

Psicología de la participación turística en comunidades amazónicas: identidad de lugar, motivación y competencias en Pablo Sexto (Ecuador)

Psychology of tourism participation in amazonian communities: place identity, motivation, and community competencies in Pablo Sexto (Ecuador)

Alexandra Valeria Villagómez Cabezas*
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba - Ecuador
alexandra.villagomez@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3856-0866>

Diego Mauricio Calvopiña Andrade
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba - Ecuador
dcalvopina@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-1003-4030>

Héctor Germán Pacheco Sanunga
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba - Ecuador
hpacheco@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-7794-2704>

Yolanda Lorena Paredes Andrade
Universidad Estatal Amazónica
Puyo - Ecuador
yparedes@uea.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9764-2779>

***Correspondencia:**
alexandra.villagomez@unach.edu.ec

Cómo citar este artículo:
Villagómez, A., Calvopiña, D., Pacheco, H., & Paredes, Y. (2026). Psicología de la participación turística en comunidades amazónicas: identidad de lugar, motivación y competencias en Pablo Sexto (Ecuador). *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 4(2), 89-101. <https://doi.org/10.61347/psa.v4i2.172>

Recibido: 1 de mayo de 2026
Aceptado: 4 de junio de 2026
Publicado: 17 de julio de 2026

Copyright: Derechos de autor 2026 Alexandra Valeria Villagómez Cabezas, Diego Mauricio Calvopiña Andrade, Héctor Germán Pacheco Sanunga, Yolanda Lorena Paredes Andrade.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo analizar los aspectos psicológicos de la participación turística en Pablo Sexto, cantón de la provincia de Morona Santiago, Ecuador, desde los constructos fundamentales de la psicología educativa: motivación, identidad de lugar, actitud y competencia. Se aplicaron dos instrumentos originales de evaluación psicológica, con escala Likert de cinco niveles, a 117 miembros de la comunidad local y a 83 estudiantes universitarios de turismo, evaluando cuatro dimensiones en cada grupo. El análisis indicó que la comunidad presenta un perfil de competencia psicológica en un nivel bajo-medio (M global = 3.00), siendo el conocimiento (M = 2.77) y la comunicación (M = 2.81) los focos críticos de intervención. En contraste, los estudiantes muestran una orientación motivacional elevada (M global = 3.59), especialmente en la motivación turística intrínseca (M = 3.81; α = 0.972). Los hallazgos se interpretan a la luz de la Teoría de la Autodeterminación, la Teoría del Comportamiento Planificado y el constructo de identidad de lugar. Se concluye que la brecha motivacional entre la comunidad y los estudiantes representa una oportunidad para el diseño de intervenciones psicoeducativas articuladas con programas de vinculación academia-comunidad.

Palabras clave: Amazonía Ecuatoriana, competencias turísticas, identidad de lugar, motivación intrínseca, psicología educativa, turismo comunitario.

Abstract: This article aims to analyze the psychological aspects of tourism participation in Pablo Sexto, a canton in the province of Morona Santiago, Ecuador, based on the core constructs of educational psychology: motivation, place identity, attitude, and competence. Two original psychological assessment instruments, using a five-point Likert scale, were applied to 117 local community members and 83 tourism university students, evaluating four dimensions in each group. The analysis indicated that the community exhibits a psychological competence profile at a low-medium level (overall M = 3.00), with knowledge (M = 2.77) and communication (M = 2.81) as the critical areas for intervention. In contrast, the students showed a high motivational orientation (overall M = 3.59), particularly in intrinsic tourism motivation (M = 3.81; α = 0.972). The findings are interpreted in light of Self-Determination Theory, the Theory of Planned Behavior, and the construct of place identity. It is concluded that the motivational gap between the community and the students represents an opportunity for designing psychoeducational interventions integrated with academia-community engagement programs.

Keywords: Community tourism, Ecuadorian Amazon, educational psychology, intrinsic motivation, place identity, tourism competencies.

1. Introducción

El turismo en destinos amazónicos emergentes no es únicamente un fenómeno económico: constituye un proceso de transformación psicosocial que involucra de manera profunda la identidad, la motivación y las actitudes de las comunidades anfitrionas (Buzinde, 2020; Sarmiento et al., 2024). En Pablo Sexto, cantón de la provincia de Morona Santiago, la riqueza biológica y cultural del territorio convive con un desarrollo turístico incipiente, lo que plantea preguntas fundamentales sobre la preparación de los actores locales para participar de manera activa y responsable en este proceso.

La psicología proporciona un andamiaje teórico privilegiado para abordar estas preguntas. Sus constructos centrales, motivación (Ryan & Deci, 2017; Ryan, 2023), actitud hacia el comportamiento (Ulker-Demirel & Ciftci, 2020), identidad de lugar (Wang et al., 2024) y desarrollo de competencias (Mtapuri et al., 2021), permiten diagnosticar el estado psicológico de la comunidad respecto al turismo, identificar barreras y catalizadores del cambio, y diseñar intervenciones formativas fundamentadas. Esta perspectiva ha sido escasamente explorada en la Amazonía ecuatoriana (Manuel-Navarrete et al., 2021; Santafe-Troncoso & Tanguila-Andy, 2023).

