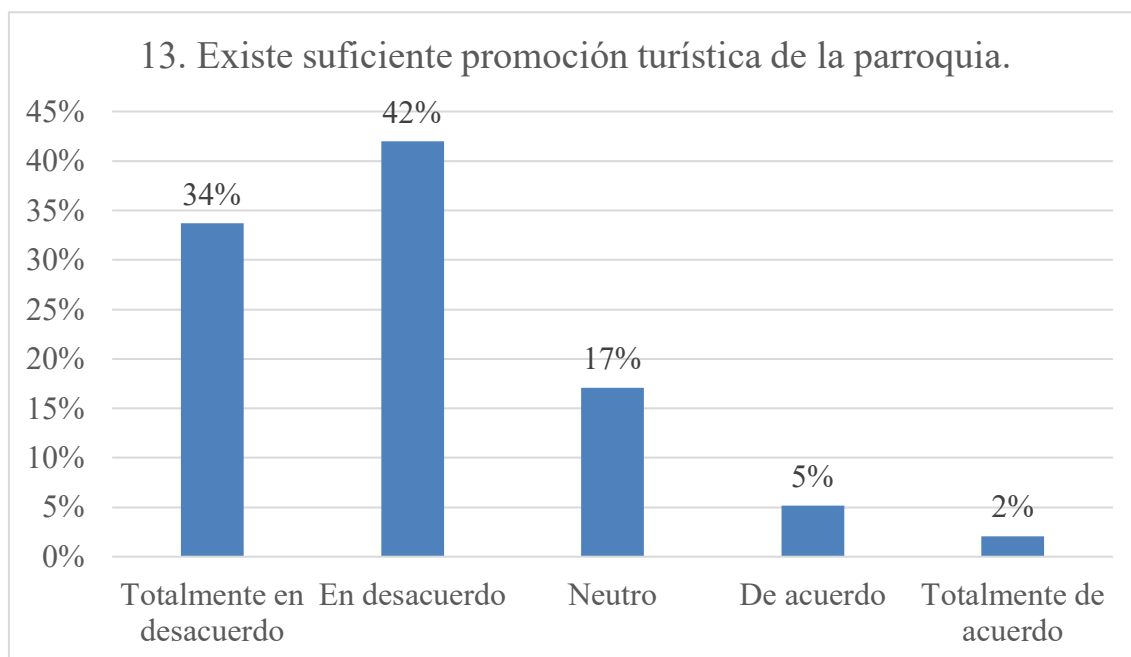
13. Existe suficiente promoción turística de la parroquia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	65	34%	34%	34
En desacuerdo	81	42%	42%	76
Neutro	33	17%	17%	93
De acuerdo	10	5%	5%	98
Totalmente de acuerdo	4	2%	2%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 35.

Existe suficiente promoción turística de la parroquia.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 14

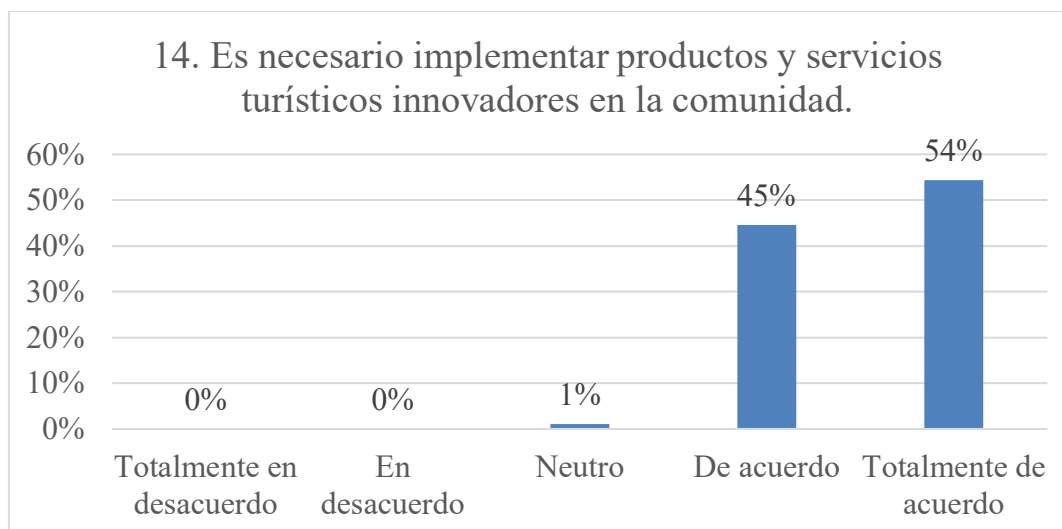
Tabla**60.**

Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.

14. Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%	0
En desacuerdo	0	0%	0%	0
Neutro	2	1%	1%	1
De acuerdo	86	45%	45%	46
Totalmente de acuerdo	105	54%	54%	100
Total	193	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 36.*Es necesario implementar productos y servicios turísticos innovadores en la comunidad.*

Nota: Elaboración propia.

5.9 Anexo 6. Resultados de las encuestas realizadas a los turistas

En las siguientes tablas y gráficas se detalla la información recopilada durante la aplicación de las encuestas a turistas.

DATOS GENERALES

Pregunta sobre el Sexo de los encuestados

Tabla

61.

