



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL COMO VENTAJA
COMPETITIVA EN EL TURISMO DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE
MINAS.**

AUTORA: ANDRADE FLORES, JHOSELIN ALEXANDRA

DIRECTOR: ING. REA DÁVALOS, MARTHA PATRICIA

SANGOLQUÍ

2018

CERTIFICADO DEL DIRECTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“Patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva en el turismo de la parroquia San José de Minas”** fue realizado por la señorita **Andrade Flores, Jhoselin Alexandra** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 06 de Julio del 2018

Ing. Martha Rea Dávalos. MBA

DIRECTORA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Andrade Flores, Jhoselin Alexandra**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva en el turismo de la parroquia San José de Minas”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 11 de Julio del 2018

Jhoselin Alexandra Andrade Flores

1723983316

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Andrade Flores, Jhoselin Alexandra**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **"Patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva en el turismo de la parroquia San José de Minas"** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 11 de Julio del 2018

Jhoselin Alexandra Andrade Flores

1723983316

DEDICATORIA

A Dios, por cuidarme e iluminar mi mente, por estar conmigo en cada paso que doy y sobretodo por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y apoyo incondicional en mi vida.

A mi madre, quien es el eje fundamental para que cumpla esta meta, mi mejor ejemplo a seguir, siempre has sido una mujer luchadora, fuerte, perseverante, humilde, la mejor mamá y amiga que he podido tener, gracias por todos los valores y principios que me has inculcado, tu me has enseñado a ser la persona que hoy en día soy y cada uno de mis logros te los debo a ti, gracias por todo mamá, te amo!.

A mi familia y amigos quienes has sabido estar para mi de manera incondicional en los buenos y malos momentos.

Jhoselin Alexandra Andrade Flores

AGRADECIMIENTO

Gracias a:

Angy, quien siempre me ha apoyado, has sido la mejor mamá y amiga, has estado en los buenos y malos momentos, algunas veces riéndonos, aconsejándome o siendo mi pañuelo de lágrimas cuando más te he necesitado, tu has creído en mí y te has esforzado como nadie para que nada me falte, tú eres el mayor tesoro que tengo en mi vida, todo te lo debo a ti.

Jhonito y Denis, por estar conmigo, apoyarme siempre, ustedes hacen de mis días los mejores, gracias por cada momento compartido, por las risas y amor inefable.

Mi familia; Fabian, mi papá, quien me ha apoyado de manera incondicional para que logre culminar mis estudios; Jhonny, quien ha sabido ser un padre para mí, quien asistía a reuniones, él de las malas noches por deberes o enfermedad; Mami Rosi, mi abuelita y segunda madre; mis tíos Eddy, Pedrito, Marco y Carmita gracias por su apoyo en cada una de las etapas de mi vida, les amo mucho.

Paúl, por tu amor, risas y apoyo para que haya logrado terminar este proyecto, tú apareciste cuando más te necesitaba y soy feliz por eso.

Luis, mi amigo en los buenos y malos momentos, mi compañero de clase, quien fue mi compañía durante el periodo académico que hoy culmino, me apoyaste, presionaste y jamás dejaste que me rindiera, de corazón muchas gracias por todo.

Mi tutora, quien ha sabido apoyarme, guiarme y sobretodo quien ha tenido la paciencia y ha dedicado su tiempo para la culminación de este trabajo.

Jhoselin Alexandra Andrade Flores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
ASPECTOS GENERALES	1
CAPÍTULO I.....	4
1.1. MARCO TEÓRICO	4
1.1.1. Teoría de la ventaja competitiva	4
1.1.2. Teoría de la Gestión del Patrimonio Cultural	9
1.2. Marco referencial	13
1.3. Marco conceptual	18
1.3.1. Ventaja competitiva:	18
1.3.2. Patrimonio Cultural Inmaterial:.....	18
1.3.3. Organización.....	18
1.3.4. Sistema territorial:.....	19
1.3.5. Estructura organizacional:	19
1.3.6. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo:	19
1.3.7. Artes del espectáculo:	19
1.3.8. Usos sociales, rituales y actos festivos:.....	20
1.3.9. Competitividad:	20
1.3.10. Diferenciación del producto:	20

1.3.11.	Canales de distribución:.....	20
1.3.12.	Rivalidad entre competidores:	21
1.3.13.	Publicidad:	21
1.3.14.	Redes sociales:	21
1.3.15.	Guía turística:	21
1.3.16.	Cultura:	22
1.3.17.	Destino turístico	22
CAPÍTULO II.....		23
2.	Marco Metodológico.....	23
2.1.	Enfoque de investigación Mixto	23
2.2.	Tipología de investigación	23
2.2.1.	Por su finalidad Aplicada	23
2.2.2.	Por las fuentes de información Mixto.....	24
2.2.3.	Por las unidades de análisis Mixto.....	24
2.2.4.	Por el control de las variables No experimental.....	24
2.2.5.	Por el alcance Descriptivo	25
2.3.	Hipótesis (De ser el caso. Estudios: empírico y teórico)	25
2.4.	Instrumentos de recolección de información Varios	25
2.5.	Procedimiento para recolección de datos Varios.....	28
2.6.	Procedimiento para tratamiento y análisis de información Estadística descriptiva.....	29
CAPITULO III.....		30
3.	SAN JOSÉ DE MINAS.....	30
3.1.	DATOS GENERALES	30
3.1.1.	Antecedentes.....	30
3.1.2.	Límites y extensión	31
3.1.3.	Demográfico	32
3.1.4.	Económico.....	32
3.1.5.	Educación.....	33

3.1.6.	Salud	34
3.1.7.	Turismo.....	34
3.2.	Organización.....	35
3.3.	Patrimonio Cultural Inmaterial.....	36
3.3.1.	Juegos Populares	36
3.3.1.1.	El cabe.....	36
3.3.1.2.	Torneo de cintas	39
3.3.1.3.	Carrera de caballos	40
3.3.1.4.	Juego del arriero.....	40
3.3.2.	Fiestas Populares	41
3.3.2.1.	Fiestas patronales de San José - 19 de marzo.....	41
3.3.2.2.	Fiestas de fundación y veneración a la Virgen de la Caridad 14 de septiembre	43
3.3.2.3.	Fiestas de la Virgen de la Caridad 24 de septiembre	43
3.3.2.4.	Semana Santa Marzo/abril	45
3.3.3.	Gastronomía	45
3.3.3.1.	El auge del agua ardiente	45
3.3.4.	Leyendas	46
3.3.4.1.	Leyenda del padre encantado	46
3.3.4.2.	Leyenda de las brujas Arias.....	47
3.3.4.3.	Leyenda del duende	48
3.3.4.4.	Leyenda del Cuichi	50
3.3.4.5.	Leyenda del lobo	51
3.3.4.6.	Leyenda de los flagelos del agricultor y su protectora	51
3.3.4.7.	Leyenda “Milagros de la Virgen de la Caridad”.....	52
3.3.4.8.	Leyenda Tolas Funerarias	53
3.4.	Resultados.....	55
3.4.1.	Entrevista dirigida al representante del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San José de Minas	55

3.4.2.	Análisis de encuestas dirigidas a Turistas Nacionales y Extranjeros.....	61
3.4.3.	Análisis de encuestas dirigidas a los moradores de la Parroquia San José de Minas	78
CAPITULO IV		96
4.	Discusión	96
Conclusiones		97
Recomendaciones		99
BIBLIOGRAFIA.....		101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	62
Tabla 2 Procedencia.....	63
Tabla 3 Edad	64
Tabla 4 ¿Cuál es el motivo de su viaje?	65
Tabla 5 ¿Cuántos días destina para su viaje?.....	66
Tabla 6 ¿Es la primera vez que visita la parroquia?.....	67
Tabla 7 ¿Conoce qué es el patrimonio cultural?	68
Tabla 8 ¿Le gustaría conocer o saber que es el patrimonio cultural?	69
Tabla 9 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, ¿cuáles le gustaría conocer?	70
Tabla 10 En cuánto al patrimonio cultural inmaterial, ¿qué tema es el que más le atrae?.....	71
Tabla 11 ¿Le gustaría conocerlas?	72
Tabla 12 ¿En cuál de las siguientes actividades culturales le gustaría participar?	73
Tabla 13 ¿Cómo llegó a conocer San José de Minas?	74
Tabla 14 ¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la oferta turística que posee la parroquia?	75
Tabla 15 ¿Regresaría a este lugar?.....	76
Tabla 16 ¿Recomendaría a la parroquia como destino turístico a sus amigos o conocidos?.....	77
Tabla 17 Edad residentes.....	78
Tabla 18 Género residentes	79
Tabla 19 ¿Es usted nacido en San José de Minas?.....	80
Tabla 20 ¿Qué tiempo vive en San José de Minas?	81
Tabla 21 ¿Conoce que es el patrimonio cultural?	82
Tabla 22 ¿Le gustaría saber o conocer lo que es el patrimonio cultural?	83

