



REPÚBLICA DEL ECUADOR UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADOS FACULTAD DE
POSGRADOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:

MAGISTER EN DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO

TEMA:

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL PRODUCTO TURÍSTICO
COMUNITARIO PONDOA EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA,
TUNGURAHUA, ECUADOR.

AUTORAS:

PEÑA ARÉVALO CINTHYA ANGÉLICA
PIHUAVE SOLÍS CAROL GENESIS

DOCENTE TUTOR:

TORRES JARA GABRIELA NATALIA, Msc.

MILAGRO 2026

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Para los fines legales pertinentes declaro expresamente que los derechos intelectuales del trabajo de Titulación con el tema: “Análisis de la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá en el cantón Baños de Agua Santa, Tungurahua, Ecuador.” Son de nuestra única y absoluta autoría y los derechos pertenecen a la Universidad Estatal de Milagro.

Peña Arévalo Cinthya Angélica

N.º 091989935-1

Pihuave Solís Carol Génesis

N.º 131096866-2

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Peña Arévalo Cinthya Angélica y Pihuave Solís Carol Génesis, declaramos que el proyecto de investigación “Análisis de la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá en el cantón Baños de Agua Santa, Tungurahua, Ecuador.”, previa a la obtención del Título de Magíster en Diseño de Producto Turístico, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en toda la obra escrita. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Milagro, 18 de jun. de 2026

Peña Arévalo Cinthya Angélica

N.º 091989935-1

Pihuave Solís Carol Génesis

N.º 131096866-2

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



FACULTAD DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN

MAESTRÍA EN TURISMO

En la Facultad de Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, a los veintisiete días del mes de agosto del dos mil veintiseis, siendo las 12:29 horas, de forma VIRTUAL comparece el/la maestrante, LIC. PEÑA AREVALO CINTHYA ANGELICA, a defender el Trabajo de Titulación denominado " **ANÁLISIS DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PONDOA, CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR**", ante el Tribunal de Calificación integrado por: Mst PEÑAFIEL LEON JAZMIN JESSENIA, Presidente(a), Mba JOHNSON PLASCENCIO CHRISTIAN DANIEL en calidad de Vocal; y, MENA MUÑOZ DANIEL ANTONIO que actúa como Secretario/a.

Una vez defendido el trabajo de titulación; examinado por los integrantes del Tribunal de Calificación, escuchada la defensa y las preguntas formuladas sobre el contenido del mismo al maestrante compareciente, durante el tiempo reglamentario, obtuvo las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	56.07
DEFENSA ORAL	37.57
PROMEDIO	93.63
EQUIVALENTE	MUY BUENO

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto el Tribunal de Calificación, siendo las 12:29 horas.



Unidad de acto firmante por:
JAZMIN JESSENIA
PEÑAFIEL LEON

MST PEÑAFIEL LEON JAZMIN JESSENIA
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL



Unidad de acto firmante por:
CHRISTIAN DANIEL
JOHNSON PLASCENCIO

MBA JOHNSON PLASCENCIO CHRISTIAN DANIEL
VOCAL



Unidad de acto firmante por:
DANIEL ANTONIO
MENA MUÑOZ

MENA MUÑOZ DANIEL ANTONIO
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL



Unidad de acto firmante por:
CINTHYA ANGELICA
PEÑA AREVALO

PEÑA AREVALO CINTHYA ANGELICA
MAESTRANTE

FACULTAD DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN

MAESTRÍA EN TURISMO

En la Facultad de Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, a los veintisiete días del mes de agosto del dos mil veintiseis, siendo las 12:29 horas, de forma VIRTUAL comparece el/la maestrante, ING. PIHUAVE SOLIS CAROL GENESIS, a defender el Trabajo de Titulación denominado " **ANÁLISIS DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PONDOA, CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR**", ante el Tribunal de Calificación integrado por: Mst PEÑAFIEL LEON JAZMIN JESSENIA, Presidente(a), Mba JOHNSON PLASCENCIO CHRISTIAN DANIEL en calidad de Vocal; y, MENA MUÑOZ DANIEL ANTONIO que actúa como Secretario/a.

Una vez defendido el trabajo de titulación; examinado por los integrantes del Tribunal de Calificación, escuchada la defensa y las preguntas formuladas sobre el contenido del mismo al maestrante compareciente, durante el tiempo reglamentario, obtuvo las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	56.07
DEFENSA ORAL	37.50
PROMEDIO	93.57
EQUIVALENTE	MUY BUENO

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto el Tribunal de Calificación, siendo las 12:29 horas.



MST PEÑAFIEL LEON JAZMIN JESSENIA
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL



MBA JOHNSON PLASCENCIO CHRISTIAN DANIEL
VOCAL



MENA MUÑOZ DANIEL ANTONIO
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL

PIHUAVE SOLIS
CAROL GENESIS

Firmado digitalmente por
PIHUAVE SOLIS CAROL GENESIS
Fecha: 2026.08.27 16:59:14
+05'00'

PIHUAVE SOLIS CAROL GENESIS
MAESTRANTE

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos, en primer lugar, a Dios, por habernos dado la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa tan importante de nuestra formación profesional. Su guía estuvo presente en cada momento de dificultad, permitiéndonos avanzar con fe, paciencia y esperanza.

Expresamos nuestro profundo agradecimiento a nuestros padres y familiares, quienes fueron nuestro apoyo incondicional durante todo este proceso. Gracias por sus palabras de ánimo, por su comprensión, por cada sacrificio realizado y por creer en nosotras aun en los momentos en que el cansancio parecía más fuerte que la meta.

Y nos agradecemos mutuamente como compañeras de tesis, por la constancia, el respeto, la confianza y el trabajo compartido. Este logro representa no solo el cierre de una etapa, sino también el resultado del esfuerzo conjunto, la perseverancia y el deseo sincero de alcanzar una meta que hoy se convierte en realidad.

Peña Arévalo Cinthya Pihuave Solís Carol

Resumen

La presente investigación analiza la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá, ubicado en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador. El territorio posee un importante potencial natural, cultural y comunitario, aunque presenta debilidades en señalización, promoción digital, manejo ambiental, seguridad y organización de los servicios. Se aplicó una encuesta estructurada en escala de Likert a 385 visitantes para conocer su percepción sobre la experiencia turística y las necesidades de mejora. El análisis comparativo evidenció fortalezas en el atractivo territorial, la participación comunitaria, el potencial de beneficios económicos y la aceptación de lineamientos de mejora, mientras que la promoción digital, la señalización y el manejo ambiental concentraron las principales brechas. La contrastación descriptiva de la hipótesis mostró una tendencia favorable en las dimensiones social, ambiental y económica, por lo que la hipótesis de investigación queda respaldada dentro de la muestra analizada, sin atribuir causalidad ni generalización poblacional. A partir de estos hallazgos se plantean lineamientos estratégicos orientados a la gobernanza, la conservación ambiental, la seguridad del visitante y la comercialización responsable del producto turístico comunitario.

Palabras claves: turismo comunitario, gestión sostenible, Pondoá, desarrollo local, promoción turística.

Abstract

This research analyzes the sustainable management of the Pondoá community-based tourism product, located in the Baños de Agua Santa canton, Tungurahua province, Ecuador. The territory has significant natural, cultural, and community potential, although weaknesses remain in signage, digital promotion, environmental management, safety, and service organization. A structured five-point Likert survey was administered to 385 visitors to assess their perceptions of the tourism experience and identify improvement needs. The comparative analysis showed strengths in territorial attractiveness, community participation, the potential for local economic benefits, and acceptance of improvement guidelines, while digital promotion, signage, and environmental management showed the main gaps. The descriptive contrast of the hypothesis revealed a favorable trend in the social, environmental, and economic dimensions; therefore, the research hypothesis is supported within the analyzed sample, without implying causality or population-level generalization. Based on these findings, strategic guidelines are proposed to strengthen governance, environmental conservation, visitor safety, and responsible marketing of the community-based tourism product.

Keywords: community-based tourism, sustainable management, Pondoá, local development, tourism promotion.

Índice general

INTRODUCCIÓN	2
Delimitación Territorial y Justificación	3
Planteamiento del problema	4
Pregunta de investigación	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
Hipótesis de investigación	6
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	6
Turismo sostenible como enfoque de desarrollo territorial.....	6
Gestión sostenible del producto turístico	7
Turismo comunitario y participación local	8
Producto turístico comunitario como experiencia integral	10
Indicadores de sostenibilidad turística	11
Gobernanza turística y articulación de actores	12
Manejo ambiental y control de impactos	12
Calidad del servicio y seguridad del visitante	13
Promoción digital y comercialización responsable	14
Competitividad sostenible del destino Pondoá	15

Enfoques de sostenibilidad, innovación y valor comunitario en Pondoá	17
CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO	19
Población y Muestra	20
Criterio de contrastación de la hipótesis	21
CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	22
Características del instrumento y procedimiento de tabulación	22
Caracterización sociodemográfica de los encuestados.....	22
Resultados por preguntas de la escala de Likert	23
Pregunta 1: ¿Pondoá cuenta con recursos naturales y culturales atractivos para desarrollar turismo comunitario?	23
Pregunta 2: ¿Los servicios turísticos actuales de Pondoá son adecuados para recibir visitantes?.....	24
Pregunta 3: ¿ La participación de la comunidad local es visible dentro de la experiencia turística?	26
Pregunta 4: ¿El manejo ambiental y de residuos en Pondoá es adecuado durante la visita?.....	27
Pregunta 5: ¿La señalización e información turística facilitan el recorrido del visitante?.....	28
Pregunta 6: ¿Las condiciones de seguridad y orientación al visitante son adecuadas?	29
Pregunta 7: ¿La promoción digital de Pondoá es suficiente para dar a conocer el producto turístico?	31
Pregunta 8: ¿El turismo comunitario en Pondoá puede generar beneficios	

económicos para la población loca?	32
Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto/a a participar o recomendar una experiencia turística comunitaria en Pondoá?	33
Pregunta 10: ¿Los lineamientos de mejora fortalecerían la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá?	35
Síntesis comparativa de las dimensiones evaluadas.	36
Discusión de resultados según los objetivos específicos	38
Contrastación de la hipótesis	39
CAPÍTULO IV: PROPUESTA	40
Título de la propuesta	40
Fundamentación de la propuesta	41
Justificación de la propuesta	42
Objetivos de la propuesta	43
Objetivo general	43
Estructura de la propuesta	43
Desarrollo de los lineamientos estratégicos	44
Lineamiento 1: Gobernanza comunitaria y articulación de actores	44
Lineamiento 2: Diseño de una experiencia turística comunitaria integral	45
Lineamiento 3: Manejo ambiental y educación del visitante	45
Lineamiento 4: Señalización, seguridad y calidad de atención.....	46
Lineamiento 5: Promoción digital y comercialización responsable	46
Plan de implementación de la propuesta	47

CAPÍTULO V: VALIDACIÓN	49
Validación de la propuesta a partir de la discusión teórica y los resultados obtenidos	
49 Discusión sobre la participación comunitaria y la gobernanza local	49
Discusión sobre manejo ambiental, residuos y sostenibilidad del territorio	50
Discusión sobre señalización, orientación y seguridad del visitante	51
Discusión sobre promoción digital y comercialización responsable	52
Discusión sobre beneficios económicos y aceptación del producto turístico comunitario	
53 Alcance de la validación	
53	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Referencias bibliográficas	56
Índice de anexos	
ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PONDOA	62
DATOS GENERALES	62
PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	63
Informe de originalidad	64
Informe de originalidad	66

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	67
---	----

Índice de figuras

Figura 1.	24
Figura 2.	25
Figura 3.	26
Figura 4.	28
Figura 5.	29
Figura 6.	30
Figura 7.	31
Figura 8.	33
Figura 9.	34
Figura 10.	35

Índice de tablas

Tabla 1.	22
Tabla 2.	23
Tabla 3.	23
Tabla 4.	25
Tabla 5.	26
Tabla 6.	27
Tabla 7.	28
Tabla 8.	29
Tabla 10.	31
Tabla 11.	32
Tabla 12.	33
Tabla 13.	34

INTRODUCCIÓN

Baños de Agua Santa mantiene una imagen consolidada como destino de naturaleza, aventura y bienestar, pero esa fortaleza también genera presiones sobre espacios naturales y comunidades que reciben visitantes sin siempre contar con herramientas suficientes de manejo. Fárez & García (2023) advierten que la saturación turística puede provocar impactos medioambientales, concentración espacial de visitantes, deterioro de la experiencia y necesidad de recomendaciones prácticas para un desarrollo más sostenible (Moya et al., 2024).

En Pondoá, la situación puede resumirse en una tensión entre potencial y gestión; por un lado, el territorio posee valor comunitario, cultural y natural para construir experiencias de baja escala (Khizar et al., 2023); por otro, necesita mejorar su articulación comercial, sus mecanismos de medición de sostenibilidad y su capacidad para convertir los recursos disponibles en un producto turístico formal, seguro y competitivo (Haid & Albrecht, 2021). En turismo sostenible, el diseño del producto no consiste solo en agrupar actividades, sino en organizar atractivos, servicios, acceso, relato territorial, beneficios locales y controles ambientales dentro de una propuesta coherente (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

Este análisis propone un diseño metodológico inicial para estudiar la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá, ubicado en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, durante el año 2026. Se selecciona este caso porque no corresponde al territorio trabajado previamente y porque cuenta con una base real de actividad turística, vinculada a naturaleza, cultura local, termalismo y experiencias comunitarias (Moya et al., 2024). Freire Chávez (2022) evidencia que el cantón posee atractivos alternativos con capacidad de dinamizar la economía local, pero también muestra necesidades de gestión, promoción, información territorial y articulación entre actores públicos, privados y comunitarios.

Delimitación Territorial y Justificación

El territorio de estudio corresponde al Centro de Turismo Comunitario Pondoá y su área de influencia inmediata dentro del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador este cantón se reconoce por una oferta turística asociada a cascadas, senderos, termas,

deportes de aventura y paisajes de transición andino-amazónica (Moya et al., 2024); sin embargo, el interés investigativo se concentra en Pondoá por su potencial comunitario y por la posibilidad de construir un producto turístico sostenible que no dependa únicamente de la visita rápida a los atractivos más conocidos del cantón (Ministerio de Turismo, 2025).

Así, el problema detectado se relaciona con la gestión aún limitada del producto comunitario: existe potencial paisajístico y cultural, pero también debilidades en señalización, difusión, estandarización de servicios, registro de visitantes, manejo ambiental y consolidación de una propuesta comercial reconocible. La investigación de Freire Chávez (2022) sobre Pondoá identifica la necesidad de diagnosticar indicadores sociales, económicos y ambientales para orientar lineamientos de mejora, lo cual confirma que el caso no es hipotético, sino una situación territorial que requiere lectura técnica y acciones progresivas.