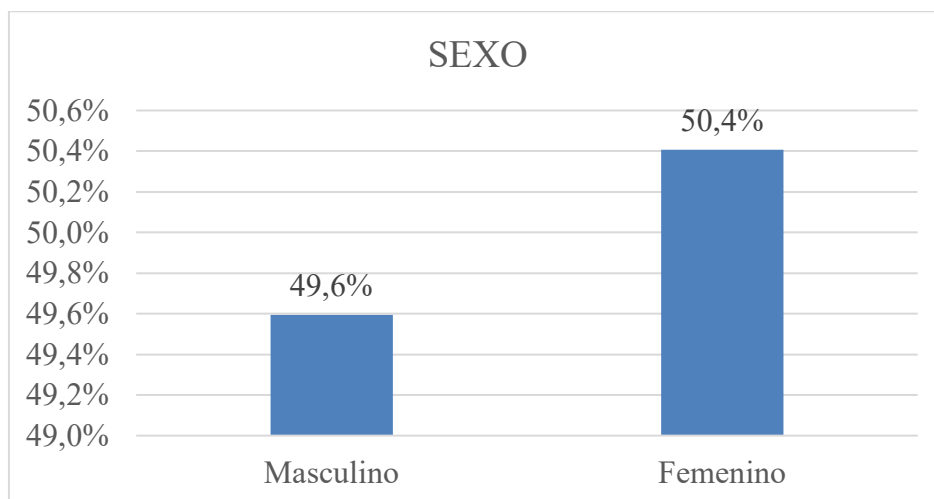
Sexo

SEXO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Masculino	183	49.6%	49.6%	49.6%
Femenino	186	50.4%	50.4%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 37.

Sexo



Nota: Elaboración propia.

Pregunta de nivel de instrucción de los encuestados

Tabla 62.

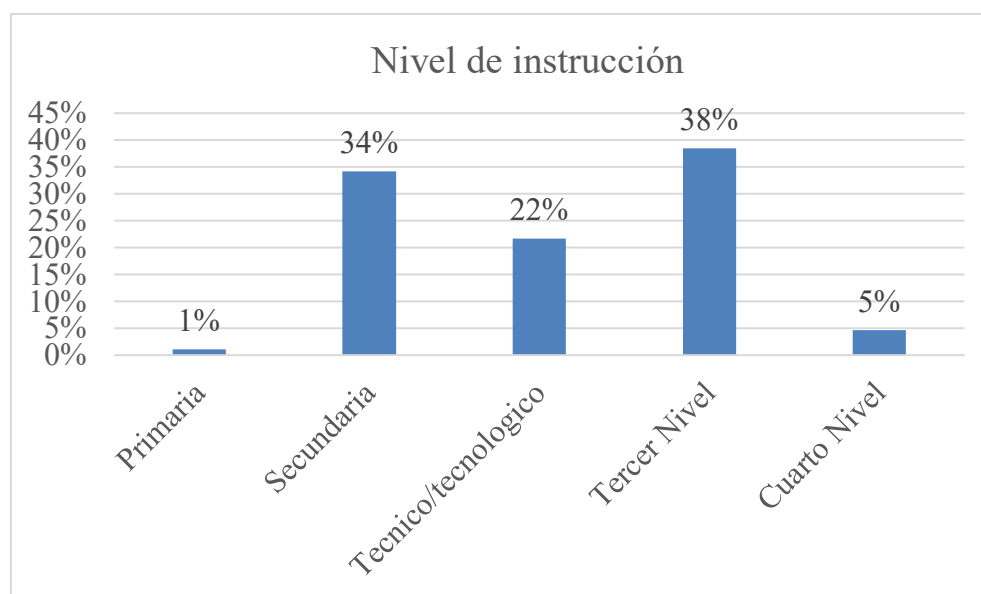
Nivel de instrucción

Nivel de instrucción				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Primaria	4	1%	1%	1
Secundaria	126	34%	34%	35
Técnico/tecnológico	80	22%	22%	57
Tercer Nivel	142	38%	38%	95
Cuarto Nivel	17	5%	5%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 38.

Nivel de instrucción



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 1

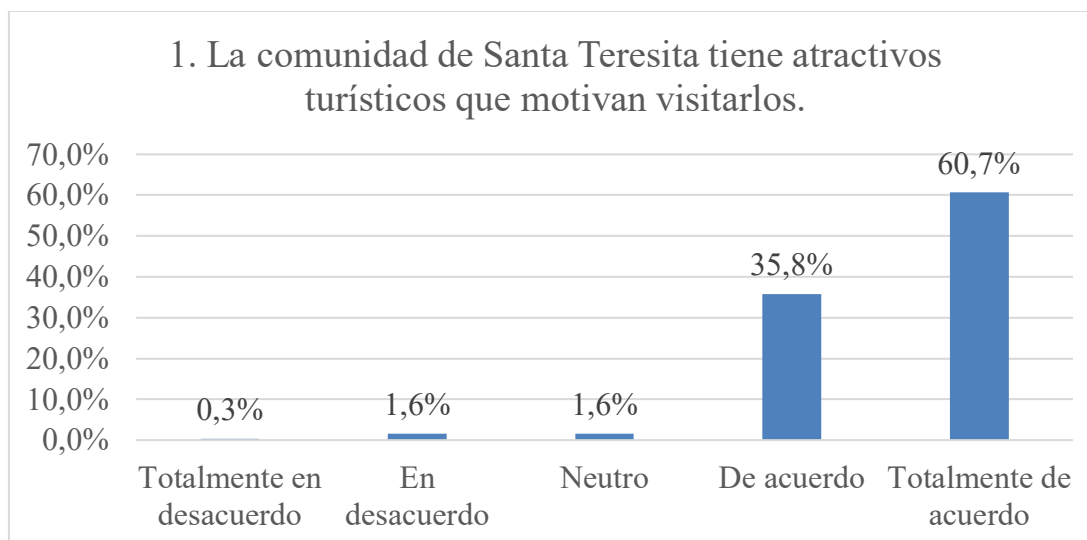
Tabla**63.**

La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.