El estudio parte de la premisa de que las competencias turísticas comunitarias constituyen, en primera instancia, competencias psicológicas: implican conocimientos que deben ser aprendidos, actitudes susceptibles de transformación, identidades que requieren fortalecimiento y habilidades comunicativas que necesitan desarrollo sistemático. Desde esta perspectiva, la brecha entre el potencial turístico del territorio y su aprovechamiento efectivo se configura fundamentalmente como un problema de desarrollo psicológico y formativo.

La Teoría de la Autodeterminación (Ryan & Deci, 2017; Ryan, 2023) es el marco motivacional más influyente en la psicología contemporánea, postulando que la motivación humana se organiza en un continuo desde la motivación extrínseca regulada por recompensas y presiones externas hasta la motivación intrínseca impulsada por interés genuino y satisfacción inherente. La sostenibilidad de la motivación depende de la satisfacción de tres necesidades psicológicas básicas: autonomía, competencia y relación social. Buzinde (2020) vinculó formalmente la TAD con el turismo, demostrando que las experiencias turísticas pueden satisfacer estas tres necesidades.

Estudios recientes confirman la relevancia de la TAD en turismo y educación: Çiki y Tanriverdi (2023) evidenciaron un crecimiento exponencial en investigación turística; Çiki y Tanriverdi (2024) aplicaron la TAD al ecoturismo de naturaleza, mostrando que la satisfacción motivacional activa actitudes ecológicamente responsables; Chau y Ren (2024) indicó que los viajes educativos activan motivación intrínseca para el aprendizaje permanente, hallazgo transferible al turismo formativo.

En Pablo Sexto, la TAD permite interpretar que los bajos niveles de conocimiento y comunicación turística constituyen restricciones a la necesidad de competencia: sin capital cognitivo sobre turismo, los residentes no pueden sentirse eficaces, bloqueando la emergencia de motivación intrínseca sostenible (Bureau et al., 2021).

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP; Ajzen, 1991; Ulker-Demirel & Ciftci, 2020) postula que la intención de participar en turismo depende de actitud, norma subjetiva y control conductual percibido. La revisión de Esfandiar y Hadinejad (2026) sobre 513 artículos identifica como limitación central la subestimación del papel emocional, lo que enriquece la interpretación psicológica del presente estudio. Bui (2023) mostró que incluso en contextos post-crisis, el control conductual percibido sigue siendo el predictor más robusto de intención turística; Erkan et al. (2023) evidenciaron

que género, ingresos y experiencia turística previa modulan significativamente los niveles motivacionales modelados por la TCP.

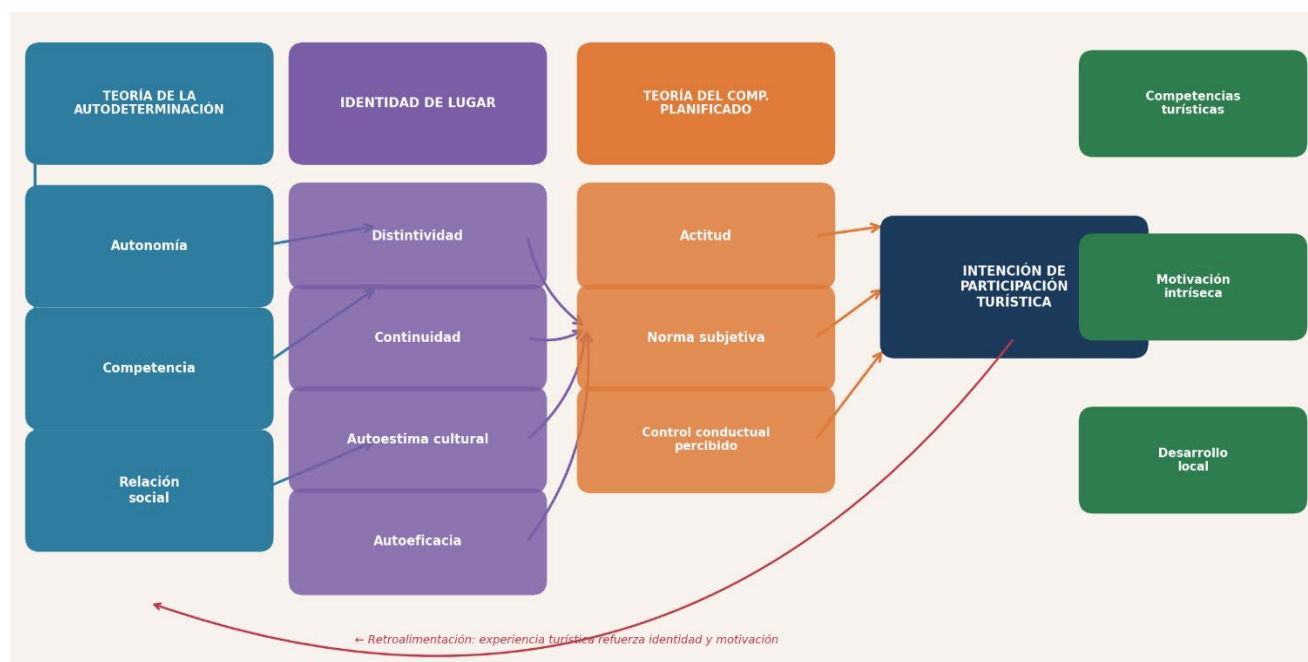
La identidad de lugar (place identity; Twigger-Ross & Uzzell, 1996) es la dimensión del autoconcepto derivada de la relación simbólica y afectiva del individuo con su entorno habitado, cuyos principios, distintividad, continuidad, autoestima y autoeficacia, fueron aplicados por Wang et al. (2024) en turismo rural, demostrando que los residentes construyen activamente su identidad mediante estrategias de defensa y remodelación.