Tabla 23 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia	84
Tabla 24 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia	85
Tabla 25 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia	86
Tabla 26 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia	87
Tabla 27 De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia.	88
Tabla 28 Considera que su parroquia aún guarda este patrimonio en la actualidad	89
Tabla 29 En cuanto al patrimonio cultural inmaterial ¿qué considera usted es lo más destacable que posee la parroquia como un elemento diferenciador de las parroquias cercanas?.....	90
Tabla 30 En base a su respuesta de la pregunta anterior, mencione que es lo más sobresaliente de este elemento	91
Tabla 31.....	92
Tabla 32 ¿En cuál de las siguientes actividades ha participado?.....	93
Tabla 33 ¿Le gustaría que personas de otras ciudades conozcan estas actividades?	94
Tabla 34 ¿A través de qué medios le gustaría que se dé a conocer la oferta turística que posee la parroquia?	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de la parroquia “San José de Minas”	32
Figura 2. Organigrama funcional GADSJM	35
Figura 3. Elaboración “El Cabe”	38
Figura 4. El Cabe”	38
Figura 5. Juego “El Cabe”	39
Figura 6. “Torneo de Cintas ”	40
Figura 7. Desfile “Fiestas San José”	41
Figura 8. Desfile “Fiestas de San José”	42
Figura 9. Desfile “Fiestas de San José”	42
Figura 10. Imagen “Virgen de la Caridad”	43
Figura 11. Desfile “Fiesta Virgen de la Caridad”	44
Figura 12. Desfile “Fiestas de la Virgen de la Caridad”	44
Figura 13. Género	62
Figura 14. Procedencia	63
Figura 15. Edad	64
Figura 16. Motivo de viaje.....	65
Figura 17. Días destinados para el viaje	66
Figura 18. ¿Es la primera vez que visita la parroquia?	67
Figura 19. ¿Conoce qué es el patrimonio cultural?	68
Figura 20. Le gustaría conocer o saber ¿qué es el patrimonio cultural?	69
Figura 21. Elementos que conforman el patrimonio cultural.....	70
Figura 22. Patrimonio cultural inmaterial – temas de atracción	71
Figura 23. Interés en conocerlas	72
Figura 24. Interés en la participación.....	73
Figura 25. Medio por el cuál conoció la parroquia	74
Figura 26. Oferta Turística.....	75
Figura 27. ¿Regresaría a este lugar?	76

Figura 28. Destino Turístico.....	77
Figura 29. Edad Residentes	78
Figura 30. Género residentes	79
Figura 31. Lugar de nacimiento	80
Figura 32. Tiempo de vivencia.....	81
Figura 33. Patrimonio cultural.....	82
Figura 34. Conocer - patrimonio cultural	83
Figura 35. Arquitectura	84
Figura 36. Artesanías	85
Figura 37. Gastronomía.....	86
Figura 38. Tradiciones	87
Figura 39. Festividades	88
Figura 40. Conservación del patrimonio en la actualidad	89
Figura 41. Elemento diferenciador.....	90
Figura 42. Tema destacable en dicho elemento	91
Figura 43. Nivel de participación en actividades.....	92
Figura 44. Actividades en las cuales han participado los pobladores.....	93
Figura 45. Promoción de actividades	94
Figura 46. Oferta turística	95

RESUMEN

El patrimonio cultural inmaterial comprende tradiciones y expresiones vivas que han sido transmitidas de generación en generación. Pese a su fragilidad, abarca un importante factor para el mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. Un destino turístico que sea capaz de convencer a sus habitantes de la posibilidad de aprovechar sus recursos a fin de mejorar su economía y calidad de vida, tomando en cuenta sus fortalezas y debilidades tanto en productos como en servicios, podrá desarrollar un plan de marketing el cual al ser aplicado de forma correcta logrará que un destino llegue a ser mucho más competitivo que otro que aún no se haya planteado la importancia que juega hoy en día el turismo para el desarrollo económico y social. San José de Minas es una parroquia que conserva este patrimonio en la actualidad, mismo que se ve reflejado principalmente en leyendas, fiestas populares y juegos tradicionales, es así que, se ha optado por el análisis de dichos elementos para lograr identificar y destacar el elemento diferencial que posee este lugar a fin de generar una ventaja competitiva que lleve a este a ser un destino turístico potencial a través del uso de estos recursos en forma eficiente a medio y largo plazo.

PALABRAS CLAVE:

- **PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**
- **VENTAJA COMPETITIVA**
- **DESTINO TURÍSTICO**
- **CALIDAD DE VIDA**

ABSTRACT

Intangible cultural heritage includes traditions and live expressions that have been handed down from generation to generation. Despite its fragility, it covers an important factor for the maintenance of cultural diversity in the face of growing global. A tourist destination that is able to convince its population of the possibility of taking advantage of their resources in order to improve their economy and quality of life, considering their strengths and weaknesses in both products and services, can develop a marketing plan which by being applied correctly will achieve a destination that becomes much more competitive than another that has not yet considered the importance that tourism plays today for economic and social development. San José de Minas is a parish that preserves this heritage today, which is reflected mainly in legends, popular festivals and traditional games, it is so, has opted for the analysis of these elements to identify and highlight the element differential that this place has in order to generate a competitive advantage that leads to this being a potential tourist destination through the use of these resources in an efficient manner in the medium and long term.

KEY WORDS:

- **INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE**
- **COMPETITIVE ADVANTAGE**
- **TOURIST DESTINATION**
- **QUALITY OF LIFE**

ASPECTOS GENERALES

- **Introducción**

Los turistas generan un movimiento económico importante en las zonas que visitan el cual puede ayudar al desarrollo de la comunidad no solo en la cuestión monetaria sino también como una fuente para mejorar su calidad de vida, es por esta razón que la presente investigación se llevará a cabo con la finalidad de conocer cada uno de los elementos turísticos que hacen alusión al patrimonio cultural inmaterial de la parroquia, mismos que puedan servir como ventaja competitiva en el turismo con respecto a las parroquias aledañas; además, es importante destacar el interés que muestra el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San José de Minas (GADSJM) en incursionar en el turismo como una fuente de desarrollo para la localidad, elemento que permitirá la mejora y posicionamiento de la oferta turística.

“Por otra parte, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial menciona la identificación de potencialidades en las cuales destaca la presencia de patrimonio histórico cultural, el cual permite desarrollar una variada y competitiva oferta de servicios turísticos”. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas, 2015, pág. 56)

- **Importancia del problema**

Después de indagar en las bases de datos es importante mencionar que el tema patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva en la parroquia “San José de Minas” aún no ha sido desarrollado, motivo por el cual se ha optado por la investigación del mismo, teniendo en consideración la orientación y apoyo del GADSJM para la

obtención de información y el aprovechamiento de los recursos existentes con la finalidad de proponer opciones de difusión que ayuden a posicionar a la parroquia en el mercado turístico nacional generando no solo un aumento de turistas si no también el mejoramiento de las condiciones de vida de sus pobladores.

- **Planteamiento del problema**

“Insuficiente difusión y aprovechamiento de los recursos existentes en la parroquia San José de Minas”. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas, 2015, pág. 56)

- **Justificación**

Para la presente investigación se ha optado por el estudio del Patrimonio Cultural Inmaterial como elemento diferenciador de la parroquia “San José de Minas”, el cual sirva como ventaja competitiva en el turismo con respecto a las parroquias aledañas, tomando en cuenta el apoyo y orientación por parte del Gobierno Autónomo descentralizado, el cual muestra un gran interés por incursionar en el turismo como una fuente de desarrollo para el lugar. Además, cabe recalcar que en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial menciona como uno de los principales problemas a la falta de difusión y aprovechamiento de recursos, razón por la cual se considera que los turistas tienen un limitado conocimiento de los atractivos culturales con los que cuenta la parroquia, motivo por el cual prefieren frecuentar otros destinos los cuales se encuentran a mayor distancia. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas, 2015, pág. 56)

Finalmente, es importante mencionar que para la elección del tema se verificó en buscadores digitales, y artículos científicos, medios por los cuales se determinó que el tema no ha sido desarrollado anteriormente, por lo cual se considera a este como un aporte de investigación para la carrera; la información requerida para el desarrollo del tema se obtendrá mediante el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, además de diversas fuentes primarias y secundarias que permitirán proponer soluciones al problema objeto de estudio.

Objetivos

- **Objetivo general**

Analizar el patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva de la parroquia “San José de Minas”, posicionando a la comunidad en el mercado turístico nacional.

- **Objetivos específicos**

- ✓ Establecer la importancia y apoyo que tiene el turismo en la organización del GADSJM.
- ✓ Determinar los aspectos más representativos de la oferta turística de SJM como elemento diferenciador con poblaciones cercanas.
- ✓ Identificar al patrimonio cultural inmaterial como elemento diferenciador en el turismo de la parroquia SJM.

CAPÍTULO I

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. Teoría de la ventaja competitiva

La ventaja competitiva es un tema limitado con respecto al turismo, debido a que ha sido investigado y desarrollado principalmente para empresas enfocadas a otros sectores; sin embargo es importante mencionar que en la actualidad se ha incrementado de manera significativa la competencia entre destinos turísticos, es por esta razón que es necesario identificar los factores que están relacionados de alguna manera con el asunto de competitividad, para que esto permita establecer estrategias competitivas y así alcanzar el desarrollo turístico esperado.

Los destinos turísticos han provocado interés en los turistas, quienes hoy en día cuentan con varias opciones de viaje, lo que ha producido un incremento de la competencia dedicada a esta actividad. Además, si se toma en cuenta los cambios en gustos, preferencias y exigencias de los consumidores, nuevos segmentos, profesionalización de agentes turísticos y valores ambientales, se vuelve indispensable el ahondar en factores que inciden en la competencia de destinos para mejorar la planificación y gestión con el fin de mantener y desarrollar la competitividad de un lugar y satisfacer a los visitantes de manera beneficiosa.