1. La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%	0.3%	0.3
En desacuerdo	6	1.6%	1.6%	1.9
Neutro	6	1.6%	1.6%	3.5
De acuerdo	132	35.8%	35.8%	39.3
Totalmente de acuerdo	224	60.7%	60.7%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 39.*La comunidad de Santa Teresita tiene atractivos turísticos que motivan visitarlos.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 2

Tabla

64.

El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado para actividades turísticas.

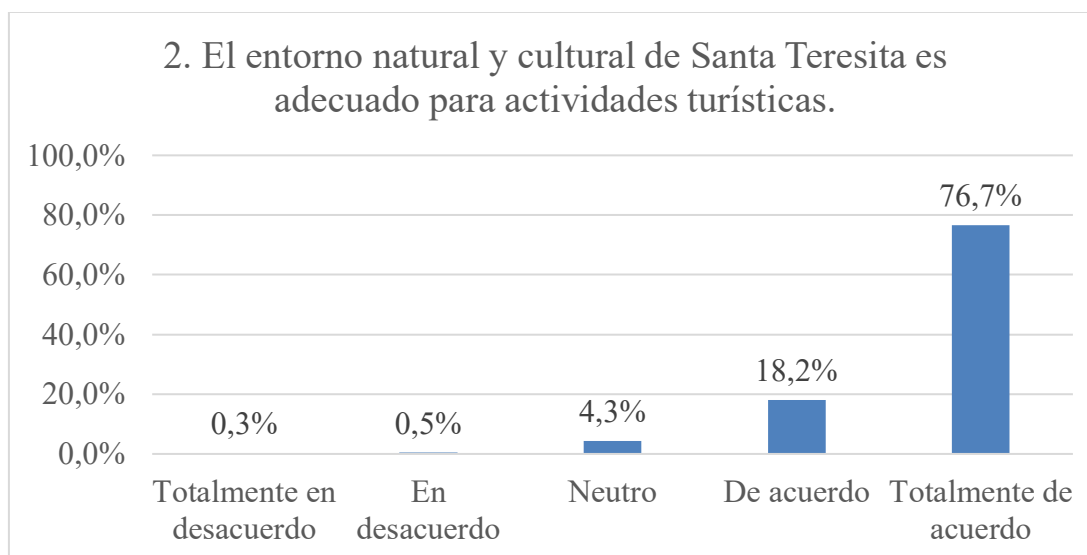
2. El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado para actividades turísticas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%	0.3%	0.3
En desacuerdo	2	0.5%	0.5%	0.8
Neutro	16	4.3%	4.3%	5.1
De acuerdo	67	18.2%	18.2%	23.3
Totalmente de acuerdo	283	76.7%	76.7%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 40.

El entorno natural y cultural de Santa Teresita es adecuado para actividades turísticas.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 3

Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas.

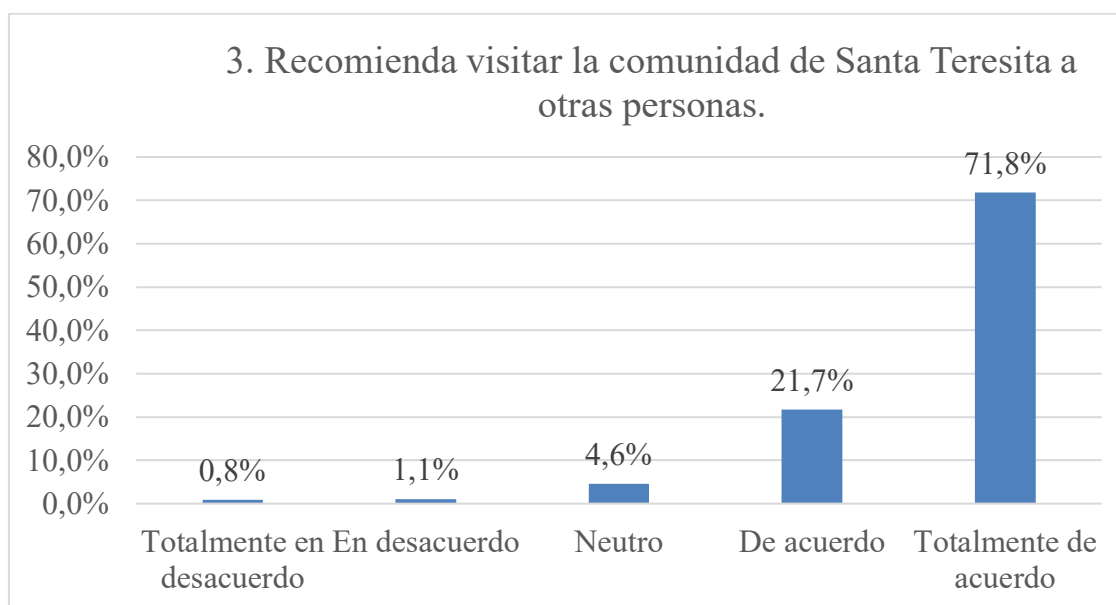
3. Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	0.8%	0.8%	0.8
En desacuerdo	4	1.1%	1.1%	1.9
Neutro	17	4.6%	4.6%	6.5
De acuerdo	80	21.7%	21.7%	28.2
Totalmente de acuerdo	265	71.8%	71.8%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 41.