En la Amazonía ecuatoriana, esta identidad es ontológica, entretejida con cosmovisión, rituales y memoria oral (Maldonado-Erazo et al., 2021; Santafe-Troncoso & Loring, 2021). Gannon et al. (2020) confirman que el apego comunitario media las actitudes hacia el desarrollo turístico, mientras que Šegota et al. (2024) distinguen entre impactos percibidos a nivel individual y comunitario, distinción crucial para interpretar respuestas diferenciales en Pablo Sexto.

La Figura 1 articula los marcos teóricos revisados: la TAD explica los antecedentes motivacionales; la identidad de lugar actúa como mediador afectivo-identitario; la TCP modela la traducción de actitudes en intenciones de participación; y la experiencia turística genera retroalimentación que refuerza identidad y motivación. Este modelo guía la construcción de los instrumentos y la interpretación de los resultados.

Figura 1

Marco teórico integrador: TAD, TCP e Identidad de Lugar en la participación turística comunitaria de Pablo Sexto.



El estudio se propone evaluar las competencias psicológicas turísticas de la comunidad de Pablo Sexto, analizar el perfil motivacional de los estudiantes universitarios de turismo, contrastar ambos perfiles y, finalmente, proponer lineamientos de intervención orientados a reducir la brecha detectada entre potencial y aprovechamiento turístico.

2. Metodología

Este estudio se configuró como una investigación cuantitativa, descriptiva y comparativa, de corte transversal. Se aplicaron dos instrumentos Likert de cinco niveles (1 = Muy bajo ... 5 = Muy alto) mediante Google Forms durante diciembre de 2025 a febrero de 2026, en el marco del Proyecto Mercado Turístico Pablo Sexto.

Participaron 117 miembros de la comunidad de Pablo Sexto (62.4 % femenino; 35.9 % masculino; 64.1 % menores de 18 años; 14.5 % entre 26 y 40 años) y 83 estudiantes universitarios de turismo de la región amazónica (67.5 % femenino; 32.5 % masculino; 95.2 % entre 18 y 25 años). Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se eliminaron los datos de identificación personal antes del análisis.

El Instrumento 1 (I1), Evaluación de Competencias Turísticas Comunitarias, constó de 20 ítems distribuidos en cuatro dimensiones: (1) Conocimiento (cognición sobre el turismo local); (2) Identidad (autoconcepto y apego al lugar); (3) Actitud (disposición afectivo-valorativa hacia el territorio); y (4) Comunicación (competencia comunicativa). El Instrumento 2 (I2) incluyó elementos como el Perfil del Turista Amazónico, con 20 ítems organizados en cuatro dimensiones: (1) Patrimonio cultural; (2) Motivación turística; (3) Gestión del destino; y (4) Actores locales. Cada instrumento contó con cuatro preguntas abiertas.

Se calcularon estadísticos descriptivos (media, desviación estándar, frecuencias Likert) por indicador y dimensión. La confiabilidad interna se evaluó mediante el alfa de Cronbach (buena ≥ 0.80 ; excelente ≥ 0.90). El procesamiento de datos se realizó con el programa SPSS v.27, y los esquemas gráficos se generaron mediante diagramación en Python.

3. Resultados

La Tabla 1 presenta la medición de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach por dimensión. Todos los valores superaron 0.83, y cinco dimensiones alcanzaron un nivel excelente ($\alpha \geq 0.90$), confirmando que los instrumentos midieron con alta consistencia interna los constructos propuestos.

Tabla 1

Índices de confiabilidad interna (α de Cronbach) por instrumento y dimensión psicológica.

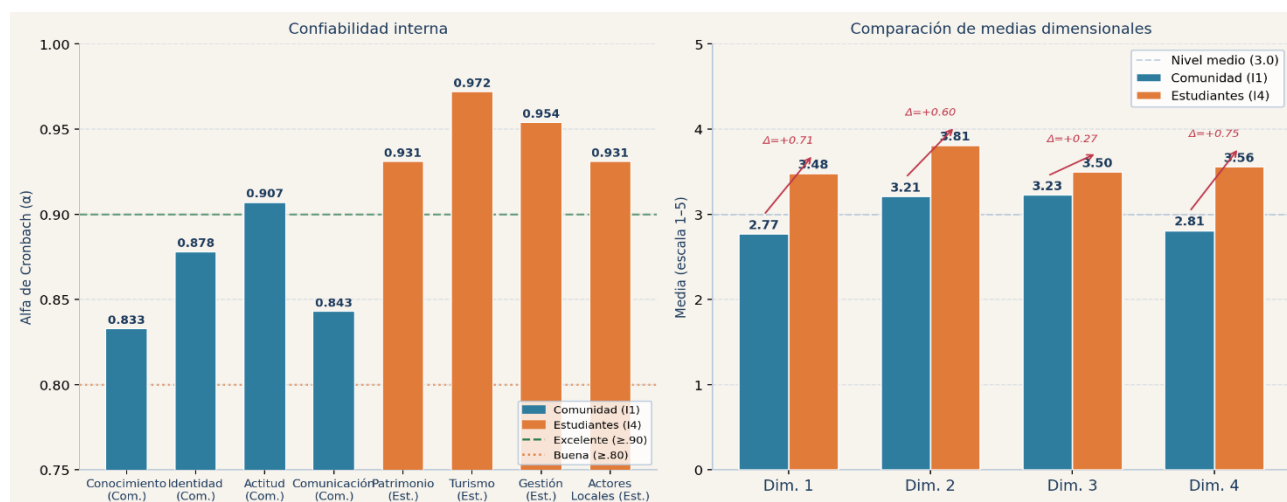
Instrumento / Dimensión psicológica	n ítems	α de Cronbach	Interpretación
I1-D1: Conocimiento turístico (Comunidad)	5	0.833	Buena
I1-D2: Identidad comunitaria (Comunidad)	5	0.878	Buena
I1-D3: Actitud hacia el territorio (Com.)	5	0.907	Excelente
I1-D4: Comunicación turística (Comunidad)	5	0.843	Buena
I4-D1: Patrimonio cultural (Estudiantes)	5	0.931	Excelente
I4-D2: Motivación turística (Estudiantes)	8	0.972	Excelente
I4-D3: Gestión del destino (Estudiantes)	4	0.954	Excelente
I4-D4: Actores locales (Estudiantes)	3	0.931	Excelente