Por consiguiente, la justificación técnica se sostiene en tres aportes. En lo social, el estudio puede fortalecer la participación comunitaria, la identidad local y la organización de los prestadores. En lo ambiental, puede ordenar prácticas de visita, residuos, educación ambiental y uso responsable de senderos (Moya et al., 2024). En lo económico, puede proponer un producto diferenciado que distribuya ingresos entre guías, familias, emprendimientos alimentarios y servicios complementarios. Sharpley (2022) señala que los beneficios territoriales dependen de gobernanza, capacidades locales y políticas ajustadas a cada región, no solo del número de visitantes.

Planteamiento del problema

Baños de Agua Santa mantiene una imagen consolidada como destino de naturaleza, aventura y bienestar, pero esa fortaleza también genera presiones sobre espacios naturales y comunidades que reciben visitantes sin siempre contar con herramientas suficientes de manejo. Fárez & García (2023) advierten que la saturación turística puede provocar impactos medioambientales, concentración espacial de visitantes, deterioro de la experiencia y necesidad de recomendaciones prácticas para un desarrollo más sostenible (Moya et al., 2024).

En Pondoá, la situación puede resumirse en una tensión entre potencial y gestión; por un lado, el territorio posee valor comunitario, cultural y natural para construir experiencias de baja escala; por otro, necesita mejorar su articulación comercial, sus mecanismos de medición de sostenibilidad y su capacidad para convertir los recursos disponibles en un producto turístico formal, seguro y competitivo (Haid & Albrecht, 2021). En turismo sostenible, el diseño del producto no consiste solo en agrupar actividades, sino en organizar atractivos, servicios, acceso, relato territorial, beneficios locales y controles ambientales dentro de una propuesta coherente (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

Pregunta de investigación

Con base en la delimitación anterior, la pregunta de investigación queda formulada de la siguiente manera: ¿Cómo incide la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá en la mejora social, ambiental y económica del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, durante el año 2026?

Objetivo general

Analizar la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, durante el año 2026, con el fin de proponer lineamientos de mejora social, ambiental y económica para su fortalecimiento territorial.

Objetivos específicos

Describir el estado actual de los recursos, servicios, actores y prácticas de sostenibilidad vinculados al producto turístico comunitario Pondoá, mediante revisión documental, con el fin de identificar las principales fortalezas y debilidades de su gestión turística.

Analizar la percepción de los visitantes sobre la gestión del producto turístico, la experiencia del visitante, la participación comunitaria y el manejo ambiental, mediante una encuesta estructurada en escala de Likert, con el fin de reconocer los factores que influyen en la sostenibilidad del producto turístico comunitario Pondoá.

Diseñar estrategias de mejora del producto turístico comunitario Pondoá, mediante un análisis de resultados obtenidos en encuestas y revisión documental, con el fin de fortalecer su diseño, comercialización, sostenibilidad y articulación territorial.

Hipótesis de investigación

La gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá incide favorablemente en la mejora social, ambiental y económica del territorio, lo que se refleja en una percepción predominantemente favorable de la participación comunitaria, el manejo ambiental y la generación de beneficios económicos locales.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Turismo sostenible como enfoque de desarrollo territorial

El turismo sostenible se comprende como un modelo de desarrollo que busca equilibrar el aprovechamiento económico de los destinos con la protección ambiental y el respeto por la identidad sociocultural de las comunidades receptoras (Streimikiene et al., 2021). Desde esta perspectiva, la sostenibilidad no debe asumirse únicamente como una práctica ambiental, sino como una forma integral de gestión que permite que los beneficios del turismo permanezcan en el territorio sin comprometer los recursos naturales, culturales y sociales que sostienen la actividad. En el caso de Pondoá, este enfoque resulta pertinente porque el producto turístico comunitario depende directamente de la conservación del paisaje, la participación local y la organización de servicios capaces de generar valor para visitantes y habitantes (Moya et al., 2024).

En Ecuador, el turismo sostenible se ha vinculado con procesos de inclusión económica, diversificación productiva y fortalecimiento de territorios que poseen atractivos naturales y culturales, pero que requieren mayor planificación para convertir esos recursos. Estos recursos deben convertirse en productos turísticos estructurados. Esta mirada permite analizar a Pondoá no solo como un espacio con potencial turístico, sino como un territorio que necesita ordenar su oferta, definir criterios de manejo y establecer mecanismos de

participación comunitaria (Ministerio de Turismo, 2022). El turismo sostenible también implica reconocer que los destinos no pueden depender únicamente del aumento de visitantes, ya que la presión turística puede ocasionar saturación, deterioro ambiental y pérdida de calidad en la experiencia.

Por ello, la sostenibilidad exige planificar el uso de los atractivos, controlar la capacidad de carga, educar al visitante y promover prácticas responsables en cada etapa del recorrido. En Pondoá, este planteamiento permite orientar el desarrollo turístico hacia una lógica de bajo impacto, donde el crecimiento económico se relacione con la conservación del entorno y la mejora progresiva de los servicios comunitarios (Fárez & García, 2023).

Gestión sostenible del producto turístico

La gestión sostenible del producto turístico comprende el conjunto de decisiones, acciones y mecanismos que permiten organizar atractivos, servicios, infraestructura, promoción, seguridad, precios y control de impactos dentro de una propuesta coherente (Nigg & Eichelberger, 2021). En este sentido, un producto turístico no se limita a la existencia de recursos naturales o culturales, sino que requiere planificación, articulación de actores y diseño de experiencias que respondan a las expectativas del visitante sin afectar negativamente al territorio. Para Pondoá, este enfoque es fundamental porque su potencial comunitario debe transformarse en una oferta clara, organizada y comercializable (Haid & Albrecht, 2021).

El desarrollo de productos turísticos sostenibles exige que la sostenibilidad sea incorporada desde el diseño inicial de la experiencia y no como un complemento agregado después de la comercialización. Esto significa que cada componente del producto, como los senderos, la interpretación ambiental, la gastronomía, la participación comunitaria, la seguridad y la promoción, debe responder a criterios sociales, económicos y ambientales.

En el caso de Pondoá, esta visión permite construir una propuesta turística que no dependa solamente del atractivo paisajístico, sino de una experiencia integral que comunique identidad, responsabilidad y beneficio local (Haid & Albrecht, 2021).

La gestión sostenible también requiere que los productos turísticos sean evaluados de manera constante, debido a que las condiciones del mercado, las expectativas de los visitantes y los riesgos ambientales pueden cambiar con el tiempo. Por esta razón, Pondoá necesita mecanismos de seguimiento que permitan identificar avances, debilidades y oportunidades de mejora en aspectos como señalización, manejo de residuos, calidad del servicio, promoción digital y participación comunitaria. Una gestión adecuada permitiría que el producto turístico evolucione de manera ordenada y evite convertirse en una actividad improvisada o dependiente de esfuerzos aislados (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

Turismo comunitario y participación local

El turismo comunitario se fundamenta en la participación activa de la población local en la planificación, operación y distribución de beneficios derivados de la actividad turística (Krittayaruangroj et al., 2023). Este modelo adquiere importancia porque permite que las comunidades no sean únicamente escenarios de visita, sino actores con capacidad de decisión sobre lo que desean ofrecer, cómo desean hacerlo y qué límites deben establecer para proteger su territorio. En Pondoá, el turismo comunitario representa una oportunidad para fortalecer la identidad local, generar ingresos complementarios y promover una relación más cercana entre visitantes y comunidad (Barros Pinto, 2021).

La fortaleza de la participación comunitaria coincide con Barros Pinto (2021), quien señala que el turismo comunitario genera valor cuando la población conserva capacidad de decisión y obtiene beneficios reales. En Pondoá, el visitante reconoce la presencia comunitaria como un atributo favorable; no obstante, la discusión muestra que esa fortaleza todavía debe institucionalizarse mediante roles, acuerdos, registros y reglas de distribución (Sharpley, 2023).

La debilidad de la promoción digital coincide con García Reinoso (2024) y Mora Forero et al. (2025), quienes explican que los emprendimientos turísticos sostenibles necesitan modelos de negocio y estrategias de marketing que comuniquen valor, confianza y beneficios locales.

En Pondoá, la promoción baja no significa falta de atractivo, sino ausencia de una oferta claramente comunicada, con nombre, precio, duración, servicios incluidos y contacto verificable. De esta forma, el resultado cuantitativo se convierte en un problema de comercialización responsable y no solamente en una carencia publicitaria (Mora et al., 2025). La participación comunitaria es un elemento clave para garantizar que el turismo tenga efectos positivos en el desarrollo local.

Cuando la comunidad interviene en la organización del producto, se favorece la apropiación del proceso turístico, la distribución más justa de beneficios y la conservación de saberes, prácticas y valores territoriales. En el caso de Pondoá, esta participación puede reflejarse en la integración de guías locales, emprendimientos familiares, servicios de alimentación, actividades interpretativas y acuerdos comunitarios para regular el uso de los recursos turísticos (Freire Chávez, 2022).

Sin embargo, la participación comunitaria no debe entenderse solamente como presencia de habitantes en actividades turísticas, sino como una estructura organizada de gestión (Reindrawati, 2023). Para que el turismo comunitario sea sostenible, se requieren roles definidos, normas internas, mecanismos de coordinación, registros de visitantes, acuerdos sobre ingresos y criterios para la toma de decisiones. En Pondoá, estos elementos permitirían fortalecer la gobernanza local y evitar que el producto turístico dependa únicamente de iniciativas individuales, lo cual puede limitar su continuidad y competitividad (Sharpley, 2023).

Producto turístico comunitario como experiencia integral

El producto turístico comunitario puede definirse como una experiencia organizada que integra recursos naturales, culturales, servicios, relatos territoriales y participación de la comunidad. Su valor no se encuentra solamente en el atractivo visitado, sino en la forma como se estructura la experiencia antes, durante y después del recorrido (Vongvisitsin et al., 2024). Para Pondoá, esto implica diseñar un producto que combine paisaje, caminata interpretativa,

gastronomía local, contacto comunitario, educación ambiental y condiciones adecuadas de seguridad para el visitante (Moya et al., 2024).

Una experiencia turística integral requiere que todos los componentes del producto estén articulados. Esto significa que el visitante debe encontrar información previa clara, acceso ordenado, señalización suficiente, acompañamiento adecuado, explicación del valor del territorio, servicios básicos y mecanismos de retroalimentación. En Pondoá, la ausencia de alguno de estos elementos puede debilitar la percepción de calidad, aunque el destino cuente con atractivos naturales relevantes. Por ello, el producto comunitario debe organizarse como una propuesta completa y no como una suma dispersa de actividades (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

El diseño del producto turístico comunitario también debe considerar la diferenciación frente a otros atractivos del cantón Baños de Agua Santa. Dado que Baños posee una imagen consolidada asociada a naturaleza, aventura, termas y cascadas, Pondoá necesita construir una identidad propia que destaque su carácter comunitario y sostenible (Cajiao et al., 2023). Esta diferenciación puede lograrse mediante un relato territorial claro, actividades de bajo impacto, participación local visible y servicios que comuniquen autenticidad sin perder criterios de calidad y seguridad (Moya et al., 2024).

Indicadores de sostenibilidad turística

Los indicadores de sostenibilidad turística son herramientas que permiten medir, interpretar y mejorar la gestión de un destino o producto turístico. Su utilidad radica en convertir conceptos amplios, como sostenibilidad, calidad o participación, en información verificable para la toma de decisiones (Miller & Torres-Delgado, 2023). En Pondoá, estos indicadores pueden aplicarse para evaluar aspectos como manejo de residuos, conservación de senderos, satisfacción del visitante, ingresos locales, capacitación, seguridad, señalización, promoción digital y participación de grupos comunitarios (Mendoza et al., 2021).

Diéguez-Castrillón et al. (2022) muestran que los indicadores turísticos han evolucionado desde una visión centrada principalmente en el ambiente hacia enfoques multidimensionales que incorporan variables sociales, económicas, tecnológicas y de gobernanza. Esta evolución resulta útil para Pondoá, porque su sostenibilidad no puede medirse únicamente por la conservación del paisaje, sino también por la capacidad de la comunidad para organizarse, generar beneficios, mejorar servicios y mantener una relación equilibrada con los visitantes. Así, los indicadores se convierten en una guía práctica para evaluar el avance del producto turístico comunitario.

La aplicación de indicadores también permite identificar debilidades concretas y priorizar acciones de mejora. Por ejemplo, si la señalización recibe una valoración baja, se puede intervenir con mapas, rutas interpretativas, normas de visita y puntos de orientación; si la promoción digital es limitada, se pueden diseñar canales oficiales, contenidos visuales y mecanismos de contacto directo; si la seguridad presenta deficiencias, se pueden establecer protocolos de primeros auxilios, registro de visitantes y comunicación de riesgos. En Pondoá, este uso de indicadores contribuiría a una gestión más técnica y menos improvisada (Mendoza et al., 2021).

Gobernanza turística y articulación de actores

La gobernanza turística se refiere a la coordinación entre actores públicos, privados, comunitarios y sociales para planificar, regular y fortalecer la actividad turística en un territorio. En destinos comunitarios, este concepto adquiere especial relevancia porque la sostenibilidad depende de acuerdos colectivos y no solo de decisiones individuales. Para Pondoá, la gobernanza implica articular a la comunidad, prestadores de servicios, autoridades locales, instituciones de apoyo y visitantes dentro de un modelo de gestión que establezca responsabilidades compartidas (Sharpley, 2023).

Una gobernanza adecuada permite que el turismo contribuya al desarrollo local de manera organizada, evitando conflictos por uso de recursos, distribución desigual de beneficios

o promoción descontrolada del destino (Pham et al., 2025). En Pondoá, la articulación de actores puede ayudar a definir normas de operación, criterios de calidad, estrategias de comercialización y mecanismos de conservación ambiental. Además, la gobernanza facilita que el producto turístico comunitario no dependa únicamente del entusiasmo de algunos actores, sino de una estructura de cooperación más estable (García Reinoso, 2024).

La falta de gobernanza puede generar problemas como duplicidad de esfuerzos, baja coordinación, servicios poco estandarizados y ausencia de información confiable para el visitante. Por esta razón, Pondoá requiere un modelo de trabajo conjunto que integre planificación comunitaria, apoyo institucional y participación de emprendimientos locales. Esta articulación permitiría que el producto turístico avance hacia una oferta más competitiva, con beneficios distribuidos y reglas claras para proteger el territorio (Sharpley, 2023).