Recomienda visitar la comunidad de Santa Teresita a otras personas.



Nota: Elaboración propia.

Tabla 66.

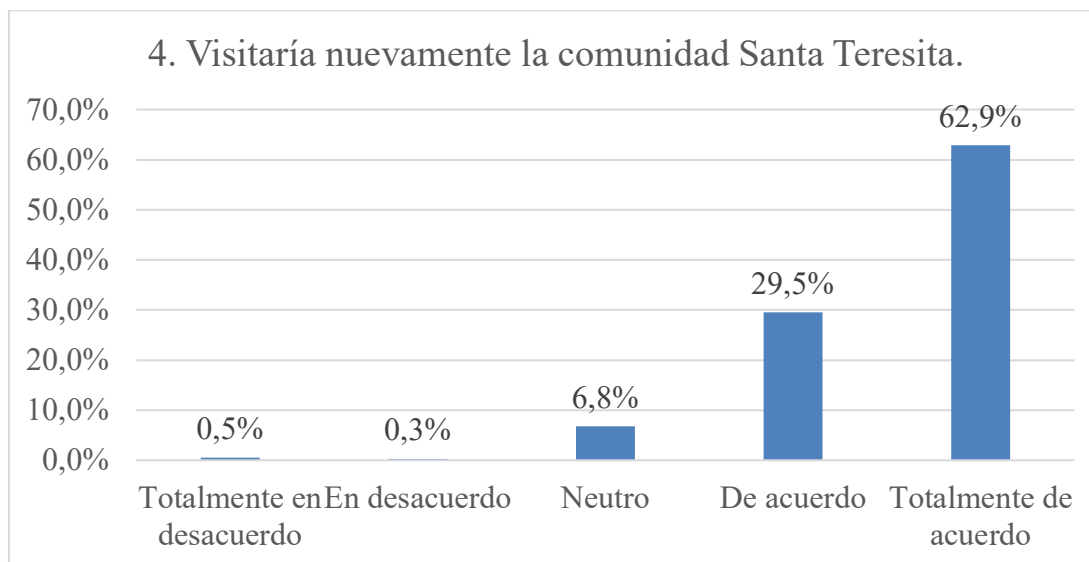
Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.

4. Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	0.5%	0.5%	0.5
En desacuerdo	1	0.3%	0.3%	0.8
Neutro	25	6.8%	6.8%	7.6
De acuerdo	109	29.5%	29.5%	37.
Totalmente de acuerdo	232	62.9%	62.9%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 42.

Visitaría nuevamente la comunidad Santa Teresita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 5

Tabla 67.

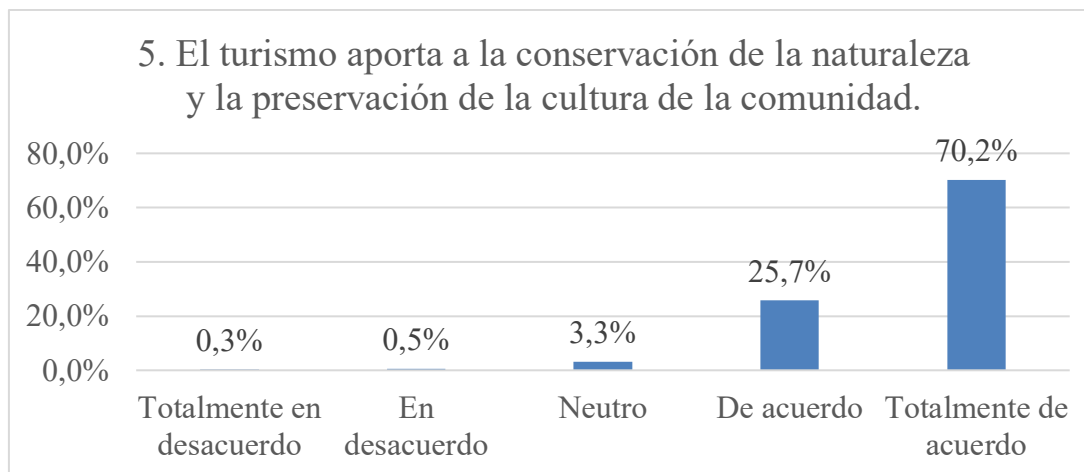
El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.

5. El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%	0.3%	0.3
En desacuerdo	2	0.5%	0.5%	0.8
Neutro	12	3.3%	3.3%	4.1
De acuerdo	95	25.7%	25.7%	29.8
Totalmente de acuerdo	259	70.2%	70.2%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 43.

El turismo aporta a la conservación de la naturaleza y la preservación de la cultura de la comunidad.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 6

Tabla

68.

Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).