Nota. Interpretación: $\alpha \geq 0.90$ = Excelente; 0.80–0.89 = Buena (George & Mallery, 2003). I1 = Instrumento Comunidad (n=117); I2 = Instrumento Estudiantes (n=83).

La Figura 2 (panel derecho) visualizó la brecha de medias entre las poblaciones. Las diferencias (Δ) oscilaron entre +0.44 (D3: Actitud/Gestión) y +0.75 (D2: Identidad/Motivación), siendo significativas en todas las dimensiones, lo que evidencia claramente la disparidad entre el perfil comunitario y estudiantil.

Figura 2

Confiabilidad interna (α de Cronbach) y comparación de medias dimensionales Comunidad vs. Estudiantes (escala 1–5).



La distribución porcentual de respuestas Likert por dimensión (Tabla 2 y Figura 3) mostró que:

Dimensión 1: Conocimiento turístico ($M = 2.77$; $\alpha = 0.833$)

Es la dimensión más crítica. Cantidad ($M = 2.66$) y calidad del conocimiento ($M = 2.69$) se ubican en nivel bajo, con más del 30% de los participantes en categorías 1 y 2. Desde la TAD, esto representa un déficit severo en la necesidad de competencia: sin herramientas cognitivas, los residentes no pueden sentirse capaces de participar eficazmente en el turismo (Ryan & Deci, 2017). El interés por aprender turismo ($M = 3.09$; 29.9% en A+MA) es el único indicador que supera la media 3.0 de la dimensión, revelando motivación latente activable pedagógicamente.

Dimensión 2: Identidad comunitaria ($M = 3.21$; $\alpha = 0.878$)

La autoestima cultural ($M = 3.31$; 43.6% en A+MA) y el interés por preservar valores tradicionales ($M = 3.32$; 37.6% en A+MA) son los indicadores más sólidos del perfil comunitario, coherentes con el modelo de Wang et al. (2024) donde la autoestima es la función identitaria más resistente a la presión turística. El sentido de pertenencia ($M = 3.08$; 21.4% en A+MA) es el valor más bajo de la dimensión, posiblemente indicando una identidad colectiva debilitada que el turismo comunitario podría, paradójicamente, ayudar a reconstruir (Maldonado-Erazo et al., 2021).

Dimensión 3: Actitud hacia el territorio ($M = 3.23$; $\alpha = 0.907$)

Es la dimensión más fuerte del perfil. Los sentimientos hacia el lugar natal ($M = 3.30$; 41.0% en A+MA) y el comportamiento respecto al lugar ($M = 3.29$; 39.3%) reflejan un vínculo afectivo-conductual positivo. Desde la TCP, esta actitud favorable es el componente necesario para construir intenciones pro-turísticas (Ulker-Demirel & Ciftci, 2020). Sin embargo, esta disposición no se traduce en participación porque el control conductual percibido expresado en la dimensión de comunicación es bajo.

Dimensión 4: Comunicación turística (M = 2.81; $\alpha = 0.843$)

Esta dimensión revela el mayor déficit de control conductual percibido. La participación en eventos turísticos (M = 2.72; 36.9% en B o MB) y la eficiencia comunicativa (M = 2.74; 35.9%) son los indicadores más críticos. Este patrón configura la paradoja actitud-intención descrita por Esfandiar y Hadinejad (2026): alta disposición afectiva (D3 = 3.23) combinada con baja capacidad ejecutiva (D4 = 2.81). Bui (2023) confirma que el control conductual percibido es el predictor más fuerte de la intención de participación turística, lo que señala esta dimensión como el principal foco de intervención desde el punto de vista de la psicología educativa, 4.3 Perfil motivacional estudiantil (I4, n = 83).