Es por esta razón que la presente investigación busca detectar cada una de las virtudes que posee el lugar en cuanto al patrimonio cultural inmaterial a la hora de analizar la competencia actual entre los destinos aledaños, por lo cual se tomará como punto de referencia a la teoría de la ventaja competitiva realizada por Porter (1987), quien define a esta como el valor adicional que una empresa logra crear para sus consumidores, además, menciona que la competitividad abarca importantes temas como: la cadena de valor, los diamantes de competitividad, el modelo de las cinco fuerzas, clusters, los grupos estratégicos o los conceptos mismos de ventaja competitiva y estratégica. El enfoque en los diamantes de competitividad de Porter (1991), indica que estos son el resultado de la combinación de agentes los cuales generan la integración de los elementos del destino y la innovación, cabe recalcar que poseer recursos turísticos abundantes es algo muy necesario, pero no es suficiente para ser competitivos en el mercado. (Restrepo, 2004)

Adicionalmente una vez analizados los factores que abarca esta teoría se ha optado por el desarrollo del modelo de las cinco fuerzas debido a que mediante este se analiza cada uno de los factores de la competencia en una industria cuya base esta sostenida en: amenaza de sustitutos, entrada de nuevos competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores y la rivalidad entre competidores actuales. Porter (1980) explica que la competencia de la empresa no solo son los competidores sino también los clientes, sustitutos, proveedores y participantes potenciales. Por lo tanto, la competitividad de un destino se determina por medio de las cinco fuerzas que impulsan la competencia. Como se citó en (Jiménez & Aquino, 2012)

Entender la influencia que tiene este modelo sobre una industria, permite tener una visión que ayude a que esta se anticipe a la competencia y mejore su rendimiento a futuro. Analizar los elementos que lo conforman de manera individual y la interacción que este tiene permite desarrollar una estrategia adecuada para una compañía. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

A continuación, se analizarán cada una de las fuerzas que forman parte de este modelo. La primera fuerza es la amenaza de los nuevos competidores, mismos que cuentan con la capacidad y el deseo de incrementar su participación en el mercado, provocando presión en los costos, precios y inversión para lograr competir. La amenaza de nuevos competidores coloca una barrera en el potencial de beneficios de la industria. Cuando la amenaza es alta, las industrias deben mantener precios bajos e incrementar sus inversiones para persuadir a los nuevos competidores. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

El beneficio de la industria es limitado debido a nuevos participantes, en especial cuando la cantidad de estos es elevada, cada competidor debe superar barreras de entrada como son: economías de escala las cuales se encuentran constituidas por proveedores, quienes se encargan de producir altas cantidades de producto a un bajo costo; requerimientos de capital, esto induce a que las empresas se vean obligadas a invertir grandes cantidades; ventajas de los participantes independientes del tamaño, esto hace referencia a la existencia de beneficios en calidad y costo que no tengan los rivales; acceso a los canales de distribución, políticas de restricción por parte del

gobierno y el desafío deseado, cuando los participantes muestran su fuerza a los posibles nuevos retadores para disuadirlos a competir. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

La segunda fuerza es el poder de los proveedores, son quienes perciben más valor al aumentar los precios, limitando calidad y servicios, además de cambiar los costos entre los competidores de la industria. Estos pueden conseguir la rentabilidad de una empresa que es incapaz de difundir el incremento de costos a los precios propios. Un grupo es fuerte cuando se concentra en la industria a la que le vende, es decir, no depende de ella para obtener sus ganancias; los proveedores son poderosos cuando una organización no logra hacer que se enfrenten entre ellos para proporcionar mejores precios. Así mismo los proveedores ganan poder cuando no hay productos sustitutos de los bienes que ellos brindan. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

La tercera fuerza es el poder de los compradores, la gente obtiene mayor valor a precios más bajos y con mejor calidad al colocar a los rivales uno contra otro, cuyo objetivo principal es obtener más beneficio por disminuir el costo. Los consumidores son valerosos cuando son ellos quienes compran altos volúmenes; puesto que pueden poner a un proveedor en contra de otro y lograr abaratar el costo, haciendo uso de su influencia; también pueden crear el producto que adquieren del proveedor; o tienen capacidad de negociación con otros competidores de la industria. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

La cuarta fuerza es la amenaza de productos sustitutos, estos tienen una función similar a la de productos existentes, pero con medios diferentes. Siempre están presentes, aparecen de forma repentina y limitan precios y posibilidades de las industrias. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

Finalmente la quinta fuerza, rivalidad entre competidores existentes, está representada por distintos factores que pueden ser desde la disminución de los precios, el ingreso de nuevos productos, mejoras en el servicio y campañas de publicidad. La rentabilidad de la industria se ve afectada debido a la alta competitividad. La competitividad aumenta cuando existen diversos competidores que tienen igual poder y tamaño; las barreras de salida son altas y existe a veces afición por el negocio, los integrantes están comprometidos y aspiran ser líderes. En cuestión de competitividad siempre una empresa gana y la otra pierde. La competencia se da principalmente cuando una industria es capaz de mejorar la funcionalidad del producto como son: servicios de soporte, imagen, tiempos de entrega, logrando mejorar la percepción de valor de los clientes permitiendo aumentar los precios. (Estolano, Berumen, Ismael, & Mendoza, 2013)

Una vez analizadas las fuerzas que intervienen en el modelo, hay que mencionar, además la identificación de la segmentación en tres tipos básicos de ventaja competitiva conocidos como estrategias genéricas las cuales se basan en que, la ventaja competitiva forma la esencia de cualquier estrategia y que para poder lograrla es necesario el tomar una decisión. Si la industria quiere lograrlo, deberá escoger la clase que desea obtener y el ámbito donde lo desarrollará. Por ello, la frase “contentar a todo el mundo” es sinónimo

de mediocridad estratégica y de un desempeño limitado en base al promedio, porque significa que no existe una ventaja competitiva. A continuación, se mencionarán cada una de las estrategias adecuadas para lograr una ventaja competitiva. (Porter, 1987)

Liderazgo en costos, es cuando una empresa se establece como productora, ofreciendo bienes o servicios a costos bajos en referencia a los competidores dentro de la industria a la que pertenece.

Diferenciación, se logra cuando una empresa logra ser única dentro de la industria en donde se desarrolla ya sea por las dimensiones o características que muestre a los consumidores para que estos la elijan por encima de las demás compañías.

Enfoque, se da cuando una empresa logra fijarse de mejor manera en un determinado segmento o segmentos.

1.1.2. Teoría de la Gestión del Patrimonio Cultural

En primer lugar, es importante mencionar que la Gestión del Patrimonio Cultural es una agrupación de actividades las cuales tienen como objetivo proteger, conservar y difundir los bienes culturales, es decir, desempeñar una función que permita la transmisión de estas a futuras generaciones. Hay que mencionar, además que existen mecanismos, los cuales se han creado con la finalidad de entender de mejor manera la Gestión del Patrimonio Cultural, mismos que son: conocer, planificar, controlar y difundir. (Querol, 2010)

Querol también menciona que, el punto de partida de estos mecanismos es conocer, ya que para poder proteger, se debe tener conocimiento acerca de lo que se tiene y el

estado en el que este se encuentra, es necesario comprender que existe una variedad de cosas las cuales podrían llegar a formar parte del patrimonio cultural, ya sean estas muebles, inmuebles o inmateriales, aunque es posible que muchas veces no se sepa identificar lo que se tiene, debido a que hay varios tipos de Patrimonio como: bienes arqueológicos, que pueden estar enterrados y aun nadie los conoce, bienes etnográficos mismos que suelen estar socialmente ocultos, los inmateriales que son aquellos que no se pueden ver y finalmente los muebles que en algunos de los casos no han sido declarados dado que se encuentran en manos de particulares. (Querol, 2010)

Por otra parte, tenemos el planificar, el cual involucra numerosas y variadas actividades, destinadas principalmente a programar lo que se va a realizar con los bienes culturales a futuro. Estas actividades son manejadas por administraciones públicas, como son entidades involucradas con el medio ambiente, urbanismo, cultura e incluso con la educación. (Querol, 2010)

Hay que mencionar, además que se debe controlar las distintas normativas referentes a obligaciones para personas que poseen algún bien cultural, como para aquellas personas que habitan en uno y que buscan comerciar en ellos. Considerando que existen una serie de acciones inapropiadas, como es el expolio, faltas o delitos los cuales pueden ser penalizados por la ley, cabe recalcar que para que esto se cumpla, es imprescindible contar con gente que trabaje desarrollando actividades de control, seguimiento de denuncias, inspecciones, formación de personal especializado y concesión de autorizaciones, entre otros. (Querol, 2010)

Finalmente, el último mecanismo hace referencia a la difusión, la cual busca que la sociedad disfrute, conozca y valore los bienes culturales, ya que de lo contrario no tendría sentido que las administraciones protejan los bienes pertenecientes al pasado.