Manejo ambiental y control de impactos

El manejo ambiental en productos turísticos comunitarios consiste en aplicar prácticas que reduzcan los impactos negativos generados por la visita, especialmente en espacios naturales y rurales (Baloch et al., 2023). Estas prácticas incluyen gestión de residuos, educación ambiental, mantenimiento de senderos, control de flujos, señalización preventiva y uso responsable de los recursos. En Pondoá, el manejo ambiental es un componente esencial porque el atractivo turístico depende directamente de la calidad paisajística y de la conservación del entorno natural (Flórez et al., 2025).

La sostenibilidad ambiental no puede limitarse a mensajes generales de cuidado, sino que debe traducirse en protocolos concretos antes, durante y después de la experiencia turística. Esto significa informar al visitante sobre normas de comportamiento, establecer puntos adecuados para residuos, evitar la degradación de senderos, controlar actividades que puedan afectar el entorno y promover una cultura de respeto hacia el paisaje (Molin, 2025). Para Pondoá, estos protocolos permitirían fortalecer la imagen de producto sostenible y reducir riesgos asociados a una visita desordenada (López-Samaniego et al., 2025).

El control de impactos también se relaciona con la capacidad de anticipar problemas antes de que se vuelvan visibles. La saturación de visitantes, la acumulación de basura, el deterioro de rutas o la pérdida de tranquilidad comunitaria pueden afectar tanto al ambiente como a la experiencia turística. En este sentido, Pondoá debe promover una gestión preventiva, basada en criterios de capacidad, monitoreo de condiciones y educación constante. Esta orientación resulta necesaria para evitar que el crecimiento turístico comprometa los recursos que hacen atractivo al territorio (Fárez & García, 2023).

Calidad del servicio y seguridad del visitante

La calidad del servicio turístico se relaciona con la capacidad de ofrecer una experiencia ordenada, segura, clara y satisfactoria para el visitante. En productos comunitarios, esta calidad no significa perder autenticidad, sino organizar adecuadamente los elementos mínimos que permiten una visita confiable. En Pondoá, la calidad puede expresarse en la puntualidad, orientación del recorrido, información previa, trato al visitante, limpieza, interpretación del entorno, seguridad y cumplimiento de lo ofrecido (Haid & Albrecht, 2021).

La seguridad es un componente indispensable en el diseño de productos turísticos sostenibles, especialmente cuando se desarrollan actividades en espacios naturales o rurales (Han et al., 2021). Un producto comunitario debe contar con identificación de riesgos, protocolos de emergencia, comunicación básica, control de visitantes, criterios de suspensión por clima y conocimientos elementales de primeros auxilios. En Pondoá, estas condiciones permitirían proteger al visitante, al guía y a la reputación del destino, fortaleciendo la confianza en la oferta turística (Fárez & García, 2023).

La percepción de seguridad también influye en la satisfacción y en la posibilidad de recomendación del producto. Un visitante que se siente orientado, informado y acompañado tiene mayores probabilidades de valorar positivamente la experiencia y difundirla de manera favorable (Awais-E-Yazdan et al., 2025). Por ello, la seguridad no debe considerarse un aspecto secundario, sino una dimensión de calidad y sostenibilidad. En Pondoá, mejorar este

componente permitiría consolidar una experiencia responsable y competitiva frente a otros atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa (Haid & Albrecht, 2021).

Promoción digital y comercialización responsable

La promoción digital es una herramienta clave para posicionar productos turísticos comunitarios, siempre que comunique de forma clara, honesta y responsable el valor del territorio. En destinos emergentes, la baja visibilidad digital puede limitar la llegada de visitantes interesados en experiencias sostenibles, aunque exista potencial natural y cultural. En Pondoá, la promoción debe explicar qué se ofrece, cuánto dura la experiencia, qué servicios incluye, cuál es el precio, cómo se reserva, qué normas se deben cumplir y qué beneficios recibe la comunidad (Mora Forero et al., 2025).

La comercialización responsable implica vender el producto turístico sin sobreexponer el territorio ni prometer experiencias que la comunidad no pueda sostener. Este principio es importante porque la promoción digital puede generar demanda, pero si no existe capacidad operativa, señalización, seguridad o servicios adecuados, el resultado puede afectar la imagen del destino. En Pondoá, la estrategia comercial debe avanzar de manera gradual, articulando comunicación, organización interna y preparación comunitaria para responder a los visitantes de forma adecuada (García Reinoso, 2024).

El *marketing* aplicado al turismo comunitario debe destacar atributos como autenticidad, participación local, conservación ambiental y aporte al desarrollo territorial. No obstante, estos elementos deben comunicarse con evidencia y coherencia, evitando que la sostenibilidad sea usada solo como recurso publicitario (Confetto et al., 2023). En Pondoá, una promoción digital responsable puede fortalecer la identidad del producto, atraer segmentos interesados en naturaleza y cultura local, y mejorar las oportunidades económicas de los actores comunitarios sin sacrificar los principios de sostenibilidad (Mora Forero et al., 2025).

Competitividad sostenible del destino Pondoá

El concepto de turismo sostenible se comprende como una forma de desarrollo que procura equilibrio entre viabilidad económica, respeto sociocultural y protección ambiental (López-Samaniego et al., 2025). Esta definición resulta pertinente para Pondoá porque el éxito del producto no debería medirse solamente por visitas o ventas, sino por la permanencia de sus recursos, la participación de la comunidad y la calidad de vida que la actividad puede generar. En Ecuador, los estudios recientes vinculan el turismo sostenible con inclusión, diversificación económica y reducción de desigualdades territoriales (Ministerio de Turismo, 2022).

De igual manera, la gestión sostenible del producto turístico se entiende como el conjunto de decisiones que organizan atractivos, servicios, infraestructura, relatos, precios, promoción, seguridad y control de impactos (Falconi et al., 2025). El producto turístico sostenible debe pensarse desde el diseño, no como una etiqueta posterior; por ello, la propuesta para Pondoá necesita integrar desde el inicio criterios ambientales, sociales y económicos (Haid y Albrecht, 2021).

A su vez, los indicadores de sostenibilidad turística son herramientas que permiten transformar una preocupación general en información útil para decidir. En Pondoá, estos indicadores podrían incluir manejo de residuos, satisfacción del visitante, ingresos locales, capacitación, participación de mujeres y jóvenes, conservación de senderos, señalización, seguridad y promoción digital (Mendoza et al., 2021). Diéguez-Castrillón et al (2022) sobre destinos turísticos muestra que los indicadores han pasado de enfoques puramente ambientales hacia sistemas más amplios que incorporan comunidad, tecnología, gobernanza y cambio climático.

La competitividad sostenible se refiere a la capacidad de un producto o destino turístico para diferenciarse, atraer visitantes, generar beneficios locales y conservar sus recursos en el tiempo. En el caso de Pondoá, la competitividad no debe entenderse únicamente como aumento de demanda, sino como la posibilidad de construir una oferta comunitaria organizada,

reconocible, segura y ambientalmente responsable. Este enfoque permite que el territorio se posicione dentro de Baños de Agua Santa sin competir de manera desordenada con atractivos más consolidados (Moya et al., 2024).

Para alcanzar competitividad sostenible, Pondoá necesita convertir su potencial en un producto turístico formal, con identidad, estructura y mecanismos de gestión. Esto implica definir rutas, tiempos, servicios, precios, normas, responsabilidades, canales de promoción y criterios de evaluación. La competitividad dependerá de la capacidad para integrar estos elementos en una experiencia coherente que genere satisfacción en el visitante y beneficios reales para la comunidad. De esta manera, el producto turístico dejaría de depender solamente del recurso natural y pasaría a sostenerse en una propuesta integral de valor (Haid & Albrecht, 2021).

La competitividad también se relaciona con la innovación en modelos de negocio sostenibles, especialmente en emprendimientos turísticos que buscan diferenciarse en mercados cada vez más exigentes. Para Pondoá, innovar no significa cambiar la esencia comunitaria, sino mejorar la forma de organizar, comunicar y entregar la experiencia turística. Esto puede incluir reservas digitales, alianzas con operadores responsables, paquetes comunitarios, interpretación ambiental, gastronomía local y mecanismos de medición de impactos. Con ello, Pondoá podría fortalecer su posición como producto turístico comunitario sostenible dentro del cantón

Baños de Agua Santa (García Reinoso, 2024).

Enfoques de sostenibilidad, innovación y valor comunitario en Pondoá

Font et al. (2023) sostienen que los indicadores de sostenibilidad influyen en la competitividad del destino cuando son utilizados para orientar decisiones reales de gestión. Desde esta mirada, Pondoá requiere que sus acciones de mejora no se limiten a propuestas generales, sino que se apoyen en indicadores concretos sobre participación comunitaria,

satisfacción del visitante, manejo ambiental, promoción digital, seguridad y beneficios económicos locales.

En territorios rurales y comunitarios, la sostenibilidad también puede convertirse en un factor de atracción turística cuando el visitante percibe que el destino conserva su identidad, protege sus recursos y ofrece una experiencia auténtica. Guizzardi et al. (2022) explican que la sostenibilidad puede impulsar el desarrollo turístico en pequeñas áreas rurales cuando se relaciona con el valor percibido por el visitante y con una gestión territorial coherente. En el caso de Pondoá, esto significa que la conservación del paisaje, la organización comunitaria y el relato local deben integrarse como parte de la experiencia turística y no como elementos separados del producto (Huruta et al., 2024).

También plantea la necesidad de avanzar hacia enfoques regenerativos del turismo. Bellato et al. (2024) señalan que el turismo regenerativo propone superar una visión limitada de sostenibilidad, orientando la actividad turística hacia la restauración de vínculos entre comunidad, naturaleza, cultura y economía local. De forma complementaria, Becken y Coghlan (2024) sostienen que la educación ambiental no debe limitarse a transmitir información, sino que debe generar una comprensión más profunda sobre el cuidado del territorio. En Pondoá, estos aportes permiten reforzar la necesidad de incluir mensajes interpretativos, normas de visita y prácticas educativas que motiven al visitante a actuar de manera responsable durante el recorrido.

La participación comunitaria debe entenderse como un proceso de construcción conjunta del producto turístico. Liburd et al. (2022) destacan que el codiseño turístico permite integrar a la comunidad, los gestores y otros actores en la creación de experiencias más sostenibles. Esta perspectiva es útil para Pondoá porque la comunidad no debe ser vista solo como prestadora de servicios, sino como protagonista en la definición de rutas, actividades, normas, precios, formas de atención y mecanismos de distribución de beneficios. Así, el

producto turístico comunitario puede consolidarse desde la corresponsabilidad y no desde decisiones externas o improvisadas (Qi et al., 2024).

La competitividad turística actual también se relaciona con el bienestar de los residentes, de esta forma, Dwyer (2022) plantea que un destino competitivo no debe medirse únicamente por su desempeño económico, sino por su capacidad para mejorar la calidad de vida de la población local. En Pondoá, este enfoque permite comprender que el fortalecimiento del producto turístico debe traducirse en oportunidades reales para guías, familias, emprendimientos gastronómicos, prestadores de servicios y actores comunitarios. Por ello, el crecimiento turístico debe mantenerse equilibrado con la conservación ambiental y con la distribución justa de beneficios.

Desde la perspectiva de la experiencia turística, Garau-Vadell et al. (2023) sostienen que los residentes pueden convertirse en proveedores de experiencias turísticas cuando existen condiciones de confianza, bienestar, motivación y organización. Este aporte se relaciona directamente con Pondoá, porque el turismo comunitario puede fortalecerse si los habitantes participan activamente como anfitriones, intérpretes del territorio y gestores de servicios complementarios.

En el mismo sentido, Han et al. (2024) explican que el desarrollo turístico comunitario sostenible necesita fortalecer el vínculo emocional de la población con su territorio y promover comportamientos responsables hacia el ambiente. Para Pondoá, este planteamiento es importante porque la sostenibilidad del producto turístico dependerá de que la comunidad valore su propio paisaje, reconozca el potencial de sus recursos y participe en prácticas de conservación, señalización, limpieza, atención al visitante y monitoreo de impactos (Tyagi, 2024).

El manejo ambiental del turismo también puede enriquecerse desde la economía circular. Velasco-Muñoz et al. (2025) señalan que la aplicación de la economía circular en el sector turístico permite reducir desperdicios, optimizar recursos y mejorar la sostenibilidad de

los servicios. En Pondoá, este enfoque puede aplicarse mediante control de residuos, reducción de plásticos de un solo uso, reutilización de materiales para señalética básica, consumo local y organización de puntos de separación de desechos durante la experiencia turística.

De igual forma, Xu et al. (2022) proponen que la ecologización de la industria turística debe medirse mediante indicadores que permitan identificar presiones ambientales, respuestas de gestión y niveles de mejora territorial. Este aporte resulta útil para Pondoá porque el manejo ambiental no debe depender únicamente de observaciones generales, sino de registros sobre residuos, estado de senderos, cumplimiento de normas, puntos críticos de deterioro y acciones correctivas.

CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Este enfoque permitió organizar datos numéricos sobre la percepción de los visitantes y complementar el diagnóstico territorial con la revisión documental (Monje Álvarez, 2011). Para el primer objetivo específico se revisó información sobre recursos, servicios, actores y prácticas de sostenibilidad vinculadas con el producto turístico comunitario Pondoá, con el propósito de identificar fortalezas y brechas de gestión.

Para el segundo objetivo específico se aplicó a los visitantes una encuesta de diez afirmaciones estructuradas con escala de Likert de cinco puntos, orientadas a valorar el atractivo territorial, los servicios, la participación comunitaria, el manejo ambiental, la señalización, la seguridad, la promoción digital, los beneficios económicos y la aceptación del producto (Hernández et al., 2014).

Para el tercer objetivo específico se integraron los resultados de la encuesta, el análisis comparativo de las dimensiones y la revisión documental para formular lineamientos de fortalecimiento en gobernanza, experiencia turística, manejo ambiental, seguridad, señalización y promoción responsable (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

Población y Muestra

La población de estudio está conformada por los visitantes nacionales y extranjeros que acuden al Centro de Turismo Comunitario Pondoá y a su área de influencia turística inmediata dentro del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. Sin embargo, al no existir un registro único, cerrado y verificable que permita conocer con exactitud el número total de visitantes potenciales durante el periodo de investigación, la población se considera infinita para efectos del cálculo muestral (Monje Álvarez, 2011).

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra fue $n = Z^2 \cdot p \cdot q / e^2$. Al reemplazar los valores se obtuvo: $n = (1,96^2 \times 0,50 \times 0,50) / 0,05^2 = 384,16$. Por criterio de redondeo superior, la muestra quedó establecida en 385 visitantes, a quienes se aplicó la encuesta estructurada en escala de Likert para medir percepciones relacionadas con la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá (Otzen & Manterola, 2017).