Tabla 2

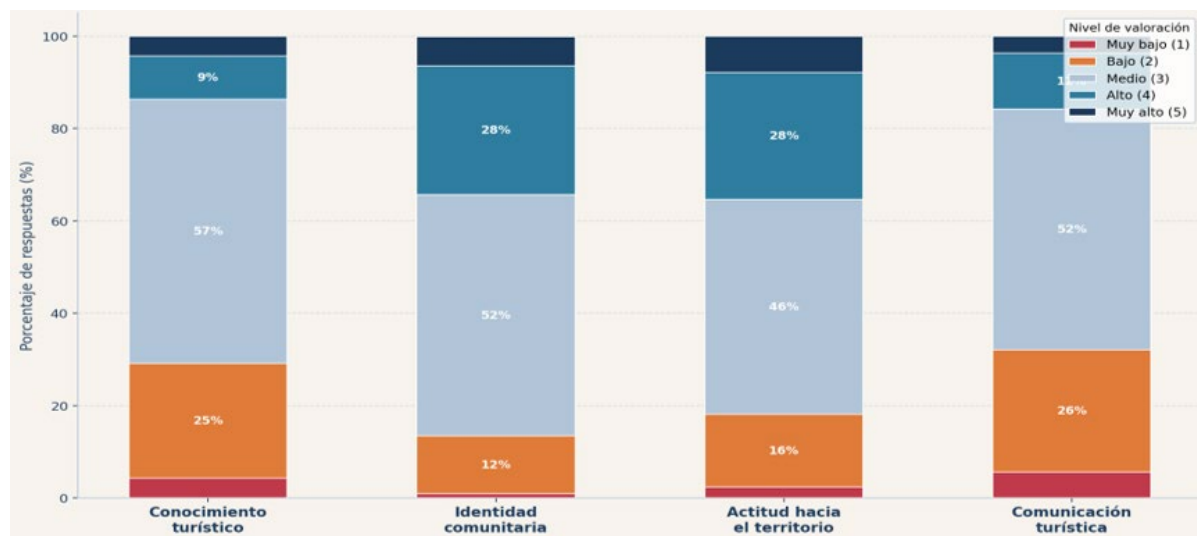
Estadísticos descriptivos por indicador y dimensión psicológica Instrumento 1 (Comunidad, n = 117).

Dimensión	Indicador	M	DE	MB%	B%	Med%	A+MA%
D1: Conocimiento	Cantidad del conocimiento	2.66	0.60	3.4	30.8	62.4	3.4
	Calidad del conocimiento	2.69	0.62	4.3	26.5	65.0	4.3
	Interés por aprender turismo	3.09	0.93	6.0	14.5	49.6	29.9
	Interés por preservar conocimiento	3.05	0.89	4.3	17.9	52.1	25.7
	Invertir en formación turística	2.86	0.85	4.3	25.6	54.7	15.4
D2: Identidad	Sentido de pertenencia	3.08	0.66	0.9	13.7	64.1	21.4
	Valores cívicos	3.11	0.73	0.9	16.2	56.4	26.5
	Autoestima cultural	3.31	0.93	4.3	12.0	40.2	43.6
	Autenticidad	3.22	0.83	2.6	12.8	49.6	35.0
	Preservar valores tradicionales	3.32	0.87	3.4	7.7	51.3	37.6
D3: Actitud	Creencias sobre el lugar natal	3.23	0.81	1.7	13.7	49.6	35.0
	Sentimientos hacia el territorio	3.30	0.93	2.6	15.4	41.0	41.0
	Comportamiento hacia el lugar	3.29	0.92	2.6	14.5	43.6	39.3
	Acciones en favor del lugar	3.20	0.86	1.7	16.2	50.4	31.6
	Reacciones ante hechos locales	3.11	0.91	2.6	20.5	47.9	29.1
D4: Comunicación	Seguridad en valor del turismo	2.91	0.88	7.7	17.9	53.0	21.4
	Participación en eventos turísticos	2.72	0.82	6.8	29.1	51.3	12.8
	Comprensión sobre turismo	2.87	0.76	2.6	26.5	53.8	17.1
	Difusión de mensajes turísticos	2.79	0.84	4.3	29.9	52.1	13.7
	Eficiencia comunicativa	2.74	0.84	6.8	29.1	50.4	13.7

Nota. M = Media aritmética; DE = Desviación estándar; MB% = Muy bajo; B% = Bajo; Med% = Medio; A+MA% = Alto + Muy alto. Escala 1-5.

Figura 3

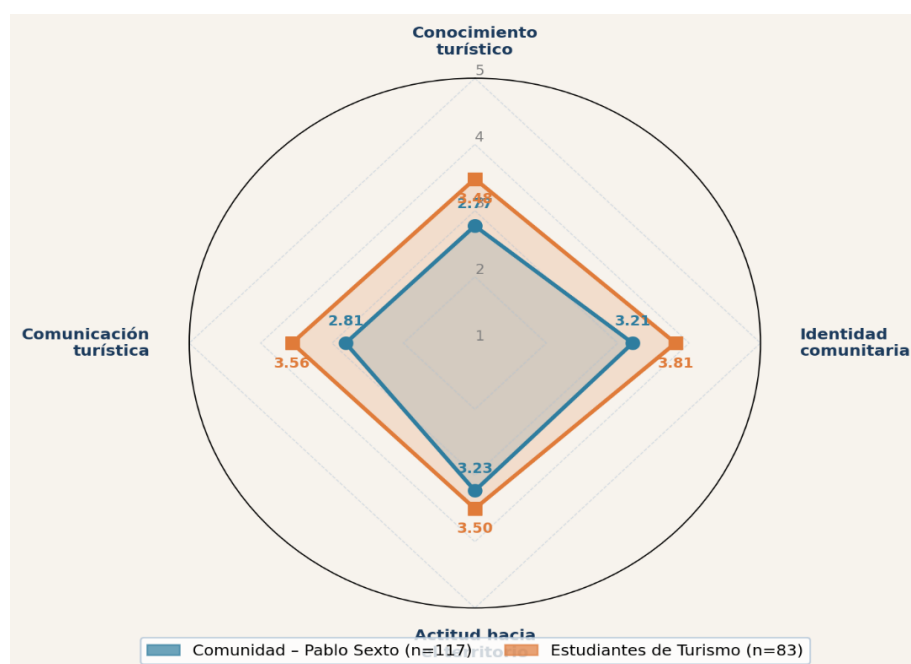
Distribución porcentual de respuestas Likert por dimensión. Comunidad de Pablo Sexto (n = 117).