La gestión del patrimonio cultural está constituido por un conjunto de elementos de una cultura, tales como saberes, prácticas, expresiones, representaciones, técnicas, conocimientos y procesos, los cuales son de gran importancia para la sociedad, debido a que este es un importante elemento que permite mostrar su identidad y muchas veces incluso ayuda a comprender el pasado, el cual puede permitir gestionar problemas del presente y futuro. (UNESCO, 2014)

Para poder proteger al patrimonio es necesario el desarrollo de estrategias de gestión, las cuales permitan concretar y monitorear un determinado bien, teniendo en cuenta el entorno en el que está situado, considerando que los lugares del patrimonio no pueden protegerse de manera separada como es el caso de los objetos que se encuentran en un museo, es decir alejados de desastres naturales o artificiales e incluso cambios sociales que puedan producirse, entre otros; en efecto es de suma relevancia mencionar que la comunidad internacional hoy en día muestra interés en la conservación del patrimonio cultural, tomado en cuenta como un conjunto de sitios sociales y culturales de suma importancia y no simplemente como un grupo de monumentos o vestigios físicos del pasado, sino más bien aplicado a la gestión del patrimonio en centros históricos, sitios culturales en los cuales existe uso de la tierra o de los bienes. (UNESCO, 2014)

El contenido del término patrimonio cultural ha tenido varios cambios durante las últimas décadas, esto debido a los instrumentos los cuales fueron elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no solo se limita a la valoración de monumentos o colecciones de objetos, sino más bien abarca tradiciones o expresiones las cuales han sido heredadas de antepasados y transmitidas a generaciones futuras como las tradiciones orales, actos festivos, usos sociales, rituales, artes del espectáculo, conocimientos y prácticas referentes a la naturaleza y el universo, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. Como se citó en (Olivera, 2011)

El patrimonio cultural inmaterial es tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo. Sólo en algunas ocasiones carece de un pasado y es resultado de identidades nuevas, hay componentes inmateriales en el espacio que son: reales, pero no visibles más que a través de elementos materiales; irreales, pero que añaden valor y lugares de memoria, donde pueden quedar huellas materiales y elementos recordatorios o no. Complementariamente, el patrimonio cultural inmaterial lo conforman actividades y saberes que se manifiestan principalmente mediante fiestas populares, rituales y creencias, mitos, manifestaciones escénicas y espectáculos tradicionales, saberes tradicionales, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, tradiciones culinarias y fiestas gastronómicas y Habilidades artesanas. (Olivera, 2011, págs. 2-3)

1.2. Marco referencial

La teoría de la ventaja competitiva ha sido utilizada como una base importante para la explicación y análisis de productos y servicios, sin embargo en el tema del turismo sigue siendo escasa, es por esta razón que varios autores han presentado propuestas para la validación de esta teoría con el propósito de poder implementar planes de desarrollo turístico en distintas zonas del territorio, aunque la evaluación de los mismos ha mostrado que existe un enfoque más normativo que positivo, es decir, existe mayor cantidad de propuestas enfocadas a planes de desarrollo turístico las cuales no están encaminadas a la demostración de procesos. A través de la tesis denominada turismo, ventaja competitiva y desarrollo local se puede observar como esta teoría es adecuada para explicar los procesos de desarrollo turísticos en los municipios turísticos residenciales de España, enfocado a la comunidad de Valencia en donde se considera este patrón de comportamiento competitivo tradicional, basado en ventajas clásicas como son costes y factores básicos. (Perles, 2004)

Además Perles, menciona que basta con mirar el cambio que se ha producido en el desarrollo local de Calpe para entender que muchas de las actividades desarrolladas por este pueden adaptarse sin dificultad alguna a los diamantes de competitividad dentro de la ventaja competitiva, básicamente enfocados a dos de los diamantes principales que son, la implementación de nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC), y la cuantificación de los recursos humanos locales, brindando soporte a la puesta en marcha del aula informática del Ayuntamiento y acciones implementadas desde la

agencia de desarrollo local de las NTIC, como en talleres que tienen gran demanda en el mercado laboral de este municipio, las cuales son desarrolladas en la Casa de la Cultura “Jaume Pastor i Fluixá” en el año de 1999, desde su creación ha albergado sin parar a acciones formativas organizadas por distintas entidades o usuarios quienes en su gran mayoría se desenvuelven en el ámbito turístico. (Perles, 2004)

Por otra parte, Guijarro agrega que la competitividad en el tema de turismo como actividad económica y de desarrollo de un destino se basa en la manera en que un mercado maneja su capacidad para ser segmentado en grupos de clientes diferenciados, lo cual le permite ofertar actividades activas e individualizadas. Las organizaciones turísticas y administradores de destinos turísticos deben ir a la par con las tendencias del mundo actual, como son: tecnologías de la información y comunicación, que les permiten ingresar en el mercado y ofrecer servicios de calidad, aunque estén enfocados a un grupo específico como es el turismo cultural, las actividades deben adaptarse a nuevos comportamientos y exigencias de los consumidores, debido a que los turistas antes de visitar cierto atractivo ya han investigado y tienen conocimiento de lo que van a visitar incluso antes de viajar. (Guijarro, 2009)

Así mismo indica el análisis del capital humano como una estrategia para la competitividad del sector turístico misma que fue realizada por la universidad de Murcia en el año 2007; este mercado está enfrentando día a día nuevos retos y oportunidades, razón por la cual se ha visto la necesidad de enfocarse en nuevos factores y estrategias que logren garantizar la competitividad de las empresas dedicadas a este sector,

tomando en cuenta como eje principal el papel que desarrolla el capital humano en los distintos servicios turísticos, siendo este el elemento clave y diferenciador, capaz de proveer ventajas competitivas que destaquen el valor que tienen los intangibles dentro de este sector. (Guijarro, 2009)

En este artículo también expresa que el crecimiento de la actividad turística empezó básicamente con la oferta de productos de sol y playa, mismo que ofrecía paquetes turísticos a precios bajos, los cuales fueron adquiridos por medio de la estandarización y las economías a escala; Poon (1993), da a conocer cinco categorías de cambio para el turismo, en las cuales menciona a la nueva tecnología, condiciones del entorno, nuevos consumidores, estilos de gestión y nuevas formas de producción; Morgan (1998), a su vez describe la madurez del producto sol y playa, lo que causó una crisis turística los años noventa, debido a que hubo un cambio en el cual aportaba a los turistas una mayor experiencia viajera de manera cultural, esto a causa de varias razones como fueron el poco interés en la renovación de infraestructuras, turismo de bajo nivel y la conciencia medioambiental. Knowles y Curtis (1999), añaden que existe un deterioro medioambiental y dependencia de los tour operadores, ocasionado por el excesivo crecimiento turístico, mismo que ha producido un post-estancamiento de los destinos de turismo. Habría que decir también que el tema de turismo enfocado a sol y playa no es un tema viable a largo plazo, de modo que se han desarrollado nuevas tendencias en este mercado, como son una demanda más sofisticada con preferencia por destinos exóticos y lejanos, consumidores que buscan mayor calidad en los servicios. Como se menciona en (Bañuls, Ramón, & Sevilla, 2007)

Arizpe, manifiesta que el patrimonio inmaterial antes era denominado como tradicional o folclórico y que para que esto cambie tuvieron que pasar más de treinta años hasta que se aprobara en la convención internacional para la protección del Patrimonio Cultural Inmaterial realizada por la UNESCO en octubre del 2003, esto resulto difícil para algunos países debido a que existían asuntos sensibles referentes a grupos étnicos, culturales y también gobiernos nacionales, luego de esta convención en México se empezó a incluir a las culturas indígenas en el Museo Nacional de Antropología e Historia con la finalidad de mostrar que las culturas etnográficas y ambigüedades forman parte de una misma cultura, así como programas culturales, que incluían temas urbanos y neo indígenas. Por otra parte, Japón y Corea empezaron a desarrollar programas a nivel nacional a los que llamaron tesoros vivientes y mediante estos honraban a los maestros en las artesanías y artes quienes transmitían su conocimiento y habilidad a quienes estaban interesados en aprender este tema y de esta manera evitar que lo olviden. (Arizpe, 2006)

Pese a todo esto, el patrimonio cultural inmaterial es una pieza importante para el mantenimiento de la diversidad cultural teniendo en cuenta la creciente globalización que existe en la actualidad. El comprender y saber interpretar el patrimonio cultural inmaterial de las distintas comunidades aporta a la charla entre las diferentes culturas y promueve también el respeto hacia otros modos de vida. La importancia del patrimonio cultural inmaterial no se basa en la manifestación cultural, sino en el grupo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor económico y social para la transmisión de conocimientos es adecuado para los grupos sociales pequeños y grandes de un lugar específico y reviste la importancia que este tiene tanto para los

países en proceso de desarrollo que para los países ya desarrollados. (Olivera, 2011, pág. 664)

Gómez también habla de una nueva perspectiva en el Ecuador en donde el patrimonio cultural inmaterial, es entendido como elemento, vehículo o como ámbito, la lengua es constituyente del patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, el concepto de patrimonio no es unívoco, puede ser aplicado en varios niveles de la organización social, que van de lo global a lo local, pasando por lo nacional. Tampoco es monovalente, porque se le pueden atribuir diferentes valores según el nivel de que se trata o dentro de un mismo nivel. (Gómez, 2012, págs. 21-25)

Según Medina, la globalización es aquella que toma en consideración diferentes fenómenos propuestos desde una perspectiva orientada a la transnacionalización de la producción económica, esta implica un cambio sustancial de la economía enfocada a industrias productivas y su perfeccionamiento, las cuales son compatibles con las necesidades del mercado mundial, donde las organizaciones más prestigiosas, son susceptibles a la competencia, para las cuales la única ventaja competitiva está fundamentada en la habilidad que se tiene para crear estrategias encaminadas a la identificación, intermediación y resolución de problemas. (Medina, s.f)

Se debe agregar que en el ambiente empresarial existen dos dimensiones importantes que son: el macro ambiente, mismo que comprende las fuerzas a nivel general las cuales están implicadas en el comportamiento del sector y de la compañía en particular estas fuerzas son de carácter económico, cultural, político, demográfico, social, jurídico,

ecológico y tecnológico; a diferencia del micro ambiente el cual se refiere al estudio de la economía en donde se desempeña la empresa , es decir conjuntos de organizaciones que producen bienes o servicios iguales o similares. (Baena, Sánchez, & Montoya, 2003)

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Ventaja competitiva:

“La ventaja competitiva constituye un elemento diferenciador en una empresa basada en sus características, ya sea en un producto o servicio que los consumidores perciben como único”. (Guías de gestión de la pequeña empresa, 1995)

1.3.2. Patrimonio Cultural Inmaterial:

“El patrimonio cultural es considerado como una agrupación de objetos materiales e inmateriales, pasados y presentes, que determinan a un pueblo: indumentaria, lenguaje, bellas artes, literatura, tradiciones, danza, música, artesanía, gastronomía, manifestaciones religiosas, historia y restos materiales, el decir el patrimonio histórico”. (García, 2011, pág. 16)

1.3.3. Organización

“Es agrupar, estructurar y ordenar en referencia al tamaño y giro de la empresa, la autoridad, el trabajo, los equipos, la departamentalización, responsabilidad y grupos, para que se cumplan con eficacia y eficiencia los planes definidos”. (Luna, 2015, pág. 74).