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas, considerando un nivel de confianza del 95%, un valor Z de 1,96, una probabilidad de éxito de 0,50, una probabilidad de fracaso de 0,50 y un margen de error del 5%. La proporción $p = 0,50$ se utiliza cuando no se conoce previamente la proporción esperada del fenómeno, porque representa la máxima variabilidad estadística y permite obtener una muestra conservadora (Hernández et al., 2014).

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, debido a que la aplicación de encuestas dependió de la accesibilidad y participación voluntaria de los visitantes durante el trabajo de campo en Pondoá (Otzen & Manterola, 2017).

Criterio de contrastación de la hipótesis

La hipótesis se contrastó a partir de tres dimensiones directamente vinculadas con la pregunta de investigación: la dimensión social, representada por la participación comunitaria

(pregunta 3); la dimensión ambiental, representada por el manejo ambiental y de residuos (pregunta 4); y la dimensión económica, representada por la generación de beneficios económicos locales (pregunta 8). Como criterio descriptivo de respaldo de H1 se consideró que la suma de las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” superara el 50 % y que el promedio ponderado del ítem se ubicara por encima del punto neutral de la escala (3).

Debido a que el estudio es no experimental, transversal y utiliza muestreo no probabilístico por conveniencia, la contrastación se interpreta en términos descriptivos dentro de la muestra analizada. En consecuencia, no se emplea la hipótesis para afirmar causalidad ni para realizar una generalización inferencial al universo de visitantes; su función es verificar si las tendencias observadas en los datos son coherentes con la relación planteada entre gestión sostenible y las dimensiones social, ambiental y económica.

El diseño transversal tampoco permite medir una evolución temporal real. Por esta razón, la tendencia se analiza mediante la comparación entre dimensiones y la evolución se aborda en términos prospectivos, identificando qué componentes presentan una base consolidada y cuáles requieren seguimiento en futuras mediciones para verificar cambios después de la implementación de los lineamientos.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Características del instrumento y procedimiento de tabulación

El instrumento aplicado corresponde a una encuesta estructurada dirigida a visitantes, organizada con preguntas sociodemográficas y diez afirmaciones en escala de Likert de cinco niveles: 1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Esta escala permite medir la intensidad de la percepción de los encuestados respecto a la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondo y facilita la cuantificación de tendencias generales mediante frecuencias y porcentajes (Hernández et al., 2014).

La tabulación se realizó con una base de 385 registros de visitantes mayores de edad, coherente con el tamaño muestral establecido para el estudio. El análisis combinó frecuencias absolutas, porcentajes, porcentajes agrupados de respuesta favorable, neutral y desfavorable, y promedios ponderados de la escala. Además, se incorporó una comparación entre las diez dimensiones y una contrastación descriptiva de las tres dimensiones vinculadas con la hipótesis. Esta estrategia permitió pasar de la descripción aislada de cada pregunta a una lectura integrada de fortalezas, brechas, tendencias y perspectivas de mejora.

Caracterización sociodemográfica de los encuestados

Tabla 1.

Distribución de encuestados según sexo.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	185	48.05%
Femenino	200	51.95%

Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

En cuanto al sexo de los encuestados, se observa una distribución relativamente equilibrada, con 200 mujeres: 51.95% y 185 hombres: 48.05%. Esta composición permite contar con una lectura general de percepciones sin concentración extrema en un solo grupo, lo cual favorece la descripción del comportamiento de los visitantes frente al producto turístico comunitario Pondoá (Hernández et al., 2014).

Tabla 2.

Distribución de encuestados según edad.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18–25 años	95	24.68%
26–35 años	111	28.83%
36–45 años	92	23.90%

46 años o más 87 22.60%

Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Respecto a la edad, el grupo de 26 a 35 años representa el mayor porcentaje con 111 encuestados (28.83%), seguido por el grupo de 18 a 25 años con 95 participantes (24.68%). Esta concentración en visitantes jóvenes y adultos jóvenes resulta relevante para el diseño de estrategias de comunicación, promoción digital y experiencias comunitarias diferenciadas (Mora et al., 2025).

Resultados por preguntas de la escala de Likert

Pregunta 1: ¿Pondoa cuenta con recursos naturales y culturales atractivos para desarrollar turismo comunitario?

Tabla 3.

Resultados de la pregunta 1.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	5	1.30%
2	En desacuerdo	8	2.08%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	5.71%
4	De acuerdo	135	35.06%
5	Totalmente de acuerdo	215	55.84%
Total		385	100%

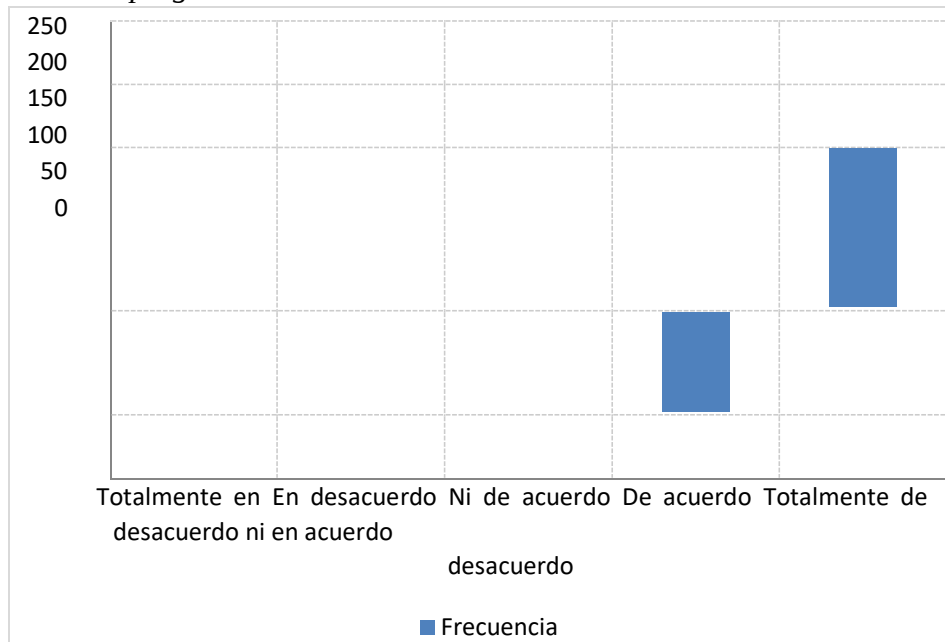
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado evidencia una valoración altamente favorable, ya que la mayoría de respuestas se concentra en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo. Esta tendencia muestra que el producto turístico comunitario posee una base perceptiva positiva para fortalecer su propuesta de valor, siempre que la gestión convierta ese interés en servicios organizados, beneficios locales y mecanismos de sostenibilidad verificables.

Figura 1.

Resultados de la pregunta 1.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

La figura 1 confirma visualmente la distribución presentada en la tabla, permitiendo observar con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada.

Pregunta 2: ¿Los servicios turísticos actuales de Pondoá son adecuados para recibir visitantes?

Tabla 4.

Resultados de la pregunta 2.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	12	3.12%
2	En desacuerdo	24	6.23%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	18.18%
4	De acuerdo	138	35.84%
5	Totalmente de acuerdo	141	36.62%

Total	385	100%
-------	-----	------

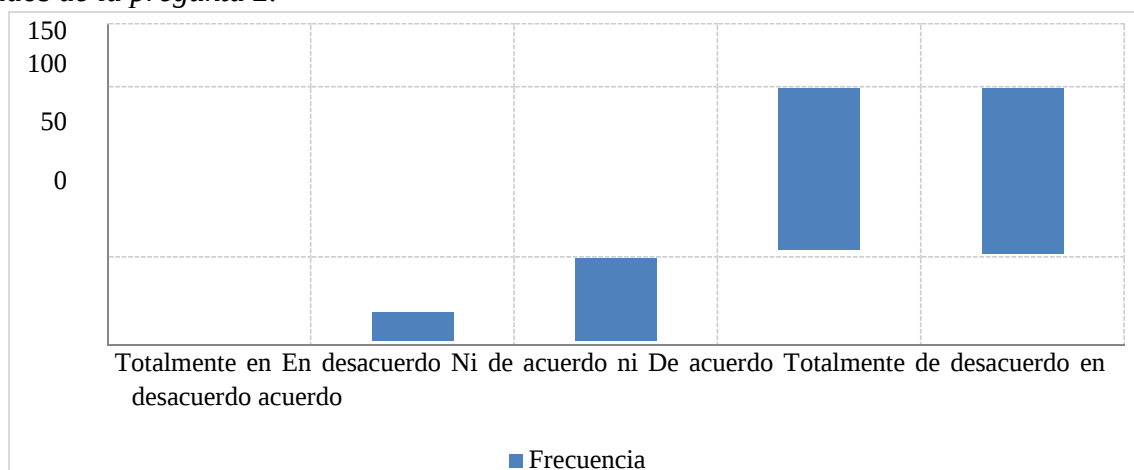
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Los resultados muestran una valoración favorable, aunque todavía con presencia de respuestas neutrales que indican necesidad de consolidar procesos de mejora. Esta tendencia sugiere que la gestión del producto cuenta con avances percibidos por los visitantes, pero requiere reforzar estándares de servicio, organización comunitaria y condiciones de atención turística.

Figura 2.

Resultados de la pregunta 2.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado confirma, por medio de la figura, la distribución presentada en la tabla, permitiendo observar con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 3: ¿ La participación de la comunidad local es visible dentro de la experiencia turística?

Tabla 5.

Resultados de la pregunta 3.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	7	1.82%
2	En desacuerdo	18	4.68%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	11.69%
4	De acuerdo	145	37.66%
5	Totalmente de acuerdo	170	44.16%
	Total	385	100%

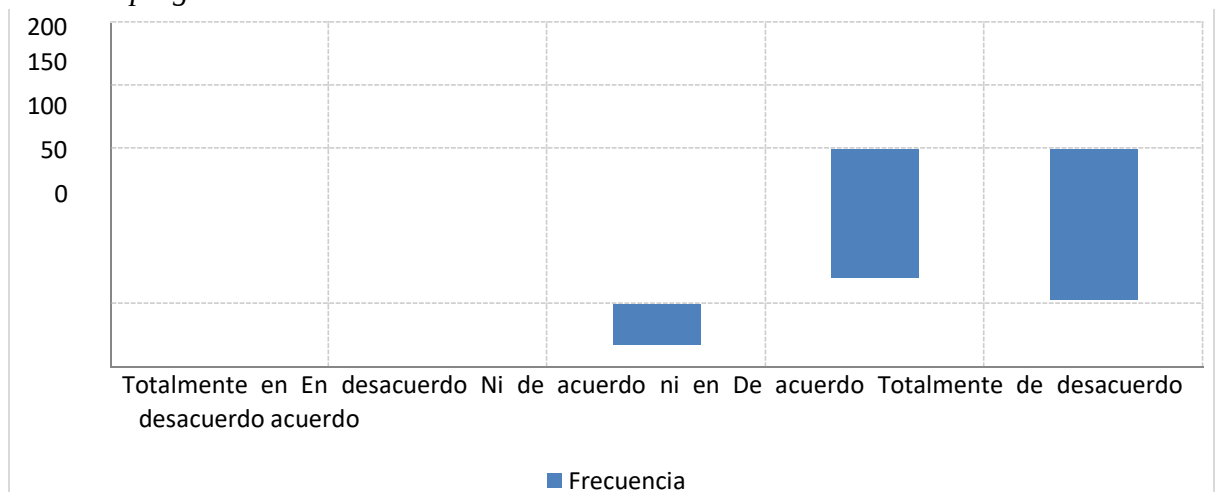
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado muestra una valoración favorable, aunque todavía con presencia de respuestas neutrales que indican necesidad de consolidar procesos de mejora. Esta tendencia sugiere que la gestión del producto cuenta con avances percibidos por los visitantes, pero requiere reforzar estándares de servicio, organización comunitaria y condiciones de atención turística.

Figura 3.

Resultados de la pregunta 3.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Los resultados confirman la distribución presentada en la tabla, permitiendo observar con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 4: ¿El manejo ambiental y de residuos en Pondoá es adecuado durante la visita?

Tabla 6.

Resultados de la pregunta 4.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	18	4.68%
2	En desacuerdo	38	9.87%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	88	22.86%
4	De acuerdo	130	33.77%
5	Totalmente de acuerdo	111	28.83%
	Total	385	100%

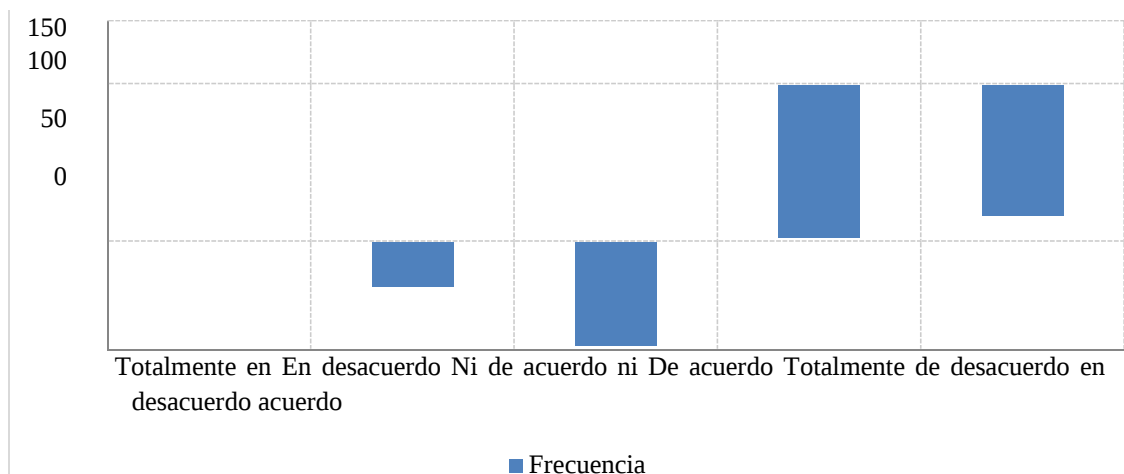
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado refleja una valoración moderada, con una proporción importante de respuestas neutrales y desacuerdos. Este comportamiento sugiere que la dimensión evaluada requiere intervención prioritaria mediante acciones de manejo ambiental, señalización, información turística y control operativo del recorrido.

Figura 4.

Resultados de la pregunta 4.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Estos resultados confirman con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación.

Pregunta 5: ¿La señalización e información turística facilitan el recorrido del visitante?

Tabla 7.