El diagrama de radar muestra las medias de cuatro dimensiones evaluadas en la escala 1-5: conocimiento turístico, identidad comunitaria, actitud hacia el territorio y comunicación turística. La comunidad de Pablo Sexto (n = 117, línea azul) presenta su mayor fortaleza en actitud hacia el territorio ($M \approx 3.23$) y su menor desempeño en comunicación turística ($M \approx 2.81$). Los estudiantes de turismo (n = 83, línea naranja) muestran valores más altos en todas las dimensiones, destacando identidad comunitaria y motivación turística ($M \approx 3.56-3.81$). La distancia entre las líneas evidencia la brecha de percepción y motivación entre ambos grupos, indicando áreas críticas para intervenciones psicoeducativas y programas de vinculación academia-comunidad (Ver Figura 4).

Figura 4

Diagrama de radar: perfil psicológico comparado. Competencias comunitarias (azul) vs. Motivación estudiantil (naranja). Escala 1-5.



En cuanto al perfil motivacional estudiantil como se muestra en la Tabla 3 (Dimensión 2: Motivación turística, $M = 3.81$; $\alpha = 0.972$), se observó la puntuación más alta y consistente del estudio. La experiencia única e inolvidable lideró los indicadores ($M = 3.92$; 67.5 % en A+MA), seguida de actividades ($M = 3.84$; 65.1 %), atractivos culturales ($M = 3.83$; 63.9 %) y naturales ($M = 3.82$; 65.1 %). Desde la TAD, este perfil refleja motivación intrínseca genuina, orientada por el valor hedónico y experiencial del destino amazónico (Çiki & Tanriverdi, 2024).

Las demás dimensiones estudiantiles (Patrimonio, Gestión y Actores locales) presentaron medias moderado-altas (3.48–3.64). La amabilidad percibida de la comunidad ($M = 3.64$; 50.6 % en A+MA) y el conocimiento del destino atribuido a los locales ($M = 3.60$; 54.3 %) fueron los indicadores más altos. Se evidenció una brecha de percepción identitaria proyectada, ya que los estudiantes atribuyeron a la comunidad un conocimiento turístico superior ($M = 3.60$) al que los propios residentes se reconocen ($M = 2.77$).

Tabla 3

Estadísticos descriptivos por indicador y dimensión Instrumento 2 (Estudiantes, $n = 83$)

Dimensión	Indicador	M	DE	MB%	B%	Med%	A+MA%
D1: Patrimonio	Tradiciones y expresiones orales	3.31	1.00	8.4	2.4	49.4	39.7
	Artes del espectáculo	3.51	0.99	6.0	4.8	34.9	54.3
	Usos sociales y rituales	3.52	0.92	3.6	6.0	37.3	53.0
	Conocimiento de la naturaleza	3.55	0.97	4.8	2.4	42.2	50.6
	Técnicas artesanales tradicionales	3.49	1.03	6.0	6.0	36.1	51.8
D2: Motivación	Atractivos naturales del destino	3.82	0.93	1.2	6.0	27.7	65.1
	Atractivos culturales	3.83	0.87	1.2	2.4	32.5	63.9
	Servicios turísticos	3.76	0.88	1.2	3.6	34.9	60.3
	Actividades turísticas	3.84	0.93	2.4	2.4	30.1	65.1
	Sostenibilidad	3.81	0.85	1.2	2.4	32.5	63.9
	Calidad de los servicios	3.78	0.90	1.2	3.6	34.9	60.2
	Precios asequibles	3.75	0.78	0.0	3.6	34.9	61.5
	Experiencia única e inolvidable	3.92	0.81	0.0	2.4	30.1	67.5
D3: Gestión	Diversificación de la oferta	3.43	0.90	1.2	9.6	48.2	41.0
	Información turística	3.51	0.89	2.4	6.0	43.4	48.2
	Promoción turística	3.52	0.98	3.6	4.8	47.0	44.6
	Posicionamiento del destino	3.53	0.93	1.2	9.6	41.0	48.2
D4: Actores	Sentido de pertenencia (percibido)	3.45	0.95	2.4	9.6	44.6	43.4
	Conocimiento del destino	3.60	0.87	0.0	9.6	36.1	54.3
	Amabilidad de la comunidad	3.64	0.96	1.2	7.2	41.0	50.6

El análisis cualitativo de preguntas abiertas confirmó que el 51.3 % de los residentes conocía el turismo local de manera superficial, mientras que el 41.0 % manifestó interés en formarse profesionalmente, evidenciando motivación extrínseca activable. Entre los estudiantes, el 87.9 % expresó deseo de hacer turismo en la Amazonía, con naturaleza, biodiversidad y fauna como principales motivadores, tipificados por la TAD como motivación intrínseca orientada a exploración y conocimiento.