1.3.4. Sistema territorial:

“Es la interrelación dinámica del medio físico, la población que habita en él, sus actividades económicas y productivas y los medios de relación”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014)

1.3.5. Estructura organizacional:

Strategor, (1988) define “Conjunto de funciones y relaciones que determinan de manera formal las funciones que cada unidad deber ejecutar y el modo de comunicación entre cada una”. (Universidad de Champagnat, 2002)

1.3.6. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo:

“Comprende varios elementos como son: saberes de los pueblos indígenas, conocimientos ecológicos tradicionales, los conocimientos sobre la fauna y flora de la localidad, medicinas tradicionales, creencias, cosmologías, rituales, los ritos de iniciación, las prácticas chamánicas, festividades, idiomas y artes visuales. (UNESCO, s.f.)

1.3.7. Artes del espectáculo:

“Las artes del espectáculo van desde la música instrumental o vocal, el teatro, la danza, poesía cantada y otras formas de expresión. Abarcan expresiones culturales que evidencian la creatividad humana y que se encuentran también en otros ámbitos del patrimonio cultural inmaterial”. (UNESCO , s.f.)

1.3.8. Usos sociales, rituales y actos festivos:

“Engloban costumbres de la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y apreciados por sus integrantes, se practican en público como en privado, están vinculados con acontecimientos significativos”. (UNESCO, s.f.)

1.3.9. Competitividad:

“La competitividad es la manera en que una empresa ejecuta sus actividades y organiza toda su cadena de valor para lograr una ventaja competitiva y un buen posicionamiento de la empresa en su industria”. (Morales & Pech, s.f, pág. 52)

1.3.10. Diferenciación del producto:

“La diferenciación de productos se relaciona con la existencia de diferentes niveles de calidad en la producción de un bien, con el espacio donde se produce y con las preferencias de los consumidores”. (Martínez, 2005)

1.3.11. Canales de distribución:

“También conocido como canal de marketing, es el conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del cliente final”. (Velazquez, 2012)

1.3.12. Rivalidad entre competidores:

“La rivalidad entre los competidores es aquella que busca mejorar el lugar en el que se encuentran las empresas competidoras usando tácticas como batallas publicitarias, competencia en precios, introducción de nuevos productos e incrementos en el servicio al consumidor o de la garantía”. (Porter, El análisis de las fuerzas competitivas, 1997)

1.3.13. Publicidad:

“La publicidad es el conjunto de técnicas de comunicación que utiliza el marketing de las empresas para dar a conocer a los consumidores sus productos y ofertas”. (Fernández, 1997, pág. 105)

1.3.14. Redes sociales:

“Son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios compartir información, relacionarse, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto”. (Orihuela, 2008)

1.3.15. Guía turística:

“Llamada también guía de viaje, es un libro para viajeros que proporciona detalles sobre un destino o área geográfica, un itinerario en particular, es el equivalente escrito de un guía turístico”. (López, 2013)

1.3.16. Cultura:

“Todo complejo que incluye las creencias, el conocimiento, la moral, el arte, las costumbres, el derecho y otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre”. (Gómez, 2007, pág. 3)

1.3.17. Destino turístico

“Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares, que cuenta con atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista”. (Programa de cooperación al desarrollo económico, 2014)

CAPÍTULO II

2. Marco Metodológico

2.1. Enfoque de investigación Mixto

El enfoque de investigación será mixto; es decir cualitativo ya que son conocimientos que posee la comunidad de tipo práctico y funcional, tienen que ver con la interacción, las prácticas sociales y experiencias transmitidas de manera cotidiana tales como costumbres y tradiciones, orientado a la acción, la interacción y prácticas sociales. Además, será cuantitativo porque se va a objetivar el fenómeno de estudio a través de la medición, u otras operaciones como la clasificación y el conteo, para realizar de mejor manera el análisis se realizarán entrevistas las cuales permitirán obtener la información necesaria para seguir adelante con la investigación. (Quecedo & Carlos, 2002, pág. 7)

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Por su finalidad Aplicada

La investigación en cuanto a su finalidad será aplicada, ya que se basa en investigaciones prácticas enfocadas a diagnósticos, los cuales se llevan a cabo tras el proceso de aplicación de encuestas, entrevistas o cuestionarios, de esta manera se establecen las necesidades o problemas que repercutan en un sector o una situación de la realidad social. Por lo tanto, mediante esta se busca incrementar el conocimiento acerca del patrimonio cultural inmaterial de la parroquia y sus pobladores para poder resolver la problemática existente.

2.2.2. Por las fuentes de información Mixto

Es la recolección de datos por medio de técnicas documentales como son libros, papers, revistas especializadas e información obtenida de fuentes como el Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Adicionalmente se aplicará una investigación de campo, ya que habrá contacto directo con los pobladores mediante las entrevistas y encuestas a realizarse para la obtención de la información necesaria acerca de costumbres, tradiciones, vestimenta y formas de preparación de los alimentos, festividades, juegos y leyendas.

2.2.3. Por las unidades de análisis Mixto

Se determina que las unidades de análisis serán de carácter mixto, se tomará en cuenta el lugar donde se realizará el levantamiento de la información; un análisis Insitu o también conocido como de campo tomando en cuenta a la parroquia San José de Minas por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) y los moradores. Así mismo, será de laboratorio, en virtud de controlar las variables objeto de estudio para depurar e interpretar la información obtenida.

2.2.4. Por el control de las variables No experimental

La Investigación es no experimental en vista de que se desarrolla sin trabajar, manipular, direccionar o intervenir con las variables independientes por parte del investigador de hechos o fenómenos que ya ocurrieron, otro nombre con que se conoce es investigación ex post facto, las variables se relacionan de forma natural entre ellas y

se analiza la forma en que se presentaron los hechos. Por otra parte, ya que la información del objeto de estudio se recopilará en un solo momento durante la investigación, de tal manera de denotar la realidad actual de la parroquia a ser analizada. (Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, 2004, pág. 24)

2.2.5. Por el alcance Descriptivo

La investigación es de tipo descriptivo, puesto que se busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, además mide de manera independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran en medir con mayor precisión posible. Se especificará las propiedades importantes que posee la comunidad como son sus festividades, costumbres y tradiciones para ser sometidas a análisis, éstas nos permitirán medir y evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes a investigar. (Hernández, Fernández, & Pilar, 2003, pág. 50)

2.3. Hipótesis (De ser el caso. Estudios: empírico y teórico)

En esta investigación No aplica

2.4. Instrumentos de recolección de información Varios

Se realizará entrevistas al presidente del GADSJM y encuestas a los turistas y moradores de la parroquia con la finalidad de identificar celebraciones, leyendas, costumbres y tradiciones que esta tiene, las mismas que se han sido transmitidas a las actuales generaciones.

Finalmente, la observación ya que se visitará el lugar, se convivirá con la comunidad y se analizará cada uno de los aspectos a estudiar.

A continuación, se muestran los instrumentos de recolección de información:

- **Recolección bibliográfica**

Recopilar información de papers y libros referentes al patrimonio cultural inmaterial y ventaja competitiva los cuales sirvan de aporte y sustenten el desarrollo del proyecto, principalmente para la elaboración del marco teórico, referencial y conceptual.

- **Encuestas**

Medio destinado para determinar el motivo de viaje, necesidades de los turistas y motivación de este para participar en actividades referentes al patrimonio cultural inmaterial. Anexo 1 – Anexo 3

- **Fórmula de la muestra para los habitantes de la parroquia**

Ecuación

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

Donde:

- z (nivel de confianza) =95%, 1,96
- p (éxito)=0.5
- q (fracaso)= 0.5
- e= 5%, 0,05

- N= 7243 habitantes

$$\frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 7243}{0.05^2(7243 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$\frac{6956.1772}{18,105 + 3,8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$\frac{6956.1772}{18,105 + 0,9604}$$

$$\frac{6956.1772}{19,0654}$$

$$n = 365$$

Fórmula de la muestra para los turistas

Ecuación

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

Donde:

- z (nivel de confianza) =95%, 1,96
- p (éxito)=0.5
- q (fracaso)= 0.5
- e= 5%, 0,05
- N= 196 turistas

$$\frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 196}{0,05^2(196 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$\frac{188.2384}{0.4875 + 3,8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$\frac{188.2384}{0.4875 + 0.9604}$$

$$\frac{188.2384}{1.4479}$$

$$n = 130$$

- **Entrevistas**

Se utilizará este instrumento con el fin de verificar la importancia que tiene la actividad turística dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para el desarrollo económico de la parroquia, este permitirá conocer el punto de vista que tiene el presidente del GADSJM quien será la persona a quien ira dirigida la misma.

Anexo 2

2.5. Procedimiento para recolección de datos Varios

Para la presente investigación se aplicará la técnica documental, ya que se indagará en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia e investigación a través de la página del Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura y Ministerio de Turismo, entre otros. Por otro lado, se aplicará la técnica de campo, debido a que se acudirá al

lugar para la realización de encuestas y entrevistas antes mencionadas con la finalidad de investigar el patrimonio cultural inmaterial que posee la parroquia.

2.6. Procedimiento para tratamiento y análisis de información Estadística descriptiva

Una vez obtenidos los resultados se procederá a un análisis estadístico descriptivo que consiste en la obtención, análisis y descripción del conjunto de datos mediante el uso de tablas o gráficos con la finalidad de facilitar su interpretación.