Resultados de la pregunta 5.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	30	7.79%
2	En desacuerdo	55	14.29%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	24.68%
4	De acuerdo	110	28.57%
5	Totalmente de acuerdo	95	24.68%
Total		385	100%

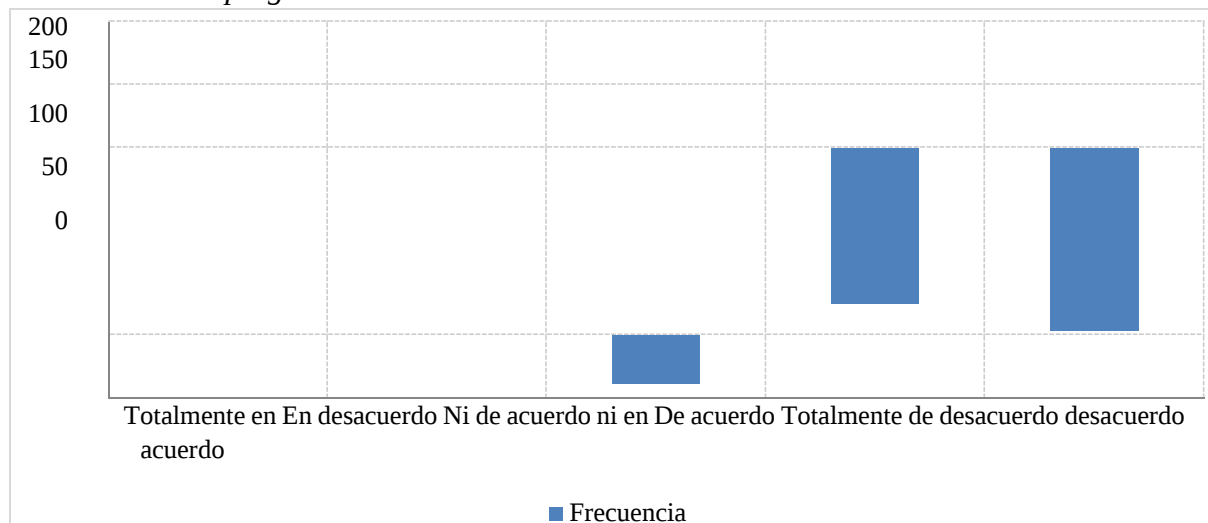
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Refleja una valoración moderada, con una proporción importante de respuestas neutrales y desacuerdos. Este comportamiento sugiere que la dimensión evaluada requiere intervención prioritaria mediante acciones de manejo ambiental, señalización, información turística y control operativo del recorrido.

Figura 5.

Resultados de la pregunta 5.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se observa con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 6: ¿Las condiciones de seguridad y orientación al visitante son adecuadas?

Tabla 8.

Resultados de la pregunta 6.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	15	3.90%
2	En desacuerdo	35	9.09%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	80	20.78%

4	De acuerdo	138	35.84%
5	Totalmente de acuerdo	117	30.39%
	Total	385	100%

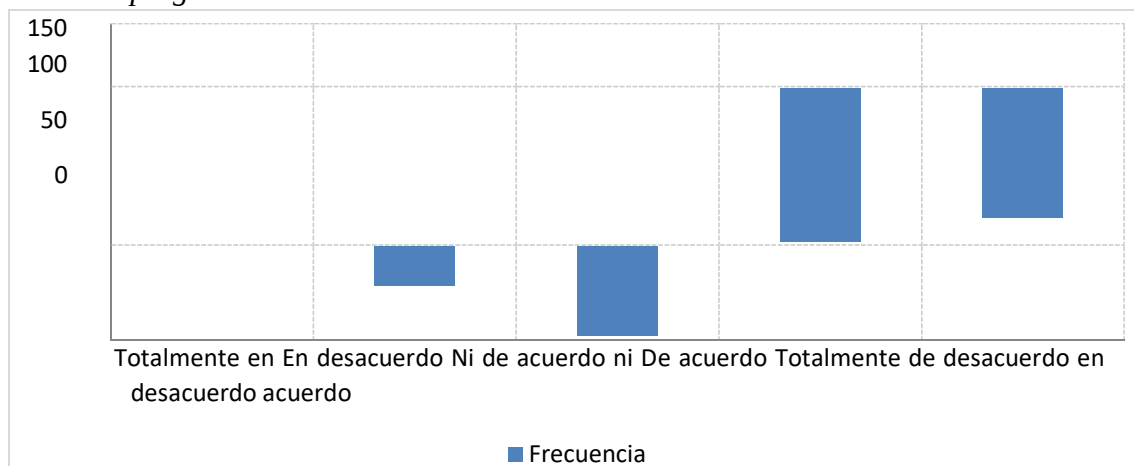
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se muestra una valoración favorable, aunque todavía con presencia de respuestas neutrales que indican necesidad de consolidar procesos de mejora. Esta tendencia sugiere que la gestión del producto cuenta con avances percibidos por los visitantes, pero requiere reforzar estándares de servicio, organización comunitaria y condiciones de atención turística.

Figura 6.

Resultados de la pregunta 6.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se observa con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 7: ¿La promoción digital de Pondoá es suficiente para dar a conocer el producto turístico?

Tabla 10.

Resultados de la pregunta 7.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	42	10.91%
2	En desacuerdo	72	18.70%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	105	27.27%
4	De acuerdo	93	24.16%
5	Totalmente de acuerdo	73	18.96%
	Total	385	100%

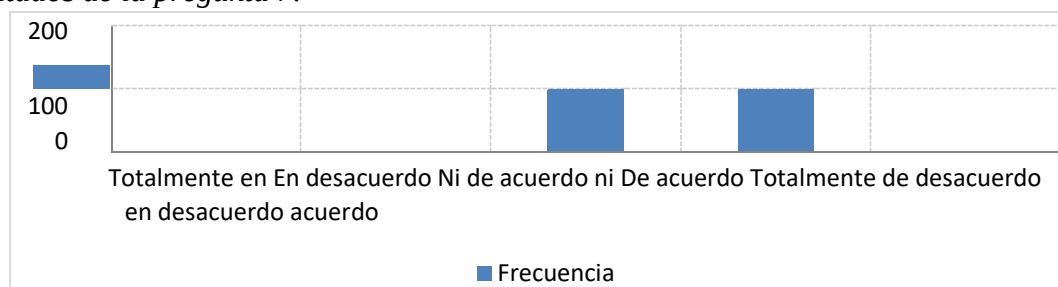
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado evidencia la dimensión más débil del diagnóstico, debido a que el porcentaje de acuerdo es inferior al observado en las demás preguntas y existe una presencia importante de respuestas neutrales y desfavorables. Esta tendencia confirma la necesidad de fortalecer la promoción digital, la comunicación del producto, la información previa y los canales de reserva.

Figura 7.

Resultados de la pregunta 7.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se observa la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar

acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 8: ¿El turismo comunitario en Pondoá puede generar beneficios económicos para la población local?

Tabla 11.

Resultados de la pregunta 8.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	6	1.56%
2	En desacuerdo	12	3.12%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	9.09%
4	De acuerdo	137	35.58%
5	Totalmente de acuerdo	195	50.65%
	Total	385	100%

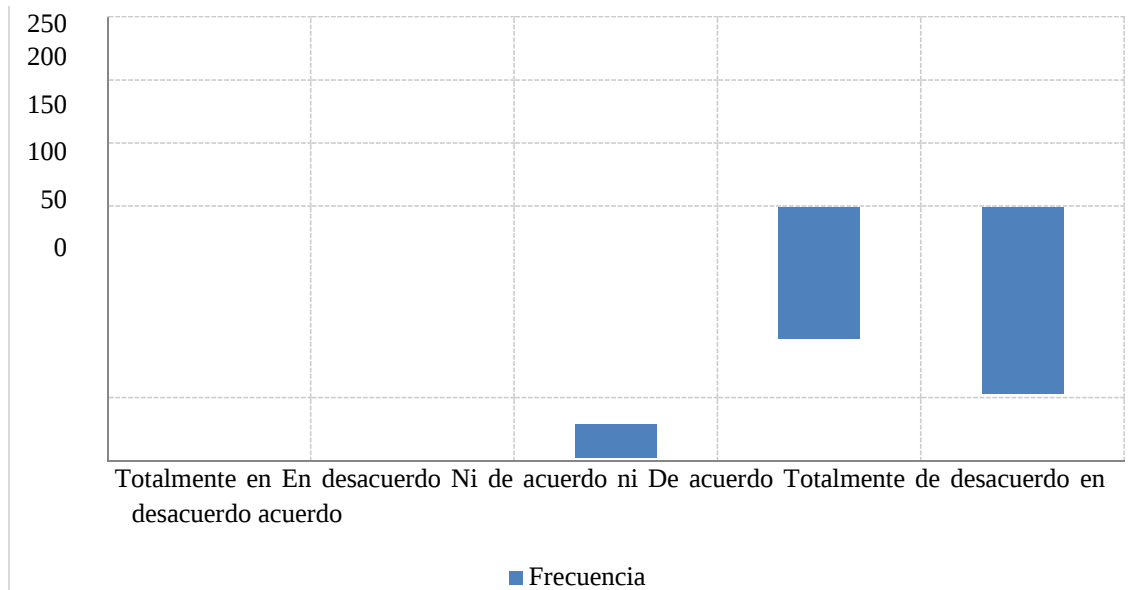
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

El resultado evidencia una valoración altamente favorable, ya que la mayoría de respuestas se concentra en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo. Esta tendencia muestra que el producto turístico comunitario posee una base perceptiva positiva para fortalecer su propuesta de valor, siempre que la gestión convierta ese interés en servicios organizados, beneficios locales y mecanismos de sostenibilidad verificables.

Figura 8.

Resultados de la pregunta 8.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Los resultados demuestran la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto/a a participar o recomendar una experiencia turística comunitaria en Pondo?

Tabla 12.

Resultados de la pregunta 9.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacuerdo	7	1.82%
2	En desacuerdo	15	3.90%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	10.91%
4	De acuerdo	128	33.25%
5	Totalmente de acuerdo	193	50.13%

Total 385 100%

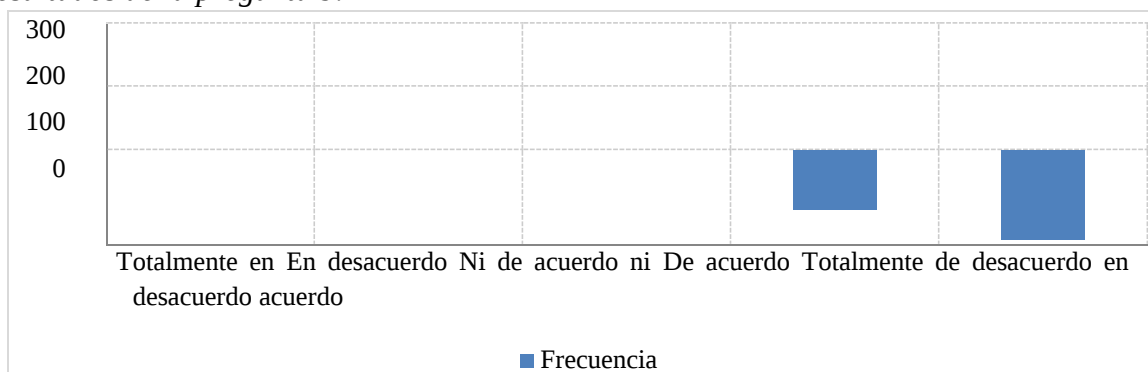
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se evidencia una valoración altamente favorable, ya que la mayoría de respuestas se concentra en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo. Esta tendencia muestra que el producto turístico comunitario posee una base perceptiva positiva para fortalecer su propuesta de valor, siempre que la gestión convierta ese interés en servicios organizados, beneficios locales y mecanismos de sostenibilidad verificables.

Figura 9.

Resultados de la pregunta 9.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se permite observar la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Pregunta 10: ¿Los lineamientos de mejora fortalecerían la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá?

Tabla 13.

Resultados de la pregunta 10.

Escala	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
--------	-----------	------------	------------

1	Totalmente en desacuerdo	4	1.04%
2	En desacuerdo	10	2.60%
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	7.27%
4	De acuerdo	120	31.17%
5	Totalmente de acuerdo	223	57.92%
Total		385	100%

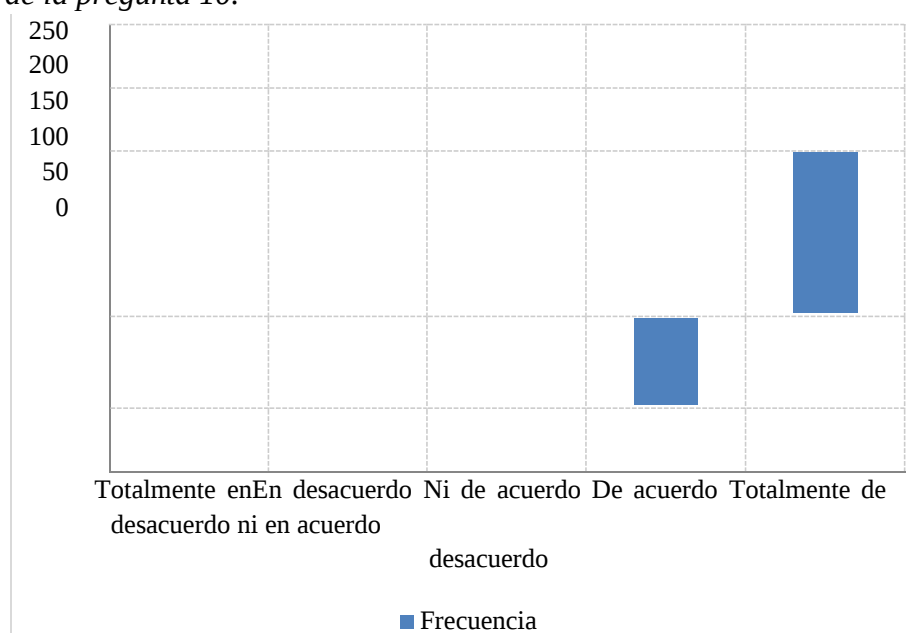
Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

Se evidencia una valoración altamente favorable, ya que la mayoría de respuestas se concentra en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo. Esta tendencia muestra que el producto turístico comunitario posee una base perceptiva positiva para fortalecer su propuesta de valor, siempre que la gestión convierta ese interés en servicios organizados, beneficios locales y mecanismos de sostenibilidad verificables.

Figura 10.

Resultados de la pregunta 10.



Nota. Datos tomados de la tabulación de las encuestas.

Análisis

En la distribución presentada en la tabla, se permite observar con mayor claridad la concentración de respuestas y el nivel de aceptación de la afirmación evaluada. En el análisis de productos turísticos sostenibles, esta lectura gráfica facilita priorizar acciones según dimensiones con mayor respaldo del visitante y dimensiones con menor consolidación percibida.

Síntesis comparativa de las dimensiones evaluadas.