4. Discusión

Los resultados configuran un cuadro psicológico de contrastes teóricamente interpretable y con implicaciones pedagógicas accionables. El patrón comunitario de alta actitud y baja comunicación representa la manifestación más clara de la paradoja actitud-intención descrita por Esfandiar y Hadinejad (2026): aunque la disposición afectiva hacia el territorio es elevada ($M = 3.23$), esta no se traduce en participación turística activa cuando el control conductual percibido es bajo ($M = 2.81$).

Esto indica que una persona puede valorar profundamente su lugar natal y, al mismo tiempo, carecer de competencias para comunicar esa relación a un turista, organizar visitas o participar en la gestión del destino, lo que evidencia la necesidad de intervenciones formativas orientadas a desarrollar habilidades prácticas complementarias a la actitud positiva.

La sólida identidad comunitaria ($M = 3.21$) constituyó el recurso psicológico más valioso del perfil local. Wang et al. (2024) muestran que la autoestima cultural actúa como base de resistencia ante la presión turística, mientras que Maldonado-Erazo et al. (2021, 2023) evidencian que el patrimonio inmaterial kichwa amazónico puede articularse con el turismo reforzando, y no erosionando, la identidad. Estas evidencias sugieren que las intervenciones educativas en Pablo Sexto deben partir del reconocimiento de la identidad como capital psicológico preexistente, en lugar de considerarla un déficit a superar, lo que fortalece la pertinencia y sostenibilidad de los programas formativos.

El perfil motivacional estudiantil (M global = 3.59; α promedio = 0.947) es extraordinariamente prometedor. La alta consistencia interna de la dimensión de motivación turística ($\alpha = 0.972$) indica que los estudiantes han internalizado un sistema coherente de valores sobre el destino amazónico, más allá de respuestas aisladas. Según la TAD, esto refleja motivación autónoma madura, el tipo más estable y generativo de motivación (Bureau et al., 2021), lo que permite diseñar estrategias pedagógicas que potencien la transferencia de esta motivación hacia proyectos comunitarios reales.

La brecha de percepción identitaria proyectada (M sentido de pertenencia percibido por los estudiantes = 3.45 vs. M autopercebido por la comunidad = 3.08) constituye un hallazgo original con importantes implicaciones pedagógicas. Sarmiento et al. (2024) documentan que la romantización de lo amazónico genera expectativas externas que no necesariamente corresponden a la realidad vivida. Sin una intervención crítica en los programas de turismo, esta proyección podría generar expectativas irrealistas en los futuros profesionales y obstaculizar la colaboración efectiva con la comunidad (Scheyvens et al., 2021; Shrestha et al., 2025).

Finalmente, los beneficios percibidos predicen el apoyo al turismo, mientras que los costos percibidos lo debilitan (Gursoy et al., 2019). En Pablo Sexto, el bajo conocimiento turístico limita la capacidad de los residentes para identificar beneficios, lo que retroalimenta la desmotivación. Rasoolimanesh y Seyfi (2021) señalan que depender exclusivamente de la teoría del intercambio social omite determinantes psicológicos relevantes, como la identidad de lugar y la autoeficacia, que este estudio ha podido capturar, fortaleciendo la base para intervenciones psicoeducativas integrales que conecten motivación, actitud y competencias comunitarias.

5. Conclusiones

Los resultados muestran que el perfil psicológico de la comunidad combina actitud territorial positiva ($M = 3.23$) con baja eficiencia comunicativa ($M = 2.81$), reflejando un déficit en el control conductual percibido. La autoestima cultural ($M = 3.31$) y el apego al territorio constituyen recursos preexistentes que los programas formativos deben reconocer y potenciar.

El perfil motivacional estudiantil es intrínseco y consistente (M global = 3.81; $\alpha = 0.972$), lo que permite que los programas de vinculación academia-comunidad capitalicen esta motivación para generar beneficios mutuos: formación profesional y desarrollo de competencias turísticas comunitarias.

El contraste de perfiles evidencia la brecha de percepción identitaria proyectada, con los estudiantes atribuyendo un sentido de pertenencia ($M = 3.45$) superior al autopercebido por la comunidad ($M = 3.08$), lo que requiere intervenciones críticas en los programas educativos.

Se proponen lineamientos de intervención psicoeducativa basados en cuatro líneas de acción: alfabetización turística comunitaria orientada al desarrollo de conocimiento básico; talleres de comunicación con enfoque en autoeficacia; prácticas preprofesionales supervisadas que integren identidad profesional y competencias comunitarias; y un módulo de turismo crítico que aborde identidad de lugar y ética del turismo, contribuyendo a reducir la brecha de percepción y formar profesionales con sensibilidad social.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bui, T. (2023). Applying the extended theory of planned behavior to understand domestic tourists' behaviors in post COVID-19 era. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2166450. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2166450>
- Bureau, J., Howard, J., Chong, J., & Guay, F. (2021). Pathways to student motivation: A meta-analysis of antecedents of autonomous and controlled motivations. *Review of Educational Research*, 92(1), 46–72. <https://doi.org/10.3102/00346543211042426>
- Buzinde, C. (2020). Theoretical linkages between well-being and tourism: The case of self-determination theory and spiritual tourism. *Annals of Tourism Research*, 83, 102920. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102920>
- Buzinde, C., Manuel-Navarrete, D., & Swanson, T. (2020). Co-producing sustainable solutions in indigenous communities through scientific tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1255–1271. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1732993>
- Chau, S., & Ren, L. (2024). How does educational travel promote lifelong learning? *International Journal of Tourism Research*, 26(6), e2731. <https://doi.org/10.1002/jtr.2731>
- Çıkı, K. D., & Tanrıverdi, H. (2023). Self-Determination Theory in the Field of Tourism: A Bibliometric Analysis. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(4), 769–781. <https://doi.org/10.37741/t.71.4.8>
- Ciki, K., & Tanrıverdi, H. (2024). Examining the relationships among nature-based tourists' travel motivations, ecologically responsible attitudes and subjective well-being within the scope of