CAPITULO III

3. SAN JOSÉ DE MINAS

3.1. DATOS GENERALES

3.1.1. Antecedentes

La parroquia San José de Minas es un espacio dentro de la zona quiteña, conocida también como frontera cultural y étnica, sitio seguro y abrigo para sus pobladores desde tiempos prehispánicos. Dicho lugar sirvió de refugio para los indígenas; años más tarde las autoridades eclesiásticas lo convirtieron en un pueblo en el que fueron construyendo una iglesia, plaza, calles, escuela y cementerio con la finalidad de agrupar a la población; constituyó para los llegados de otras tierras un hogar con una tierra prodigiosamente fecunda, con suelos fértiles y nichos ecológicos diversos en donde se pueden cultivar desde tubérculos hasta frutas tropicales, también a pocos minutos desde climas gélidos de los páramos a temperaturas subtropicales de las tierras bajas, atravesando pisos templados. Se puede destacar una abundante flora y variedad de animales silvestres. (Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

Para el año de 1870 el Concejo Municipal de Quito, aprueba la creación de la nueva parroquia civil San José de Minas. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial San José de Minas, 2015),

Según Coba Robalino, en los años de 1880 la parroquia alcanzo el mayor número de habitantes llegando casi a los 10 mil, pero años más tarde empezó la migración de la gente autónoma hacia otras regiones. Por otra parte, según el censo de 1922, la

parroquia contaba con 5000 habitantes de los cuales la mayoría eran blanco mestizos y apenas 600 fueron catalogados como indígenas, es importante mencionar que a través de los censos realizados en años siguientes se ha logrado definir que en la actualidad la población que predomina en la parroquia es de origen mestiza y un considerable grupo de gente indígena. (Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.1.2. Límites y extensión

Este territorio se encuentra a 80 kilómetros de la ciudad de Quito, dentro de un valle ubicado en las estribaciones montañosas que conforman el Nudo Mojanda Cajas. La zona alcanza los 2.480 metros sobre el nivel del mar, con una extensión de 304 Km² cuya temperatura bordea los 16 grados centígrados.

Sus límites son:

- ✓ Norte: Otavalo
- ✓ Sur: San Antonio de Pichincha
- ✓ Este: Perucho, Chavezpamba, Atahualpa
- ✓ Oeste: Nanegal

(Alcaldía Metropolitana de Quito, s.f.)



Figura 1. Mapa de la parroquia “San José de Minas”

Fuente: (Wikimedia Commons, 2018)

3.1.3. Demográfico

El comportamiento demográfico muestra que en años pasados el número de habitantes que existían en la parroquia eran elevados siendo su población aproximadamente de 10000 habitantes, con el pasar del tiempo estos fueron disminuyendo debido a que muchos de los moradores se han visto obligados a migrar por motivos de estudio o trabajo, razón por la cual a través del censo en el año 2010 se verifica que, en la provincia de pichincha, cantón Quito, parroquia San José de Minas cuenta con una población de 7243 habitantes. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010)

3.1.4. Económico

San José de Minas es una parroquia la cual cuenta con una base económica principalmente agropecuaria, tomando en consideración la incursión en actividades de agroindustria y de exportación, la cual cuenta con una superficie de 34.580 hectáreas de tierras fértiles en las cuales se puede destacar una variedad de productos como son: fréjol, maíz, camote, zanahoria, zapallo, tomate de árbol, papas, babaco, limón, chirimoya, melloco, caña de azúcar, plátano, taxo, granadilla, tomate riñón, naranjas, mandarinas, cacao, limas, entre otros. Por otra parte, la mayoría de los moradores realizan el queso y la panela de manera artesanal al igual que la preparación de los alimentos en cocinas de leña para el consumo interno. Habría que decir también que la floricultura ha incrementado su nivel de exportación y comercialización, así como se desarrolla la apicultura como alternativa en la que distingue el vino de miel de abeja. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas, 2015)

3.1.5. Educación

El nivel de instrucción que han tenido los moradores de edad avanzada en su gran mayoría ha sido hasta la educación primaria, por lo cual muchos de ellos desconocen algunos temas como es el caso del turismo y los elementos que este engloba, en la actualidad la parroquia cuenta con varios centros educativos de educación primaria y secundaria, sin embargo muchos de los jóvenes al terminar dichas etapas, migran hacia la ciudad para continuar con sus estudios en institutos, universidades o motivos de trabajo y es por dichas razones que muchos se profesionalizan pero no vuelven a la parroquia. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas, 2015)

3.1.6. Salud

La parroquia cuenta con un subcentro de salud público el cual es atendido por un médico, una enfermera, un odontólogo, una obstetra, un auxiliar de enfermería, un auxiliar de farmacia, un inspector de salud, gineco obstetricia, un conserje para las áreas de hospitalización, hidratación y consulta externa.

3.1.7. Turismo

San José de Minas es una parroquia que empieza a desarrollarse turísticamente gracias al interés de las autoridades cuyo objetivo principal es posicionar a SJM como destino turístico, por la diversificación de atractivos que posee como paisajes inigualables, pajonales andinos y bosques primarios. Sus áreas naturales permiten al turista realizar caminatas, observar aves, ciclismo de montaña, downhill y recorridos por las “tolas funerarias” mismas que datan de la época preincaica e inca. (Gallegos, 2014)

Hay que mencionar además que hace algunos años atrás se llevo a cabo el proyecto denominado “La Ruta Escondida”, el cual cuenta con el apoyo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las cinco parroquias involucradas como son; Puéllaro, Perucho, Chavezpamba, Atahualpa y San José de Minas, el cual se basa en una visita durante las fiestas patronales de cada uno de estos lugares en donde el turista pueda participar en las ferias ganaderas, gastronómicas y agrícolas, música, juegos tradicionales, encuentros de danza, cabalgatas, ciclopaseo, bandas de pueblo, artes escénicas y otras expresiones culturales propias de cada lugar con el fin de promocionar y difundir cada uno de los atractivos que poseen las zonas. (Cajas & Cevallos, 2015)

Así mismo la parroquia reconoce al turismo como una posibilidad de mejorar la calidad de vida de su población, mediante la conservación de sus recursos naturales, revitalizando su identidad y cultura.

San José de Minas además guarda gran patrimonio cultural inmaterial el cual podría ser utilizado para el fomento de las actividades turísticas y medio de atracción para los visitantes a través de juegos, leyendas y festividades.

3.2. Organización

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San José de Minas está conformado de la siguiente forma:

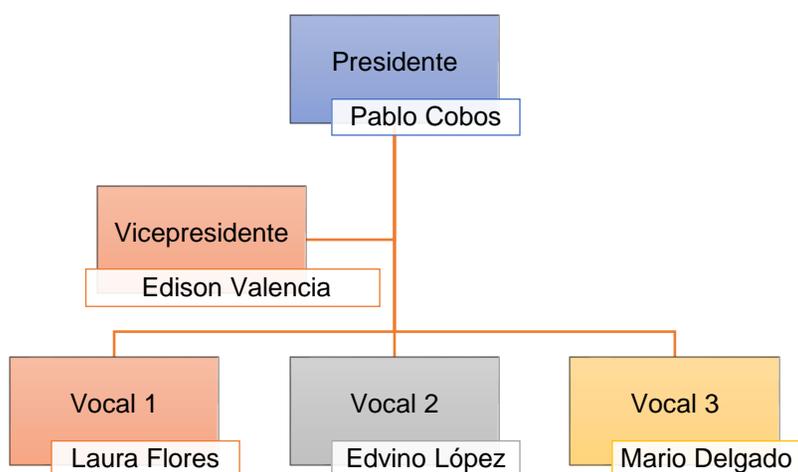


Figura 2. Organigrama funcional GADSJM

Obligaciones de cada uno de los participantes:

Vicepresidente: encargado de asuntos referentes a cultura, turismo y deportes.

Vocal 1: Vialidad, salud y ordenamiento territorial.

Vocal 2: Seguridad, producción y ambiente.

Vocal 3: Educación, deportes, cultura y ordenamiento territorial.

3.3. Patrimonio Cultural Inmaterial

Es aquello que crea en la sociedad un vínculo entre el pasado y futuro a través del presente, este es representativo y se ve reflejado mediante tradiciones, costumbres y técnicas las cuales se transmiten de una generación a otra guardando su identidad y respetando la diversidad cultural. (Hernández L. , 2011)

3.3.1. Juegos Populares

3.3.1.1. El cabe

Es una actividad la cual se desarrolla en espacios públicos mismos que tengan sitios planos, curvas, bajadas y subidas. Para esta actividad se involucran tanto hombres como mujeres ya sean estos jóvenes o adultos. En el juego suelen participar seis equipos contrincantes, conformados por seis u ocho personas cada uno, la distancia es definida dependiendo del número de jugadores. La partida no tiene un tiempo definido, depende de la habilidad de los jugadores, aunque en promedio dura dos horas y media. Los implementos utilizados son el trompo, la piola o cordel, y la “cuyumba” (rodela de madera).

El juego consiste en lanzar el trompo y golpear con él la rodela con precisión y fuerza, haciéndola recorrer la mayor distancia posible. Un juez de cada equipo señala en cada lanzamiento el punto donde frenó o llegó la bola y del cual debe lanzar el siguiente jugador del mismo equipo. Una vez que realizan el lanzamiento cada uno de los integrantes del equipo es una ronda. El objetivo es que el equipo logre completar el recorrido o circuito establecido con el menor número de golpes o cabe. En otras palabras, el equipo ganador es el que llega con menos “cabe” (número de lanzamientos) a la meta. La intención de cada equipo es mejorar la distancia en cada “cabe” para poder llegar más pronto. Al terminar el circuito completo un juez suma el número de “cabe” de cada jugador, y determina el número de cabe de cada equipo para completar la ruta. Al fin los jueces de cada equipo cuentan y comparan el número de cabe de cada equipo y seleccionan los finalistas y ganadores. Uno de los reglamentos es que todos los integrantes del equipo lancen un cabe por ronda manteniendo el mismo orden, asegurándose la participación alternada de cada uno. Además, los jueces y jugadores tienen la obligación de cumplir con el reglamento, por ejemplo, sancionar si un jugador “sopla” o avienta la bola, especialmente en las partes en que el camino es descendiente. Asimismo, verificar cuando la bola es frenada por algún compañero del mismo equipo o de otro equipo, por lo que se puede rectificar el lanzamiento.