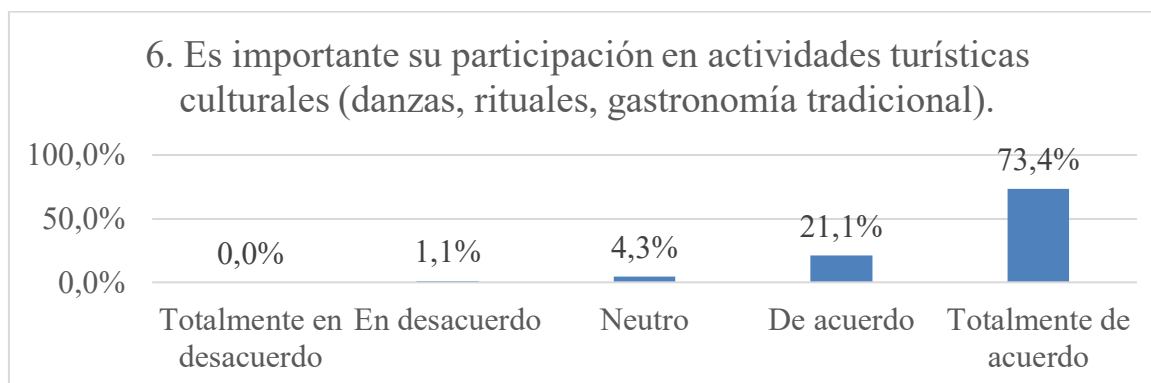
6. Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0.0%	0
En desacuerdo	4	1.1%	1.1%	1.1
Neutro	16	4.3%	4.3%	5.4
De acuerdo	78	21.1%	21.1%	26.5
Totalmente de acuerdo	271	73.4%	73.4%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 44.

Es importante su participación en actividades turísticas culturales (danzas, rituales, gastronomía tradicional).



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 7

Tabla

69.

Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria.

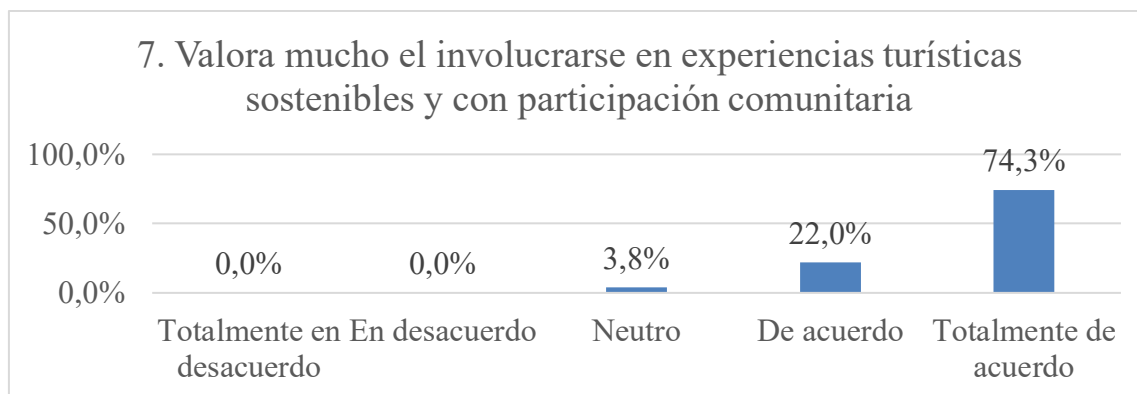
7. Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0.0%	0
En desacuerdo	0	0.0%	0.0%	0
Neutro	14	3.8%	3.8%	3.8
De acuerdo	81	22.0%	22.0%	25.8
Totalmente de acuerdo	274	74.3%	74.3%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 45.

Valora mucho el involucrarse en experiencias turísticas sostenibles y con participación comunitaria



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 8

Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías).

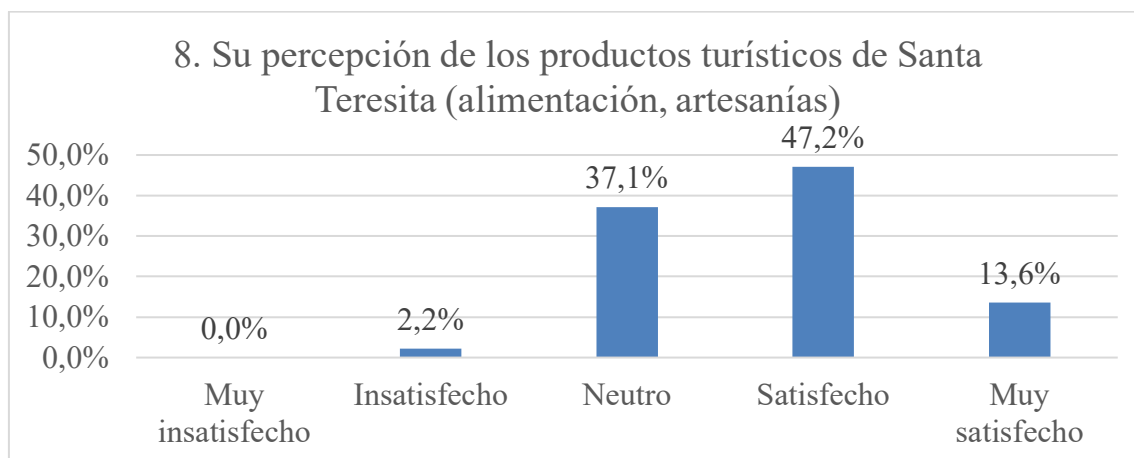
8. Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Muy insatisfecho	0	0.0%	0.0%	0.0%
Insatisfecho	8	2.2%	2.2%	2.2%
Neutro	137	37.1%	37.1%	39.3
Satisfecho	174	47.2%	47.2%	86.5
Muy satisfecho	50	13.6%	13.6%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 46.