- self-determination theory. *Current Issues in Tourism*, 27(15), 2363–2368. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2250509>
- Erkan, M., Munusturlar, S., & Kocak, O. (2023). Examining the motivation levels of university students to participate in touristic activities within the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Curriculum and Instruction*, 15(1), 338–356. <https://ijci.net/index.php/IJCI/article/view/1180>
- Esfandiar, K., & Hadinejad, A. (2026). A critical review of the theory of planned behaviour in tourism research. *Current Issues in Tourism*, advance online, 29(8), 1629–1643. <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2522246>
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S., & Taheri, B. (2020). Assessing the Mediating Role of Residents' Perceptions Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149–171. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>
- Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., & Wei, W. (2019). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), 306–333. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589>
- Maldonado-Erazo, C., del Río-Rama, M., Andino-Penafiel, E., & Álvarez-García, J. (2023). Social Use through Tourism of the Intangible Cultural Heritage of the Amazonian Kichwa Nationality. *Land*, 12(3), 554. <https://doi.org/10.3390/land12030554>
- Maldonado-Erazo, C., del Río-Rama, M., Noboa-Vinan, P., & Alvarez-Garcia, J. (2020). Community-Based Tourism in Ecuador: Community Ventures of the Provincial and Cantonal Networks. *Sustainability*, 12(15), 6256. <https://doi.org/10.3390/su12156256>
- Maldonado-Erazo, C., Tierra-Tierra, N., del Río-Rama, M., & Álvarez-García, J. (2021). Safeguarding Intangible Cultural Heritage: The Amazonian Kichwa People. *Land*, 10(12), 1395. <https://doi.org/10.3390/land10121395>
- Manuel-Navarrete, D., Buzinde, C., & Swanson, T. (2021). Fostering horizontal knowledge co-production with indigenous people by leveraging researchers' transdisciplinary intentions. *Ecology and Society*, 26(2), art. 22. <https://doi.org/10.5751/ES-12265-260222>
- Mtapuri, O., Thanh, T., Giampiccoli, A., & Dłużewska, A. (2021). Expansion and Specification of Knowledge, Skills, Attitudes and Practices Survey Model for Community-Based Tourism Development. *Sustainability*, 13(19), 10525. <https://doi.org/10.3390/su131910525>
- Rasoolimanesh, S., & Seyfi, S. (2021). Residents' perceptions and attitudes towards tourism development: A perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 51–57. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0461>
- Ryan, R. (Ed.). (2023). *The Oxford handbook of self-determination theory*. Oxford University Press. <https://books.google.com.ec/books?id=LMGoEAAQBAJ&dq>
- Ryan, R., & Deci, E. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press. https://books.google.com.ec/books/about/Self_Determination_Theory.html?id=th5rDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Santafe-Troncoso, V., & Loring, P. (2021). Indigenous food sovereignty and tourism: The Chakra Route in the Amazon region of Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 392–411. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1770769>

- Santafe-Troncoso, V., & Tanguila-Andy, A. (2023). Indigenous women's approaches to tourism planning: lessons from Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 579–597. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2247580>
- Sarmiento, F., Bush, M., McMichael, C., Chávez, C., Cruz, J., Rivas-Torres, G., Kavoori, A., Weatherford, J., & Hunt, C. (2024). Ecological Legacies and Ethnotourism: Bridging Science and Community in Ecuador's Amazonia. *Sustainability*, 16(11), 4664. <https://doi.org/10.3390/su16114664>
- Scheyvens, R., Carr, A., Movono, A., Hughes, E., Higgins-Desbiolles, F., & Mika, J. (2021). Indigenous tourism and the sustainable development goals. *Annals of Tourism Research*, 90, 103260. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103260>
- Šegota, T., Mihalič, T., & Perdue, R. (2024). Resident perceptions and responses to tourism: individual vs community level impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 340–363. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2149759>
- Shrestha, R., L'Espoir, J., & Whitford, M. (2025). Indigenous knowledge systems and socio-cultural values for sustainable tourism development: insights from Indigenous Newars of Nepal. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(1), 143–167. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2316298>
- Twigger-Ross, C., & Uzzell, D. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205–220. <https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0017>
- Ulker-Demirel, E., & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>
- Wang, J., Lan, H., & Chen, J. (2024). Defend and remould: Residents' place identity construction in traditional villages in the rural tourism context: a case study of Cuandixia village, Beijing. *Tourism Critiques*, 5(1), 21–43. <https://doi.org/10.1108/TRC-10-2023-0023>

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés de naturaleza alguna como parte de la presente investigación.

Fuente de financiamiento

Los autores financiaron completamente la investigación.

Contribución de autoría

Alexandra Valeria Villagómez Cabezas: Conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Diego Mauricio Calvopiña Andrade: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos.

Héctor Germán Pacheco Sanunga: Metodología, investigación, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento.

Yolanda Lorena Paredes Andrade: validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.