Figura 3. Elaboración “El Cabe”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza



Figura 4. El Cabe”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza



Figura 5. Juego “El Cabe”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza

3.3.1.2. Torneo de cintas

“Espinoza comenta como se lleva a cabo el desarrollo de uno de los juegos tradicionales de la parroquia” (G. Espinoza, comunicación personal, 10 de abril del 2018)

El juego consiste básicamente en colocar dos palos de extremo a extremo con una cuerda amarrada a lo alto, en estas van colocadas cintas las cuales están cocidas y cada una cuenta con una argolla; el jinete debe pasar con un esfero o un clavo y pasarle por la argolla para poder romperla, si se saca la cinta depende del color de esta para la entrega el premio conseguido, este juego se lo realiza generalmente en las fiestas de la parroquia o independientemente por cada barrio.



Figura 6. “Torneo de Cintas ”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza

3.3.1.3. Carrera de caballos

“Espinoza comenta como se lleva a cabo el desarrollo de uno de los juegos tradicionales de la parroquia” (G. Espinoza, comunicación personal, 10 de abril del 2018)

Consiste en colocar un punto de partida y uno de llegada, la distancia y el tiempo depende de los organizadores de la carrera, al final se premia al jinete ganador, dicha carrera se realiza en fiestas de la parroquia e independientemente de cada barrio.

3.3.1.4. Juego del arriero

“Espinoza comenta como se lleva a cabo el desarrollo de uno de los juegos tradicionales de la parroquia” (G. Espinoza, comunicación personal, 10 de abril del 2018)

Consiste en amarrar dos fundas en el espaldar del caballo, a este nadie lo monta, no es domado por nadie, este ve gente y se espanta y se corre, entonces se arman grupos de 5 o más personas y todos montados a caballo deben lograr atrapar a este indomable, el grupo o la persona que lo atrape es el ganador del premio y es el declarado arriero.

3.3.2. Fiestas Populares

3.3.2.1. Fiestas patronales de San José - 19 de marzo

En esta celebración se lleva a cabo el desfile de la confraternidad, donde participan varias comparsas y carros alegóricos los cuales son dirigidos por las instituciones educativas. Además, se realizan juegos tradicionales, toros de pueblo, peleas de gallos, eventos artísticos y ferias artesanales y agrícolas.



Figura 7. Desfile “Fiestas San José”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza



Figura 8. Desfile “Fiestas de San José”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza



Figura 9. Desfile “Fiestas de San José”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza

3.3.2.2. Fiestas de fundación y veneración a la Virgen de la Caridad

14 de septiembre

Se organiza el pregón, en donde se elige a la reina de la parroquia, también se llevan a cabo diferentes actividades como la posta atlética, quema de la chamiza, Festival de El Morochillo de Oro, y el albazo mineño.



Figura 10. Imagen “Virgen de la Caridad”
Fuente: Fotografía de Jhoselin Andrade

3.3.2.3. Fiestas de la Virgen de la Caridad 24 de septiembre

En las fiestas de la Virgen, se realiza un festival musical en donde se incluye también el paseo del chagra y la chamiza. Los últimos días del mes se organizan bailes y comparsas, concurso de gallos, juegos tradicionales y toros populares.



Figura 11. Desfile “Fiesta Virgen de la Caridad”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza



Figura 12. Desfile “Fiestas de la Virgen de la Caridad”
Fuente: Fotografía de Gabriel Espinoza

3.3.2.4. Semana Santa Marzo/abril

Organización de la procesión para conmemorar la Semana Santa. Las familias suelen preparar el plato típico de la fecha, la Fanesca, para luego compartir con los vecinos. (Alcaldía Metropolitana de Quito, s.f.)

3.3.3. Gastronomía

3.3.3.1. El auge del agua ardiente

Desde los primeros siglos coloniales, en la cuenca alta del río Guayllabamba se constituyó en el escenario predilecto para la producción de caña de azúcar. En un inicio el cultivo de la caña se destinó para la elaboración de la panela, miel y azúcar, muy pronto la producción de aguardiente desplazó la importancia de aquellos productos. Algunos de los barrios de esta parroquia se dedicaron exclusivamente al cultivo de la caña y al destilamiento del aguardiente y elaboración de panelas, es importante destacar que en la actualidad aún se sigue sembrando caña, en los sectores de El Meridiano, Barrio Nuevo, La Calera, esta planta ya no es la única que se cultiva de manera intensiva y extensiva ya que la economía local ahora ha sido reemplazada por una variedad de maíz llamada morochillo. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4. Leyendas

3.3.4.1. Leyenda del padre encantado

El cerro de Tsuntsurumi es también conocido como el “Padre Encantado” esto se debe a que algún tiempo atrás un religioso de Otavalo ingreso en misión a Minas por la ruta de Pisabao y cuando este llego a los páramos de Pirujo y Cumalpi decidió pasar la noche en este lugar. Él y sus acompañantes quienes llevaban un gallo y una campana se quedaron dormidos, pero misteriosamente desaparecieron en aquel sitio y jamás se los volvió a encontrar por más esfuerzos que se hicieron para dar con su paradero. Lo único que encontraron fue la fogata que habían hecho. Cuentan algunas personas que han los Viernes Santos, fecha en la que desaparecieron, se escucha el canto de un gallo y el tañido de una campana.

Por otra parte, los vecinos del centro comentan que el cerro Ninamburo solía relampaguear y bramar con bastante frecuencia hace unos años atrás. Algunas personas pronosticaban el clima a través de dichos ruidos, ellos creían que cuando tronaba mucho era un anuncio de que se acercaban temporadas secas.

Los ruidos del Ninamburo eran bastante fuertes, a tal punto que la gente pensaba que este era un volcán y que este estaba a punto de erupcionar, algunos osados ascendieron hasta la cima para saber lo que sucedía y fue ahí cuando se dieron cuenta de que esta tenía una boca de dos metros de diámetro, y que a parecer alguien decidió caldear algunos ladrillos y lanzarlos en el cráter, con lo cual el cerro volvió a su sosegado reposo. También cuentan que en el cerro existe una laguna la cual temen, ya que consideran esta

pueda desbordarse e inundar al centro poblado. A esta laguna se puede ingresar por una cueva que hay en una de sus estribaciones. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4.2. Leyenda de las brujas Arias

Una de las leyendas más conocidas en el sector de San José de Minas es la de las Brujas Arias, se cuenta que eran tres hermanas de apellido Arias: Pacífica, Quintera e Isabel; quienes conocían oraciones, encantamientos y pociones que les proporcionaba la capacidad de volar y cuyo poder fundamental era la permutación de seres humanos en animales (gallos, serpientes, entre otros). Las brujas seducían a los moradores con sus creencias y les hacían participar activamente en rituales realizados en altares ceremoniales ubicados bajo un árbol grande de aguacate localizado en el barrio Alance, cercano al complejo de tolas prehispánicas. En las reuniones, curaban brujeías, concedían favores y solucionaban problemas a cambio de dinero, joyas, animales o productos agrícolas. Durante el ritual, las brujas Arias embriagaban a las personas y les hacían bailar alrededor del árbol de aguacate y repetirlas palabras “fai, fai, fai, fai, fai, fai, fai, fai”, dejándolos inconscientes. A fines de 1864 un ermitaño que vivía en la cima del cerro Ninamburo, conocido como el Zambrano, se unió a las brujas en sus ritos. Al final de la ceremonia baja a caballo y aprovechaba para robarles todas sus pertenencias a los asistentes. Según los pobladores, era común observar a las brujas volando, generalmente, vestían unos follones grandes o enaguas, sombrero y pañalón. Siempre antes de despegar realizaban el conjuro “De villa en villa, sin Dios ni Santa María”. En las

noches o madrugadas, mientras silbaban, sobrevolaban las viviendas y se posaban sobre los techos de paja. Los moradores dejaban de hacer ruido en el interior, rezaban y ellas alzaban vuelo. Las personas podían hacerles aterrizar o caer a las brujas poniendo objetos en forma de cruz (tijeras, ponchos, entre otros). Además, ellas como venganza transformaban a las personas en animales: “un señor que madrugaba a hacer pastar a la yunta, un día encontró en el camino una culebrita, entonces, alzó el acial y le dio en todo el pescuezo y la culebra se paró hecho gente pues había sido un compadre encantado que andaba gateando”, “un hombre, Cecilio Sánchez, se había enamorado de una bruja que estaba casada, entonces, se iba a donde ella los domingos y cuando iba el marido, ella le hacía gallo y le dejaba amarrado en la calle”. Cuenta la leyenda que las Brujas Arias desaparecieron definitivamente después de la quema del árbol grande de aguacate en Alance. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, s.f)