Su percepción de los productos turísticos de Santa Teresita (alimentación, artesanías)



Nota: Elaboración propia.

Tabla

71.

Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).

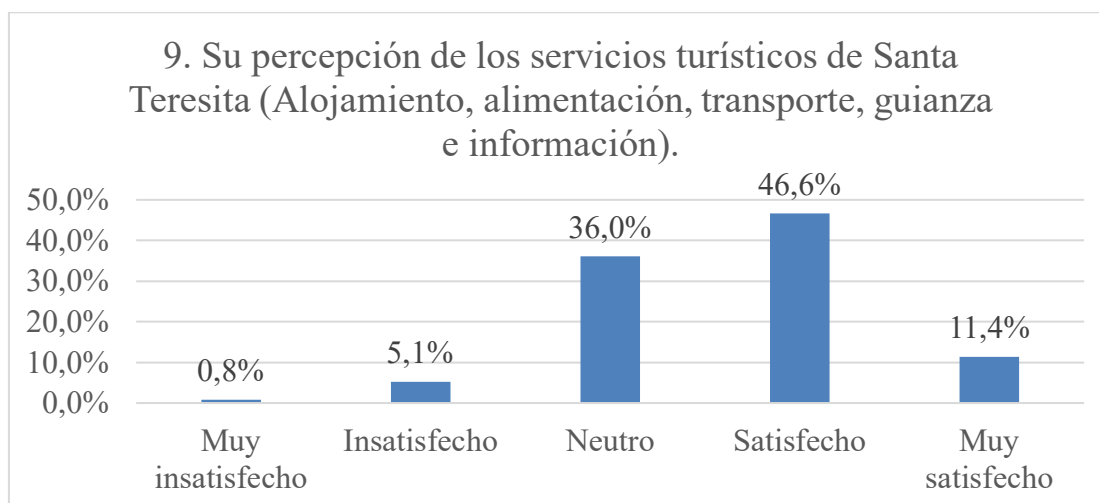
9. Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Muy insatisfecho	3	0.8%	0.8%	0.8
Insatisfecho	19	5.1%	5.1%	5.9
Neutro	133	36.0%	36.0%	41.9
Satisfecho	172	46.6%	46.6%	88.5
Muy satisfecho	42	11.4%	11.4%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 47.

Su percepción de los servicios turísticos de Santa Teresita (Alojamiento, alimentación, transporte, guianza e información).



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 10

Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.

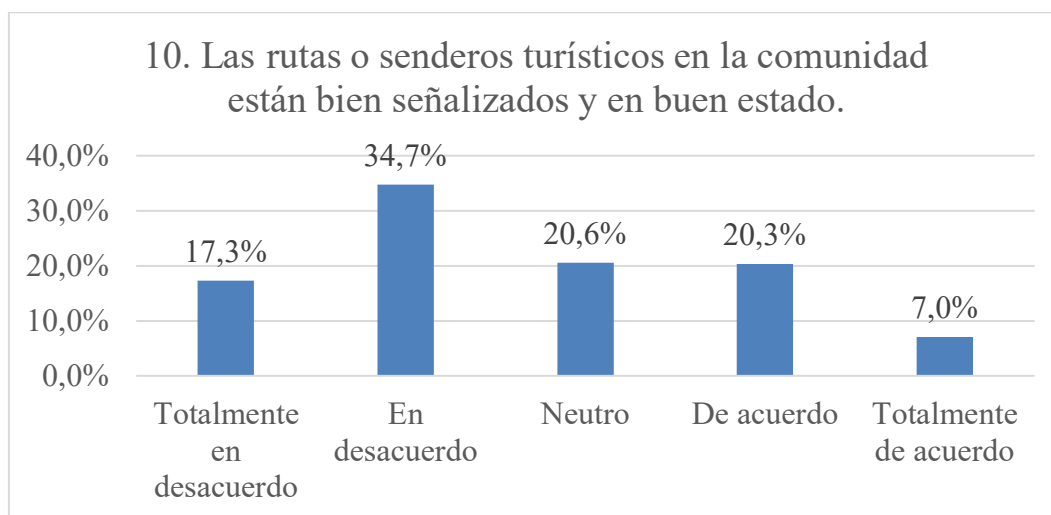
10. Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	64	17.3%	17.3%	17.3
En desacuerdo	128	34.7%	34.7%	52
Neutro	76	20.6%	20.6%	72.6
De acuerdo	75	20.3%	20.3%	92.9
Totalmente de acuerdo	26	7.0%	7.0%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 48.

Las rutas o senderos turísticos en la comunidad están bien señalizados y en buen estado.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 11

Tabla

73.

Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.