Dimensión evaluada	Favorables Neutrales % Desfavorables			Media
	%		%	Likert
Recursos naturales y culturales	90,91	5,71	3,38	4,42
Servicios turísticos	72,47	18,18	9,35	3,97
Participación comunitaria	81,82	11,69	6,49	4,18
Manejo ambiental y residuos	62,60	22,86	14,55	3,72
Señalización e información	53,25	24,68	22,08	3,48
Seguridad y orientación	66,23	20,78	12,99	3,80
Promoción digital	43,12	27,27	29,61	3,22
Beneficios económicos locales	86,23	9,09	4,68	4,31
Participación o recomendación	83,38	10,91	5,71	4,26
Lineamientos de mejora	89,09	7,27	3,64	4,42

Nota. Favorables = “De acuerdo” + “Totalmente de acuerdo”; desfavorables = “Totalmente en desacuerdo” + “En desacuerdo”. La media se calculó ponderando los valores 1 a 5 de la escala de Likert.

La comparación conjunta evidencia una valoración favorable promedio de 72,31% en las diez afirmaciones y una media general de 3,98 sobre 5. Las mayores fortalezas se concentran en el reconocimiento de los recursos naturales y culturales: 90,91%, la utilidad esperada de los

lineamientos de mejora con 89,09%; los beneficios económicos locales con 86,23%, la disposición a participar o recomendar la experiencia con 83,38% y la participación comunitaria con 81,82%. Esta concentración indica que Pondoá dispone de una base sólida de atractivo, aceptación y legitimidad comunitaria para fortalecer el producto turístico.

En un nivel intermedio se ubican los servicios turísticos con 72,47%; la seguridad y orientación con 66,23% y el manejo ambiental y de residuos con 62,60%. Aunque las respuestas favorables superan el 50%, la presencia de neutralidad y desacuerdo muestra que estos componentes aún no alcanzan el mismo grado de consolidación que el potencial del territorio. La señalización e información turística registra 53,25% de valoración favorable y la promoción digital 43,12%, siendo esta última la única dimensión en la que las respuestas favorables no representan la mayoría.

La tendencia general revela una brecha entre el valor intrínseco del territorio y la capacidad operativa para organizarlo y comunicarlo como producto. Los visitantes reconocen con claridad el atractivo, la participación local y el potencial económico, pero valoran con menor intensidad los mecanismos que facilitan el recorrido, la gestión ambiental y, especialmente, la visibilidad digital. Esta diferencia confirma que el problema principal no es la falta de recursos turísticos, sino la necesidad de convertirlos en una experiencia estructurada, segura, informada y comercializable de manera responsable.

En términos de evolución, el estudio constituye una línea base transversal y no una serie temporal; por ello, no es metodológicamente posible afirmar que una dimensión haya mejorado o empeorado con el tiempo. No obstante, los resultados permiten establecer una perspectiva de evolución futura: las dimensiones con mayor aceptación pueden mantenerse como fortalezas, mientras que promoción digital, señalización, manejo ambiental y seguridad deben convertirse en indicadores de seguimiento. Una nueva medición posterior a la implementación de los lineamientos permitiría comparar estos valores con la línea base de 2026 y determinar avances reales.

La distribución por sexo y edad contextualiza la muestra, pero no se utilizan esas variables para afirmar diferencias entre grupos, ya que la contrastación disponible se construyó con las frecuencias agregadas de cada ítem y el muestreo fue por conveniencia. En consecuencia, el análisis evita atribuir comportamientos específicos a hombres, mujeres o grupos etarios sin una matriz individual de cruces que lo sustente.

Discusión de resultados según los objetivos específicos

En relación con el primer objetivo específico, el diagnóstico confirma que Pondoá posee recursos naturales, culturales y comunitarios con alta valoración por parte de los visitantes. El 90,91 % de respuestas favorables sobre el atractivo territorial constituye la mayor fortaleza del estudio y coincide con Haid y Albrecht (2021) y Moya et al. (2024), quienes señalan que el valor de un producto sostenible depende de transformar los recursos existentes en una experiencia organizada y coherente. El hallazgo permite concluir que la prioridad no es crear nuevos atractivos, sino mejorar la forma en que se articulan los recursos, los servicios y la identidad comunitaria.

Respecto al segundo objetivo específico, la comparación entre dimensiones muestra una percepción favorable en participación comunitaria (81,82 %) y beneficios económicos (86,23 %), junto con resultados más moderados en manejo ambiental (62,60 %), seguridad (66,23 %) y señalización (53,25 %). La promoción digital alcanza solo 43,12 % de respuestas favorables y se convierte en la principal brecha.

En función del tercer objetivo específico, los resultados justifican estrategias diferenciadas: conservar y potenciar la participación comunitaria y el valor territorial, mientras se intervienen de manera prioritaria la promoción digital, la señalización, el manejo ambiental y la seguridad. García Reinoso (2024) y Mora Forero et al. (2025) destacan que la comercialización de productos turísticos sostenibles necesita información clara, confianza, organización interna y coherencia con la capacidad operativa del destino. Por ello, los lineamientos propuestos se derivan directamente de las dimensiones con menor consolidación

y aprovechan, al mismo tiempo, las fortalezas identificadas en la aceptación del producto comunitario. Esta lectura es coherente con los enfoques multidimensionales de sostenibilidad que recomiendan evaluar de manera conjunta factores sociales, ambientales, económicos, tecnológicos y de gobernanza (Diéguez-Castrillón et al., 2022; Mendoza et al., 2021).

Contrastación de la hipótesis

La contrastación se centró en las tres dimensiones directamente vinculadas con la hipótesis. En la dimensión social, 315 de 385 visitantes (81,82 %) valoraron favorablemente la participación comunitaria y la media Likert fue 4,18. En la dimensión ambiental, 241 visitantes (62,60 %) evaluaron favorablemente el manejo ambiental y de residuos, con una media de 3,72. En la dimensión económica, 332 participantes (86,23 %) reconocieron favorablemente el potencial de generación de beneficios locales, con una media de 4,31. En los tres casos, la proporción favorable supera el criterio descriptivo del 50 % y la media se ubica por encima del punto neutral de la escala.

La comparación evidencia que la dimensión económica presenta la valoración más alta, seguida de la dimensión social, mientras que la dimensión ambiental muestra una aceptación más moderada. Esta diferencia permite identificar una tendencia: Pondoá cuenta con un fuerte reconocimiento del potencial comunitario y económico, pero requiere fortalecer las prácticas ambientales para alcanzar un desempeño más equilibrado. De manera complementaria, el 89,09 % de los visitantes considera que la aplicación de lineamientos de mejora fortalecería la gestión sostenible del producto, lo que aporta una perspectiva favorable para la intervención propuesta.

En consecuencia, los resultados respaldan descriptivamente la hipótesis de investigación dentro de la muestra analizada. La gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá presenta una tendencia favorable en las dimensiones social, ambiental y económica; sin embargo, este resultado no constituye una demostración causal ni una generalización estadística, debido al diseño no experimental y transversal y al muestreo por conveniencia. La

contrastación establece una línea base que podrá compararse con futuras mediciones después de implementar los lineamientos propuestos.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Título de la propuesta

La propuesta se denomina Lineamientos estratégicos para el fortalecimiento de la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá, cantón Baños de Agua Santa. Su construcción responde al diagnóstico obtenido en el Capítulo III, donde los visitantes reconocieron el potencial natural, cultural y comunitario del territorio, pero también evidenciaron debilidades relacionadas con señalización, manejo ambiental, seguridad, organización del servicio y promoción digital. Por ello, la propuesta no plantea una intervención aislada, sino una ruta de trabajo gradual que ordena el producto turístico desde la comunidad, mejora la experiencia del visitante y protege los recursos que hacen posible la actividad turística (Moya et al., 2024).

El sentido de la propuesta es convertir el potencial de Pondoá en una experiencia comunitaria estructurada y responsable. En turismo sostenible, el producto no nace únicamente de la existencia de atractivos, sino de la articulación entre recursos, servicios, interpretación, acceso, seguridad, relato territorial, beneficios locales y mecanismos de control de impactos (Haid & Albrecht, 2021).

Fundamentación de la propuesta

La fundamentación de la propuesta parte de una idea central: la sostenibilidad turística no puede depender solo de la buena intención de los actores locales, sino de decisiones organizadas, medibles y sostenidas en el tiempo (Barros Pinto, 2021). En Pondoá existe una base favorable porque los visitantes identifican recursos naturales y culturales atractivos, reconocen la participación comunitaria y manifiestan disposición para recomendar experiencias de turismo comunitario. Sin embargo, esa valoración positiva debe acompañarse de acciones

concretas que eviten la improvisación y permitan pasar de un potencial turístico a un producto comunitario técnicamente gestionado (Freire Chávez, 2022).

Los resultados del diagnóstico demuestran que las dimensiones más sensibles se ubican en la promoción digital, la señalización, el manejo ambiental y la seguridad del visitante. Estas dimensiones no son secundarias, porque influyen directamente en la forma en que el visitante planifica, llega, recorre, comprende y evalúa la experiencia (Mora Forero et al., 2025). Cuando un producto comunitario no comunica con claridad qué ofrece, cuánto dura, qué servicios incluye, cuál es su precio o qué normas deben respetarse, se reduce su capacidad de competir de manera responsable en el mercado turístico (García Reinoso, 2024).

Sin embargo, desde la dimensión ambiental se vincula con el manejo de residuos, el cuidado de senderos, la educación del visitante y la prevención de impactos (Sharpley, 2023). La dimensión económica exige estructurar servicios, precios, canales de reserva y beneficios para los actores de la comunidad (Ministerio de Turismo, 2022).

Justificación de la propuesta

La propuesta se justifica porque el diagnóstico evidencia una oportunidad real para fortalecer Pondoá como producto turístico comunitario sostenible. El alto nivel de aceptación del territorio como espacio con recursos naturales y culturales demuestra que existe una base de interés por parte del visitante (Moya et al., 2024). No obstante, ese interés puede debilitarse si la experiencia no cuenta con información suficiente, rutas claras, normas ambientales, protocolos de atención y mecanismos de seguimiento (Haid & Albrecht, 2021).

En el plano social, la propuesta contribuye a ordenar la participación de guías, familias, emprendimientos de alimentación, servicios complementarios y actores comunitarios (Guan et al., 2025). Esto resulta importante porque el turismo comunitario solo genera valor cuando la población local conserva capacidad de decisión y obtiene beneficios visibles. Una estructura

organizativa clara puede evitar conflictos internos, duplicidad de funciones y pérdida de continuidad (Barros Pinto, 2021).

En el plano ambiental, la propuesta responde a la necesidad de reducir impactos sobre espacios naturales y rutas de visita (Fárez & García, 2023). La experiencia turística en Pondoá depende de la conservación del paisaje, la limpieza, la tranquilidad del entorno y la percepción de cuidado. Por esa razón, el manejo de residuos, la señalización preventiva, la interpretación ambiental y el control de comportamiento del visitante deben asumirse como componentes del producto y no como acciones posteriores (Flórez et al., 2025).

La propuesta es pertinente porque ofrece lineamientos para comercializar Pondoá de manera responsable, la promoción digital y la estructuración de paquetes comunitarios pueden mejorar la visibilidad del producto, pero deben desarrollarse con prudencia, sin sobreexponer el territorio ni generar expectativas que la comunidad no pueda cumplir (García Reinoso, 2024). Por ello, se propone una comercialización gradual, con información transparente, contacto verificable, criterios de capacidad operativa y énfasis en el beneficio local. Esta orientación permite que la mejora económica se vincule con calidad, identidad y sostenibilidad (Mora Forero et al., 2025).

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Identificar las estrategias de gestión sostenible para fortalecer el producto turístico comunitario Pondoá, integrando acciones sociales y de promoción que mejoren la experiencia del visitante, la participación local y la conservación del territorio durante el año 2026.

Objetivos específicos

Detallar los componentes del producto turístico comunitario mediante una estructura de gestión participativa.

Fortalecer la promoción digital y la comercialización responsable del producto.

Proponer indicadores de seguimiento que permitan evaluar la aplicación de los lineamientos en el corto y mediano plazo.

Estructura de la propuesta

La propuesta se estructura en cinco componentes integrados. El primero corresponde a la gobernanza comunitaria, orientada a organizar actores, roles, acuerdos y mecanismos básicos de coordinación. El segundo se refiere al diseño de la experiencia turística, donde se ordenan rutas, tiempos, servicios, relato territorial y atención al visitante. El tercero aborda el manejo ambiental, con acciones de residuos, señalización preventiva, educación y cuidado de senderos. El cuarto se enfoca en calidad, seguridad y orientación, debido a que la confianza del visitante depende de protocolos claros y comunicación oportuna. El quinto componente se relaciona con promoción digital y comercialización responsable, aspecto identificado como una de las principales debilidades del diagnóstico (Mora Forero et al., 2025).

La relación entre los componentes es secuencial y complementaria. La gobernanza permite organizar a los actores; esa organización facilita diseñar una experiencia coherente; la experiencia requiere condiciones ambientales y de seguridad; y, una vez que el producto cuenta con mínimos operativos, puede comunicarse mediante promoción responsable (Sharpley, 2023). Por ello, la propuesta no recomienda iniciar únicamente con publicidad digital, ya que promocionar sin organización previa puede aumentar la presión sobre el territorio y afectar la percepción de calidad. El fortalecimiento debe avanzar desde adentro hacia afuera, primero consolidando la base comunitaria y luego ampliando la visibilidad del producto (García Reinoso, 2024).

Desarrollo de los lineamientos estratégicos

Lineamiento 1: Gobernanza comunitaria y articulación de actores

El primer lineamiento propone crear una mesa de gestión comunitaria del producto turístico Pondoá. Esta mesa puede integrarse por representantes comunitarios, guías locales, prestadores de servicios, emprendimientos familiares, actores institucionales y delegados de

apoyo técnico. Su función principal sería coordinar decisiones relacionadas con operación, horarios, tarifas referenciales, normas de visita, mantenimiento de rutas, distribución de tareas y registro de incidencias. La gobernanza es necesaria porque el turismo comunitario se debilita cuando depende de esfuerzos individuales o de acciones no coordinadas (Sharpley, 2023).

La mesa de gestión no debe funcionar como una estructura burocrática, sino como un espacio simple y práctico de coordinación mensual. En cada reunión se pueden revisar problemas de atención, comentarios de visitantes, necesidades de limpieza, mantenimiento de señalética, actividades promocionales y cumplimiento de acuerdos. Además, se recomienda llevar un acta breve de cada reunión, con responsables y fechas de seguimiento. Esta práctica ayuda a convertir la participación comunitaria en una gestión verificable y evita que las decisiones queden únicamente en conversaciones informales (Barros Pinto, 2021; Freire Chávez, 2022).