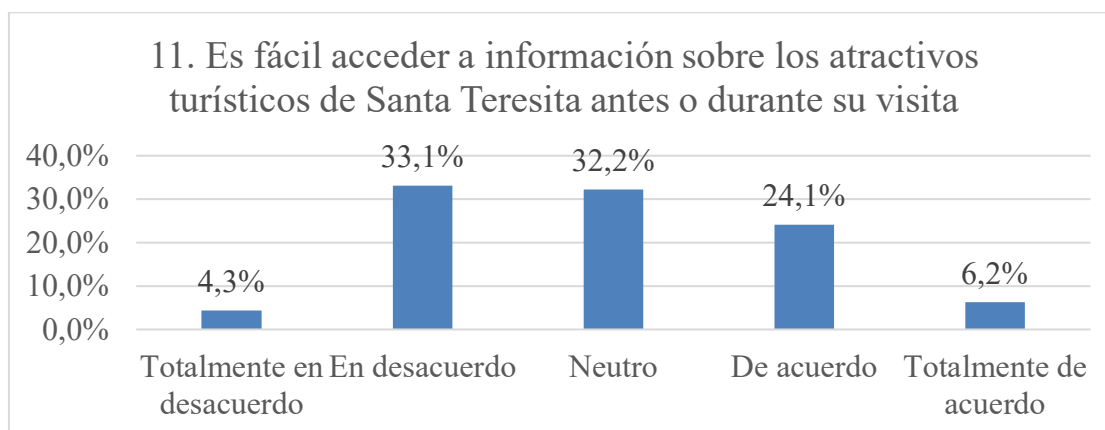
11. Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	4.3%	4.3%	4.3
En desacuerdo	122	33.1%	33.1%	37.4
Neutro	119	32.2%	32.2%	69.6
De acuerdo	89	24.1%	24.1%	93.7
Totalmente de acuerdo	23	6.2%	6.2%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 49.

Es fácil acceder a información sobre los atractivos turísticos de Santa Teresita antes o durante su visita.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 12

Tabla

74.

Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.

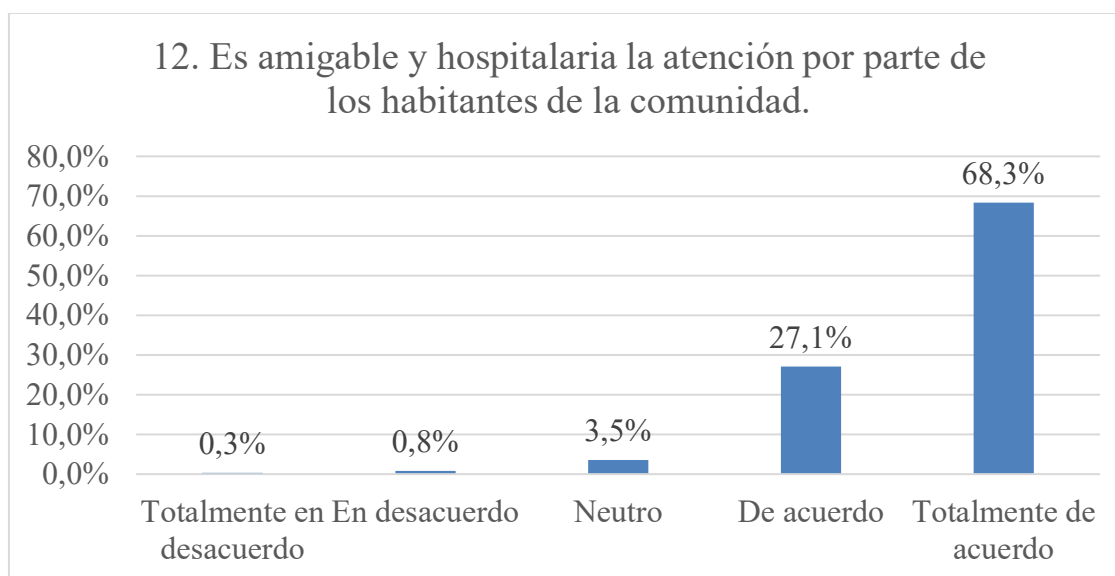
12. Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%	0.3%	0.3
En desacuerdo	3	0.8%	0.8%	1.1
Neutro	13	3.5%	3.5%	4.6
De acuerdo	100	27.1%	27.1%	31.7
Totalmente de acuerdo	252	68.3%	68.3%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 50.

Es amigable y hospitalaria la atención por parte de los habitantes de la comunidad.



Nota: Elaboración propia.

Pregunta 13

Tabla

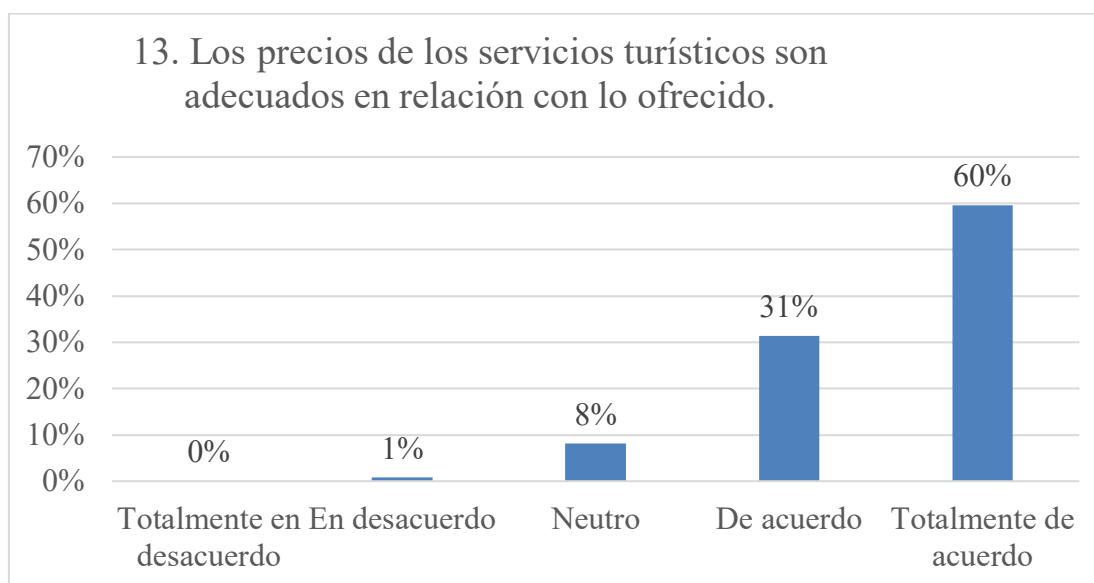
75.

Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.

13. Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0.0%	0
En desacuerdo	3	1%	0.8%	0.8
Neutro	30	8%	8.1%	8.9
De acuerdo	116	31%	31.4%	40.3
Totalmente de acuerdo	220	60%	59.6%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 51.*Los precios de los servicios turísticos son adecuados en relación con lo ofrecido.*

Nota: Elaboración propia.

Pregunta 14

Tabla

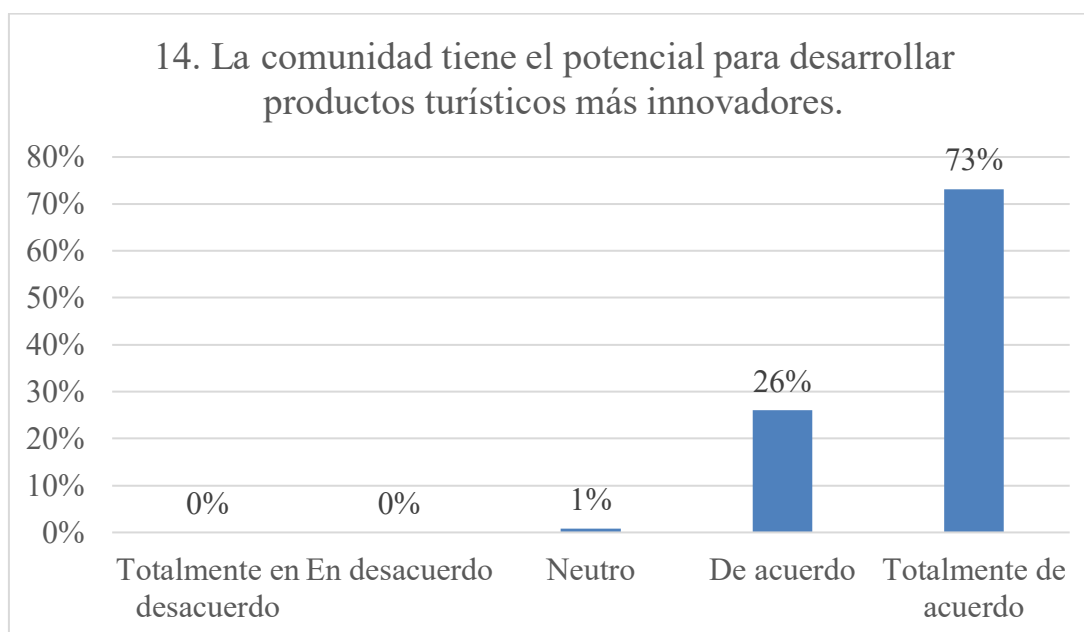
76.

La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.

14. La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0.0%	0.3
En desacuerdo	0	0%	0.0%	0.3
Neutro	3	1%	0.8%	1.1
De acuerdo	96	26%	26.0%	27.1
Totalmente de acuerdo	270	73%	73.2%	100
Total	369	100%	100%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 52.*La comunidad tiene el potencial para desarrollar productos turísticos más innovadores.*

Nota: Elaboración propia.

5.10 Anexo 7. Confiabilidad de los instrumentos

The screenshot displays the Stata 16.1 interface with the following content:

```
Reversed items: var1 var2 var11
Average interitem covariance: .0671593
Number of items in the scale: 13
Scale reliability coefficient: 0.6888
. alpha var1 var2 var3 var4 var5 var6 var7 var8 var10 var11 var12 var13 var14
Test scale = mean(unstandardized items)
Reversed items: var1 var2 var11 var14
Average interitem covariance: .0716895
Number of items in the scale: 13
Scale reliability coefficient: 0.6725
. alpha var1 var2 var3 var4 var5 var6 var7 var8 var10 var11 var12 var13
Test scale = mean(unstandardized items)
Reversed items: var1 var2 var11
Average interitem covariance: .0796313
Number of items in the scale: 12
Scale reliability coefficient: 0.6983
. alpha var3 var4 var5 var6 var7 var8 var9 var10 var11 var12 var13
Test scale = mean(unstandardized items)
Reversed items: var9 var11
Average interitem covariance: .0896201
Number of items in the scale: 11
Scale reliability coefficient: 0.7196
.
```

The right-hand side of the window shows the 'Variables' and 'Propiedades' panels. The 'Variables' panel lists variables from var4 to var15. The 'Propiedades' panel shows data characteristics: 4 Datos, Marco de datos default, Nombre de archivo, Etiqueta, Notas, Variables: 15, Observaciones: 193, Tamaño: 2.83K, Memoria: 64M, Ordenado por.

Nota: Stata16