Lineamiento 2: Diseño de una experiencia turística comunitaria integral

El segundo lineamiento plantea estructurar la experiencia turística Pondoá como un recorrido comunitario de baja escala, con información previa, bienvenida, caminata interpretativa, contacto con actores locales, momento gastronómico opcional, normas ambientales y cierre con retroalimentación del visitante. Esta estructura permite que el atractivo natural se convierta en una experiencia completa y no solo en una visita espontánea. El diseño del producto debe considerar duración, nivel de dificultad, servicios incluidos, recomendaciones de ropa, puntos de descanso, riesgos, precio referencial y canales de reserva (Haid & Albrecht, 2021; Moya et al., 2024).

El relato territorial será un elemento diferenciador. Pondoá no debe presentarse únicamente como un lugar cercano a Baños de Agua Santa, sino como una comunidad con identidad, paisaje, memoria local y posibilidades de aprendizaje ambiental. La interpretación puede incluir información sobre el territorio, prácticas comunitarias, relación con la naturaleza,

especies representativas, formas de vida local y recomendaciones de comportamiento responsable. Esta narrativa permite que el visitante comprenda el valor del lugar y se vincule con la experiencia desde el respeto, no solo desde el consumo turístico (Diéguez-Castrillón et al., 2022).

Lineamiento 3: Manejo ambiental y educación del visitante

El tercer lineamiento responde a una de las dimensiones con valoración moderada en el diagnóstico: el manejo ambiental y de residuos (Fárez & García, 2023). Para fortalecer esta dimensión se propone implementar normas de visita visibles, puntos de información ambiental, mensajes breves durante la bienvenida, control de residuos generados por visitantes y mantenimiento periódico de senderos. La sostenibilidad ambiental debe ser entendida como parte del producto turístico, porque la experiencia en Pondoá depende directamente de la calidad del paisaje y del cuidado de los recursos naturales (Flórez et al., 2025).

La educación del visitante debe plantearse con mensajes simples, amables y firmes. No se trata de saturar el recorrido con prohibiciones, sino de explicar por qué ciertas conductas son necesarias: no dejar basura, no salir de los senderos, evitar ruido excesivo, respetar espacios comunitarios, no extraer plantas y seguir las indicaciones del guía. Estas normas permiten proteger el entorno y también mejoran la convivencia entre visitantes y comunidad. La gestión ambiental preventiva resulta más efectiva que corregir daños cuando el deterioro ya es visible (López-Samaniego et al., 2025).

Lineamiento 4: Señalización, seguridad y calidad de atención

El cuarto lineamiento integra señalización, orientación y seguridad, debido a que estas dimensiones afectan directamente la confianza del visitante. El diagnóstico mostró una valoración moderada en señalización e información turística, por lo que se propone instalar señales básicas de ubicación, inicio de ruta, puntos de descanso, normas, precauciones y

contactos de emergencia. La señalización no solo guía físicamente, también comunica orden, cuidado y responsabilidad por parte del producto turístico (Mendoza et al., 2021).

La seguridad del visitante debe fortalecerse mediante protocolos sencillos y aplicables. Se recomienda que cada recorrido cuente con registro de participantes, identificación de condiciones climáticas, botiquín básico, contacto de emergencia, criterios para suspender la actividad y comunicación clara sobre el nivel de dificultad. Estas medidas no eliminan todos los riesgos, pero reducen la improvisación y fortalecen la reputación del producto. En destinos de naturaleza, la seguridad también forma parte de la calidad del servicio (Fárez & García, 2023).

Lineamiento 5: Promoción digital y comercialización responsable

El quinto lineamiento responde a la dimensión más débil del diagnóstico: la promoción digital de Pondoá. Los visitantes no solo necesitan que exista un atractivo, sino información clara para decidir si lo visitan, cómo llegan, qué incluye la experiencia y cómo pueden reservar. Por ello, se propone construir una comunicación digital sencilla, honesta y visualmente coherente, usando canales accesibles como redes sociales, ficha de Google, WhatsApp de reservas y alianzas con operadores locales responsables (Mora Forero et al., 2025).

La promoción debe evitar la sobreexposición del territorio. Comunicar más no significa atraer visitantes sin límites, sino atraer el perfil adecuado: personas interesadas en naturaleza, cultura local, respeto ambiental y experiencias de baja escala. Por esta razón, cada publicación debe incluir normas básicas, capacidad sugerida, horarios, recomendaciones y beneficios para la comunidad. La comercialización responsable permite generar ingresos sin convertir el producto en una actividad masiva o desordenada (García Reinoso, 2024).

Plan de implementación de la propuesta

La implementación se plantea en tres fases progresivas. La primera fase corresponde a organización interna y preparación del producto, con una duración estimada de uno a dos meses. En esta etapa se conforma la mesa de gestión, se definen roles, se revisa la ruta, se construye la

ficha de experiencia y se preparan normas básicas de visita. La segunda fase corresponde a mejora operativa, durante tres meses, con acciones de señalización, inducción ambiental, protocolo de seguridad, registro de visitantes y capacitación corta a guías o anfitriones. La tercera fase corresponde a promoción responsable y seguimiento, con duración permanente, donde se activan canales digitales, alianzas y evaluación de satisfacción (Mendoza et al., 2021).

Tabla 14

Cronograma general de implementación

Fase	Periodo	Actividades principales	Resultado esperado
	sugerido		
		Mesa de gestión, roles,	Producto comunitario
Fase 1.	Mes 1 y 2	acuerdos, ficha del producto, ruta inicial y normas de visita.	definido en estructura básica.
Organización			Experiencia turística más ordenada, segura y responsable.
Fase 2.	Mes 3 al 5	Señalización, protocolo de seguridad, inducción ambiental, registro de visitantes y mantenimiento de senderos.	
Operación			
Fase 3.	Desde mes 6	Canales digitales, calendario de contenidos, reservas, encuestas de satisfacción y revisión de indicadores.	Producto visible, evaluado y ajustado
Promoción y seguimiento			periódicamente.

Nota. El cronograma puede adaptarse según disponibilidad comunitaria, recursos

institucionales y temporada turística.

El plan de implementación evita proponer acciones de alto costo que puedan dificultar su aplicación. Se priorizan medidas viables, de bajo o mediano costo, que pueden gestionarse mediante trabajo comunitario, apoyo del GAD, cooperación con instituciones de turismo, universidades o emprendimientos locales. La sostenibilidad de la propuesta dependerá menos de grandes inversiones iniciales y más de la constancia en la organización, el seguimiento de indicadores y el compromiso de los actores locales (Ministerio de Turismo, 2022; Sharpley, 2023).

CAPÍTULO V: VALIDACIÓN

Validación de la propuesta a partir de la discusión teórica y los resultados obtenidos

Los resultados del diagnóstico evidenciaron que Pondoá posee una percepción favorable como territorio con recursos naturales y culturales atractivos para el desarrollo del turismo comunitario. Esta valoración coincide con Moya et al. (2024), quienes sostienen que Baños de Agua Santa cuenta con una oferta turística alternativa vinculada al paisaje, la naturaleza y las experiencias locales. Sin embargo, el hallazgo también demuestra que el atractivo por sí solo no garantiza sostenibilidad, porque un producto turístico necesita organización, servicios, interpretación, seguridad y mecanismos de manejo. En este sentido, Haid y Albrecht (2021) permiten validar la propuesta, ya que plantean que el producto turístico sostenible debe diseñarse desde una visión integral y no limitarse a la existencia de recursos.

Desde esta mirada, el alto porcentaje de visitantes que reconoce el potencial natural y cultural confirma que la comunidad cuenta con una base importante para posicionarse como producto turístico; no obstante, esa oportunidad debe ser acompañada por acciones concretas que permitan convertir la visita en una experiencia clara, segura y responsable. Por ello, la propuesta se valida al responder a una necesidad real: pasar del potencial turístico a una estructura organizada de producto comunitario.

Discusión sobre la participación comunitaria y la gobernanza local

Uno de los resultados más importantes del Capítulo III fue la valoración positiva de la participación comunitaria dentro de la experiencia turística y este aspecto resulta fundamental, porque el turismo comunitario no debe entenderse únicamente como una actividad desarrollada en una comunidad, sino como una práctica donde la población local participa, decide, gestiona y recibe beneficios. Barros Pinto (2021) afirma que el turismo sostenible adquiere sentido cuando la comunidad conserva protagonismo y cuando los beneficios no se concentran fuera del territorio.

A partir de este resultado, el lineamiento relacionado con la gobernanza comunitaria se valida porque responde directamente a la necesidad de organizar actores, definir roles y establecer acuerdos internos. La participación visible de la comunidad es una fortaleza, pero todavía requiere estructura para no depender de esfuerzos aislados. Sharpley (2023) sostiene que la gobernanza turística es clave para evitar una gestión fragmentada y para lograr que los actores locales, públicos y privados trabajen bajo objetivos comunes. En Pondoá, esta idea se confirma porque los visitantes reconocen la presencia comunitaria, pero la sostenibilidad exige que esa presencia se traduzca en responsabilidades, registros, normas y mecanismos de coordinación.

De esta manera, la propuesta no se limita a recomendar mayor participación, sino que plantea una forma práctica de organizarla mediante una mesa de gestión comunitaria. Este componente es válido porque permite transformar la participación en una herramienta de toma de decisiones, seguimiento y corresponsabilidad. Además, coincide con Freire Chávez (2022), quien reconoce la importancia de diagnosticar dimensiones sociales, económicas y ambientales en Pondoá para orientar acciones de mejora territorial.

Discusión sobre manejo ambiental, residuos y sostenibilidad del territorio

Los resultados del Capítulo III mostraron que el manejo ambiental y de residuos recibió una valoración moderada, con presencia importante de respuestas neutrales y desfavorables.

Este dato es relevante porque demuestra que, aunque Pondoá posee atractivos naturales, los visitantes no perciben con la misma fuerza una gestión ambiental completamente consolidada. Esta situación coincide con Fárez y García (2023), quienes advierten que en destinos de naturaleza la presión turística puede generar deterioro ambiental, saturación y afectación de la experiencia si no existen medidas de manejo adecuadas.

La propuesta se valida en este punto porque incorpora un lineamiento específico de manejo ambiental y educación del visitante. Flórez et al. (2025) señalan que las prácticas sostenibles en espacios naturales requieren acciones concretas, como control de residuos, cuidado de senderos, orientación al visitante y prevención de impactos. Por tanto, las normas de visita, la inducción ambiental, el mantenimiento de rutas y los mensajes educativos propuestos para Pondoá responden directamente a una debilidad diagnosticada.

Asimismo, López-Samaniego et al. (2025) permiten reforzar esta validación al indicar que la sostenibilidad ambiental no puede quedar solo en discursos generales de conservación, sino que debe traducirse en protocolos aplicables durante la experiencia turística. En Pondoá, esto significa explicar al visitante por qué debe cuidar los senderos, evitar la basura, respetar los espacios comunitarios y seguir las indicaciones del guía. Así, el manejo ambiental deja de ser una acción complementaria y se convierte en parte del producto turístico.

Discusión sobre señalización, orientación y seguridad del visitante

La señalización e información turística fue una de las dimensiones con menor consolidación en el diagnóstico. Aunque existieron respuestas favorables, también se observó un porcentaje considerable de visitantes neutrales y en desacuerdo. Este resultado muestra que el visitante puede reconocer el atractivo del destino, pero al mismo tiempo sentir que necesita mayor orientación para recorrerlo con confianza. Desde esta perspectiva, la propuesta se valida porque incluye acciones específicas de señalización, puntos de orientación, normas visibles y contactos de emergencia.

Mendoza et al. (2021) sostienen que los indicadores de sostenibilidad turística permiten identificar áreas que requieren intervención y seguimiento. En este caso, la señalización funciona como un indicador práctico de calidad, organización y seguridad. Cuando un visitante encuentra rutas claras, información básica, advertencias y orientación, percibe que el producto está mejor gestionado. Por el contrario, cuando la señalización es insuficiente, la experiencia puede sentirse improvisada, aunque el entorno sea atractivo.

La seguridad también presentó una valoración favorable, pero con necesidad de fortalecimiento. Este resultado permite validar la propuesta de protocolos básicos, registro de visitantes, botiquín, revisión de condiciones climáticas y comunicación del nivel de dificultad del recorrido. Haid y Albrecht (2021) explican que la calidad de un producto turístico sostenible depende de la organización de todos sus componentes, incluyendo aquellos que no siempre son visibles, como la prevención de riesgos. En Pondoá, la seguridad debe ser entendida como una forma de cuidado hacia el visitante y hacia la propia reputación del producto comunitario.

Discusión sobre promoción digital y comercialización responsable

La promoción digital fue la dimensión más débil del diagnóstico, ya que este resultado confirma que Pondoá no carece de atractivo, sino de una comunicación más clara, ordenada y accesible para los visitantes. En la actualidad, un producto turístico comunitario necesita informar qué ofrece, cómo llegar, cuánto dura la experiencia, qué servicios incluye, qué normas deben respetarse y cómo se puede reservar. Mora Forero et al. (2025) sostienen que el marketing en turismo comunitario debe comunicar valor, autenticidad, confianza y beneficios locales, sin convertir la sostenibilidad en un simple recurso publicitario.

La propuesta se valida porque responde directamente a esta debilidad mediante un lineamiento de promoción digital y comercialización responsable. No se propone una promoción masiva ni descontrolada, sino una comunicación gradual, honesta y coherente con la capacidad operativa de la comunidad. Esta postura coincide con García Reinoso (2024), quien

señala que los emprendimientos turísticos sostenibles necesitan innovar en sus modelos de negocio sin perder su identidad territorial ni comprometer sus recursos.

En Pondoá, fortalecer la promoción digital no significa atraer visitantes sin límite, sino llegar al público adecuado: personas interesadas en naturaleza, cultura local, respeto ambiental y experiencias comunitarias de baja escala. Por eso, la propuesta resulta pertinente al plantear canales sencillos como redes sociales, ficha de *Google*, *WhatsApp* de reservas, calendario de contenidos y alianzas responsables. Esta validación demuestra que la comercialización puede convertirse en una herramienta de sostenibilidad cuando se articula con organización interna, seguridad, manejo ambiental y participación comunitaria.

Discusión sobre beneficios económicos y aceptación del producto turístico comunitario

Los resultados mostraron una alta valoración respecto a la posibilidad de que el turismo comunitario en Pondoá genere beneficios económicos para la población local. También se evidenció una disposición favorable de los visitantes para participar o recomendar una experiencia turística comunitaria en el territorio. Estos hallazgos son importantes porque demuestran que existe aceptación social del producto y una oportunidad real para dinamizar la economía local.

El Ministerio de Turismo (2022) plantea que el turismo sostenible en Ecuador debe contribuir a la diversificación económica, inclusión territorial y fortalecimiento de las comunidades. Desde esta perspectiva, la propuesta se valida porque busca que los beneficios no dependan únicamente del aumento de visitantes, sino de una mejor organización de servicios, precios, reservas, roles comunitarios y actividades complementarias. Esto permite que guías, familias, emprendimientos de alimentación y otros actores locales puedan integrarse de manera más ordenada a la cadena turística.

Sin embargo, el beneficio económico no debe analizarse de forma aislada. Sharpley (2023) advierte que la sostenibilidad requiere gobernanza y equilibrio entre intereses

económicos, sociales y ambientales. Por ello, la propuesta evita presentar el crecimiento turístico como único objetivo.

Alcance de la validación

La validación realizada permite establecer que la propuesta responde a las necesidades diagnosticadas y se encuentra respaldada por criterios teóricos actuales. En este sentido, la propuesta queda validada como una herramienta inicial de fortalecimiento territorial. Su mayor aporte consiste en ordenar la gestión del producto turístico comunitario Pondoá desde una perspectiva social, ambiental y económica. Además, permite que las decisiones futuras no se tomen únicamente desde percepciones generales, sino desde resultados concretos obtenidos en la encuesta aplicada a los visitantes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Los resultados muestran que Pondoá posee una base turística sólida, sustentada en la valoración de sus recursos naturales y culturales son 90,91%, la participación comunitaria con 81,82%, el potencial de beneficios económicos con un 86,23% y la disposición a participar o recomendar la experiencia con un 83,38%. No obstante, la comparación entre dimensiones evidencia una brecha entre ese potencial y la capacidad operativa del producto, principalmente en promoción digital (43,12 %), señalización e información (53,25 %), manejo ambiental (62,60 %) y seguridad y orientación (66,23 %).

En relación con el primer y segundo objetivos específicos, se concluye que el territorio dispone de atributos suficientes para sostener una propuesta turística comunitaria diferenciada, pero necesita una organización más consistente de los servicios. La tendencia general es favorable en las dimensiones social y económica y más moderada en las dimensiones operativas y ambientales; por ello, la sostenibilidad debe abordarse de forma multidimensional, articulando recursos, interpretación territorial, señalización, seguridad, manejo ambiental, información y participación comunitaria.

Respecto al tercer objetivo específico, los lineamientos propuestos responden directamente a las brechas identificadas y articulan gobernanza comunitaria, diseño de la experiencia, manejo ambiental, seguridad, señalización y promoción digital. El 89,09 % de los visitantes considera que su aplicación fortalecería la gestión sostenible, lo que respalda su pertinencia como ruta inicial de intervención, seguimiento y mejora continua del producto turístico comunitario Pondoá.

La hipótesis de investigación queda respaldada descriptivamente dentro de la muestra analizada: las respuestas favorables alcanzaron 81,82% en participación comunitaria, 62,60% en manejo ambiental y 86,23% en beneficios económicos, y las medias de las tres dimensiones se ubicaron por encima del punto neutral de la escala. En consecuencia, los resultados son coherentes con H1 y no aportan evidencia descriptiva a favor de H0. Por el diseño transversal y el muestreo por conveniencia, esta conclusión no demuestra causalidad ni permite generalización poblacional, pero sí establece una línea base útil para futuras evaluaciones.

Recomendaciones

Se recomienda fortalecer la organización comunitaria mediante una mesa de gestión turística que reúna a representantes locales, guías, emprendimientos, prestadores de servicios y actores institucionales.

Se recomienda mejorar la señalización e información turística de Pondoá, incorporando letreros básicos de ubicación, inicio de ruta, normas de comportamiento, puntos de descanso, recomendaciones de seguridad y contactos de emergencia.

Se recomienda implementar acciones permanentes de manejo ambiental, especialmente en el control de residuos, cuidado de senderos y educación del visitante. Antes de iniciar cada recorrido, se debe brindar una breve explicación sobre las normas ambientales, el respeto a los espacios comunitarios y la importancia de no afectar el paisaje.

Se recomienda mejorar la promoción digital de Pondoá mediante canales oficiales y

actualizados, como redes sociales, ficha de *Google*, *WhatsApp* de reservas y material visual sencillo. La información publicada debe indicar con claridad qué ofrece la experiencia, duración, servicios incluidos, recomendaciones, normas de visita, precios referenciales y formas de contacto.

Se recomienda aplicar indicadores de seguimiento para evaluar periódicamente la gestión del producto turístico comunitario. Estos indicadores pueden incluir número de visitantes, nivel de satisfacción, cantidad de recorridos con inducción ambiental, participación de actores locales, consultas por redes sociales, reservas registradas, incidentes reportados y estado de los senderos.

Referencias bibliográficas

- Awais-E-Yazdan, M., Popescu, V., Birau, R., & Bărbăcioru, I. C. (2025). Enhancing tourist's perceived safety and their behavioral intention in Thailand: A pathway to sustainable tourism and sustainable economic growth. *Sustainability*, 17(10), Article 4297.
<https://doi.org/10.3390/su17104297>
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
- Barros Pinto, F. A. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1), e2414.
<https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>
- Becken, S., & Coghlan, A. (2024). Knowledge alone won't "fix it": Building regenerative literacy. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 385–401.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2150860>

Bellato, L., Frantzeskaki, N., Lee, E., Cheer, J. M., & Peters, A. (2024). Transformative epistemologies for regenerative tourism: Towards a decolonial paradigm in science and practice? *Journal of Sustainable Tourism*, 32(6), 1161–1181.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2208310>

Confetto, M. G., Conte, F., Palazzo, M., & Siano, A. (2023). Digital destination branding: A framework to define and assess European DMOs practices. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30, Article 100804.

<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100804>

Dwyer, L. (2022). Destination competitiveness and resident well-being. *Tourism Management Perspectives*, 43, Article 100996. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100996>

Diéguez-Castrillón, M. I., Gueimonde-Canto, A., & Rodríguez-López, N. (2022). Sustainability indicators for tourism destinations: Bibliometric analysis and proposed research agenda. *Environment. Development and Sustainability*, 24(10), 11548-11575.

<https://doi.org/10.1007/s10668-021-01951-7>

Fárez Coronel, B. E., & García Guevara, J. P. (2023). Consecuencias que provoca la saturación turística de visitantes en destinos de naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales.

Caso de estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador. Trabajo de titulación, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca.

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/42859>

Freire Chávez, C. M. (2022). Evaluación de la sostenibilidad turística en el Centro de Turismo Comunitario Pondoá, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital UCE.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/>

Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Palomo Martinez, J., Kantanbacher, J., & Miller, G.

- (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608–1630.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>
- Flórez, M., Pacheco, E. T., Carrillo, E., Villa, M., Mendes, F. M., & Rivera, M. (2025). Sustainable tourism practices and challenges in the Santurbán Moorland, a natural reserve in Colombia. *Urban Science*, 9(6), Article 188.
<https://doi.org/10.3390/urbansci9060188>
- García 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, e1855. <https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>
- Garau-Vadell, J. B., Orfila-Sintes, F., & Rejón-Guardia, F. (2023). Residents' willingness to become peer-to-peer tourism experience providers in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 27, Article 100745.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100745>
- Guan, J., Zhu, D., Cheng, S., & Li, Q. (2025). "It is my place": Residents' community-based psychological ownership and its impact on rural tourism participation. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(7), 1303–1329.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2346779>
- Guizzardi, A., Stacchini, A., & Costa, M. (2022). Can sustainability drive tourism development in small rural areas? Evidences from the Adriatic. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1280–1300. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931256>
- Han, S., Olya, H., Kim, M. J., & Kim, T. (2024). Generative-based community sustainable tourism development: From conceptualization to practical framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 61, 34–44.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.009>
- Haid, M., & Albrecht, J. N. (2021). Sustainable tourism product development: An application of

product design concepts. *Sustainability*, 13(14), Article 7957.

<https://doi.org/10.3390/su13147957>

Hernández Sampieri R, Fernández Collado C., Baptista Lucio M. (2014) *Metodología de la investigación*. Universidad Surcolombiana.

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Huruta, A. D., Riani, A. L., Istiqomah, N., & Prasetyaningrum, A. (2024). Sustainability and community-based tourism nexus. *Cogent Social Sciences*, 10(1), Article 2421418.

<https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2421418>

Khizar, H. M. U., Younas, A., Kumar, S., Akbar, A., & Poulouva, P. (2023). The progression of sustainable development goals in tourism: A systematic literature review of past achievements and future promises. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), Article 100442. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100442>

Krittayaruangroj, K., Suriyankietkaew, S., & Hallinger, P. (2023). Research on sustainability in community-based tourism: A bibliometric review and future directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(9), 1031–1051.

<https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2276477>

Liburd, J., Duedahl, E., & Heape, C. (2022). Co-designing tourism for sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2298–2317.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1839473>

Mendoza, I., Rivera, M., & Vera, J. (2021). El uso de indicadores multidimensionales de sostenibilidad turística: Una aplicación para la gestión de espacios naturales protegidos en la provincia de Manabí (Ecuador). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 17(1), 47-60. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100047>

Miller, G., & Torres-Delgado, A. (2023). Measuring sustainable tourism: A state of the art review of sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1483–

1496. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2213859>

Ministerio de Turismo. (2022). *Plan sectorial de turismo sostenible del Ecuador*. Ministerio de Turismo del Ecuador.

<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2022/10/ACUERDO-MINISTERIALNo.-2022-021-EXPEDIR-EL-PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-2021-%E2%80%932025.pdf>

Molin, L. U. (2025). Advancing visitor management research in protected areas: A sensory ethnographic approach. *Journal of Sustainable Tourism*.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2558942>

Mora Forero, J. A., Llano, F. A., & Nieto, A. (2025). Marketing in community-based tourism: A bibliometric review and future research directions. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 13(1), 257-278.

https://doi.org/10.14246/irspsd.13.1_257

Moya, M., Ocaña, A., Hidalgo, S., & Martínez, J. P. (2024). Caracterización de la oferta de los atractivos turísticos alternativos: Caso Baños de Agua Santa, Ecuador. *Ciencia UNEMI*, 17(46), 39-53. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol17iss46.2024pp39-53p>

Monje Álvarez C. (2011) *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guiadidactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Nigg, J. J., & Eichelberger, S. (2021). Sustainable product development for accessible tourism: Case studies demonstrating the need for stakeholder collaboration. *Sustainability*, 13(20), Article 11142. <https://doi.org/10.3390/su132011142>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.

<https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pham, K., Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2025). Stakeholders' involvement in an evidencebased sustainable tourism plan. *Journal of Sustainable Tourism*.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2259117>

Reindrawati, D. Y. (2023). Challenges of community participation in tourism planning in developing countries. *Cogent Social Sciences*, 9(1), Article 2164240.

<https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2164240>

Sharpley, R. (2023). Sustainable tourism governance: Local or global? *Tourism Recreation Research*, 48(5), 809-812. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2040295>

Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>

Tyagi, S. (2024). Impact of tourism sustainability on regional development: A systematic literature review. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(3), 290–309. <https://doi.org/10.1080/19407963.2024.2316733>

Velasco-Muñoz, J. F., López-Felices, B., Román-Sánchez, I. M., & Hernández-Rojas, R. D. (2025). Implementation of the theoretical framework of the circular economy in the tourismsector. *Current Issues in Tourism*.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2460684>

Vongvisitsin, T. B., Huang, W. J., & King, B. (2024). Urban community-based tourism development: A networked social capital model. *Annals of Tourism Research*, 106,

Article 103759. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103759>

Xu, A., Wang, C., Tang, D., & Ye, W. (2022). Tourism circular economy: Identification and measurement of tourism industry ecologization. *Ecological Indicators*, 144, Article 109476. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2022.109476>

ANEXOS

Anexo A. Preguntas de la encuesta 58

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PONDOA

Instrucción: marque con una X la opción que mejor represente su opinión.

1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-------------------------------	--------------------	---	--------------	----------------------------

DATOS GENERALES

Sexo:	Edad:	Procedencia:
☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46 o más	☐ Baños ☐ Otra ciudad Ecuador ☐ Extranjero

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

N.º	Afirmaciones					
1	Pondoa cuenta con recursos naturales y culturales atractivos para desarrollar turismo comunitario.					
2	Los servicios turísticos actuales de Pondoa son adecuados para recibir visitantes.					
3	La participación de la comunidad local es visible dentro de la experiencia turística.					
4	El manejo ambiental y de residuos en Pondoa es adecuado durante la visita.					
5	La señalización e información turística facilitan el recorrido del visitante.					
6	Las condiciones de seguridad y orientación al visitante son adecuadas.					
7	La promoción digital de Pondoa es suficiente para dar a conocer el producto turístico.					
8	El turismo comunitario en Pondoa puede generar beneficios económicos para la población local.					
9	Estaría dispuesto/a a participar o recomendar una experiencia turística comunitaria en Pondoa.					
10	Los lineamientos de mejora fortalecerían la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoa.					

La información será utilizada únicamente con fines académicos. Gracias por su colaboración.

Anexo B. Informe de plagio.

17/6/26, 10:48 p.m. PONDOA TESIS.docx

Informe de originalidad

NOMBRE DEL CURSO

Tesis

NOMBRE DEL ALUMNO

CINTHYA ANGELICA PEÑA AREVALO

NOMBRE DEL ARCHIVO

PONDOA TESIS.docx

SE HA CREADO EL INFORME

17 jun 2026

Resumen

Fragmentos marcados	0	0 %
Fragmentos citados o entrecomillados	0	0 %

Informe de originalidad

NOMBRE DEL CURSO

Tesis

NOMBRE DEL ALUMNO

CAROL GENESIS PIHUAVE SOLIS

NOMBRE DEL ARCHIVO

PONDOA TESIS (1).docx

SE HA CREADO EL INFORME

18 jun 2026

Resumen

Fragmentos marcados	0	0 %
Fragmentos citados o entrecomillados	0	0 %

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mgtr. Gabriela Natalia Torres Jara, en calidad de directora del Trabajo de Titulación denominado:

“Análisis de la gestión sostenible del producto turístico comunitario Pondoá en el cantón Baños de Agua Santa, Tungurahua, Ecuador”, elaborado por las maestrantes Cinthya Angelica Peña Arévalo portadora de la cedula de ciudadanía N.º 091989935-1 ; Pihuave Solís Carol Genesis portadora de la cédula de ciudadanía N.º 131096866-2, previo a la obtención del título de Magíster en Turismo con Mención en Diseño de Productos Turísticos, certifico que el presente trabajo ha sido revisado y cumple con los requisitos académicos y metodológicos establecidos por la Universidad Estatal de Milagro para su presentación y defensa.

Por lo expuesto, autorizo su presentación para los fines académicos correspondientes.



Mgtr. Gabriela Natalia Torres Jara 0603303991