3.3.4.3. Leyenda del duende

Uno de los personajes míticos más representativos en toda la zona norcentral es el duende. Éste, generalmente, es descrito como un hombre feo por su aliento, bien pequeñito, con una altura de 60 a 80 cm y nariz puntiaguda, viste un sombrero muy grande de color plomo oscuro, traje verde claro y zapatos similares a la piel del sapo. Es común que se asomen en altas horas de la noche o a la madrugada, cuando aún está oscuro; por lo general, se los ve en ríos, ramales, acequias, quebradas, casas abandonadas y oscuras, terrenos solitarios y árboles de taxo y capulí. El duende no es un ser maligno, es muy travieso y juega con los niños/as entre las huertas. Se aparece a

los hombres cuando están borrachos y a las “malas personas”. Además, se enamora de las mujeres bonitas de cabello largo y ojos grandes, muestra diamantes o cosas de valor a aquellas personas de la cuales se enamora. Existen algunas estrategias para ahuyentarlo, entre las cuales destacan pronunciar malas palabras, golpearlo o portar objetos bendecidos por el santo padre y lanzarle semillas de ají o estiércol de todo animal. Una de las narraciones más comunes describe la situación de una joven que cautivó a uno de estos seres sobrenaturales. Cuentan los interlocutores que se trataba de una chica pobre que vivía sola con su madre y que se dedicaba a la recolección y venta de leña, debido a lo cual frecuentaba regularmente el bosque, particularmente en el sector del camino a Otavalo. Cuentan que, con el tiempo, el duende le esperaba con los guanguitos de leña para vender hechos y que incluso algunas veces la ayudaba a cargarlos. Al parecer el duende también le entregaba dinero a la muchacha, quién lo utilizaba para comprar vestidos y cubrir sus necesidades. La narración describe distintas situaciones en las que esta relación se hace pública. Por ejemplo, el pasaje al respecto del matrimonio de la joven. Llegado el día de la ceremonia, el duende le da instrucciones a la muchacha de utilizar solamente el vestido que él le entrega y le asegura que no impedirá su boda pero que tampoco se alejará de ella. La muchacha obedece las disposiciones del duende y se realiza la ceremonia. Los interlocutores cuentan que el duende presenció la liturgia y que, al salir de la Iglesia, levantó un viento fortísimo que desnudó completamente a la novia. Situación que divirtió muchísimo al duende. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, s.f)

3.3.4.4. Leyenda del Cuichi

Una vieja tradición narra que un arriero solía enviar en las tardes a su hija a una Ciénega llevando las mulas para que pasaran ahí la noche. A la madrugada, la muchacha regresaba para ver a los animales. Con el pasar del tiempo, el arriero se dio cuenta que a su hija le estaba creciendo la barriga, entonces imaginando lo peor, empezó a castigarla y lastimarla hasta dejar su espalda lacerada, la pobre muchacha no sabía lo que ocurría para que su padre la tratara de esa manera. Cuando llegó el día de dar a luz, llamaron a una partera, quien la ayudaría, pero en ese momento empezaron a salirle del vientre: lagartijas, sapos y otras sabandijas de las Ciénegas. En ese instante la partera se dio cuenta de lo que sucedía y llamó inmediatamente al padre de la muchacha para indicarle que su hija nunca estuvo embarazada sino enferma al tal punto que la muchacha falleció horas más tarde. La hija del arriero había sido presa del Cuichi, el Arco Iris que mora en las Ciénegas cuando empieza a lloviznar o empieza a caer la neblina. Cuenta la gente que el cuichi tiene la cabeza de burro y persigue a las jovencitas. Es por esta razón que los padres no dejaban salir a sus hijas cuando el clima estaba de esta manera. Se cree que para ahuyentarlo se halaban las orejas de los perros con el propósito de que estos chillaran o incluso se golpeaban las palas de hierro sobre las piedras, porque solo esos ruidos espantaban al cuichi. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4.5. Leyenda del lobo

Un viejo relato de los Andes Ecuatoriales, también está presente en San José de Minas misma que cuenta que en un inicio el lobo fue un muchacho vago a quien los padres mandaban a trabajar diariamente, con una buena vianda, razón por la cual creían que debía haber hecho prosperar un gran chacra. Pues muchos eran los días que llevaban trabajando por lo cual la comida que tenían era mucha más de la que esperaban, deseosos de saber cómo estaba la chacra los padres fueron a ver los resultados del trabajo, pero cuando llegaron al lugar se llevaron una gran sorpresa e indignación debido a que encontraron a su hijo Antonio acostado a la sombra de una piedra grande y sin la mínima señal de que hubiera trabajado en aquellas tierras, al descubrir el engaño la madre cogió la palonra (palo que se utiliza para hacer huecos y sembrar), que solía llevar el muchacho y lo golpeo diciéndole “vago sinvergüenza en lobo te has de convertir”. Fue una maldición que pronto se hizo realidad, es por esta razón que los campesinos creen que el lobo es aquel muchacho. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4.6. Leyenda de los flagelos del agricultor y su protectora

En el año de 1927, en el pueblo y sus alrededores apareció gran cantidad de ratas que empezaron a destruir no solo las cesteras sino también los bienes de los vecinos, ropa, víveres, objetos de cuero, muebles e incluso atentaron contra la vida de los niños que dormían indefensamente en sus cunas. La presencia abundante las ratas produjo una peste bubónica en la zona, razón por la cual se provocaron muchos fallecimientos.

Al volverse esta peste viral e incontrolable, las autoridades del país habrían pensado en quemar el pueblo como última opción para erradicar esta epidemia. Ante este peligro, los mineños decidieron acercarse donde el párroco de ese entonces Rafael Nieto, quien les recomendó hacerle una petición a la Virgen de la Caridad misma que es venerada en la Iglesia de la parroquia, para que libere al pueblo de la plaga; entonces se realizó una procesión con la imagen y participación de todos los habitantes quienes pidieron con profunda fe a la Virgen los liberara de aquel mal.

Las peticiones fueron escuchadas y pronto empezaron a aparecer los chucuris (depredadores naturales de las ratas), mismos que se creían extintos, estos animales se encargaron de desaparecer la plaga que habitaba en este lugar.

En agradecimiento por el favor recibido los moradores en ceremonia solemne entregaron a la Virgen una rata de plata que se colocó a sus pies; como prueba de que el control de aquella plaga quedaba en sus manos, se sujetó aquel roedor a una de las manos de la imagen de la Virgen. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4.7. Leyenda “Milagros de la Virgen de la Caridad”

En el año de 1988, en los meses de marzo y Abril, justo cuando las mazorcas de maíz se encontraban en el periodo de engrosamiento, estado de crecimiento que los agricultores suelen llamar “en señoritas”, en ese preciso momento aparecieron escarabajos conocidos como “Aguacuros” en una gran cantidad por lo que estuvieron a punto de terminar con la cosecha de aquel año, angustiados los agricultores decidieron pedir ayuda a su protectora, misma que al poco tiempo de dicha petición ayudo a estos

provocando lluvias acompañadas de granizo que destruyeron a los insectos. Los agricultores de Minas en gratitud contrataron al orfebre Jorge Espinoza para que confeccione un dije de plata en forma de choclo y un Aguacuro en Oro de 18 quilates. El día 23 de septiembre de ese año, en ceremonia solemne se colocó este dije recordatorio. El marzo del 2001 la V Reunión Latinoamericana de científicos expertos en coleópteros, que estudio dicha placa, nomino a la Virgen “Protectora de los Escarabaeidólogos”. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.3.4.8. Leyenda Tolas Funerarias

En el año de 1923, después del incendio en Chespí, bajo la acción del fuego que daños las tierras se derrumbaron algunas tolas y terraplenes dejando al descubierto una cueva de tinajas grandes y pequeñas, figuras de animales, ollitas trípodes, escudillas, etc. Es decir, varios objetos de hechura tosta y de cerámica de fina delgadez. Por esa misma época los montañeses de los entables de Chespí, La Palma y Vargas le contaron a Coba Robalino que cuando los primeros colonos de las montañas empezaron a construir caminos, casas, patios y terrenos aptos para el sembrío de caña y yuca y árboles frutales, se vieron obligados a destruir algunas de las tolas ya que estas estorbaban en su paso, en esa acción salieron a la luz una serie de tumbas fosa, las cuales contenían cadáveres y tinajas funerarias. Tantos fueron los sepulcros hallados que los colonos se vieron en la necesidad de reunir todos los huesos y cráneos para volverlos a sepultar en otro sitio. Sin embrago a partir de entonces su vida se tornó insoportable, debido a que cada noche y día se oían ruidos espantosos y el crujido de los

bosques aun cuando no había viento. En esas circunstancias los montañeses decidieron llevar todos los restos a las aguas de una quebrada, con la cual afirmaban que pararon dichos ruidos.

Los cadáveres encontrados tienen diversas posiciones: en cuclillas, sentados o acostados hacia atrás, al parecer en los bajos del occidente, las Palmas y San José de Vargas abundan los túmulos funerarios con pozo en los que se han hallado 2 tipos de vasijas funerarias, en primer lugar, grandes tinajas con cadáveres íntegros en cuclillas y vasijas menores que guardan solamente cráneos, estas vasijas aparecen herméticamente cerradas con tapas de barro.

Entre los moradores del sector, tanto indios como mestizos, existía una gran creencia particular con respecto a dichos entierros; según describe la tradición los cadáveres completos habrían sido de régulos y las cabezas de sus capitanes. Despojados humanos de una tribu vencida, a cuyos reyes y capitanes, los vencedores los sepultaron vivos y embriagados. Probablemente aquellos indios vencidos fueron los indígenas locales que el inca Huayna Cápac derrotó en la guerra contra la reina Quilago de Cochasquí. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2009)

3.4. Resultados

3.4.1. Entrevista dirigida al representante del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San José de Minas

Para el cumplimiento del primer objetivo se realizó una entrevista en la cual se lograron los siguientes resultados:

Objetivo: Analizar la organización del GADSJM y su interés por incursionar en el turismo, además de identificar el patrimonio cultural inmaterial que posee como elemento diferenciador para utilizarlo como ventaja competitiva con respecto a parroquias aledañas.

“El Ingeniero Cobos menciona distintos aportes en lo que se refiere al tema patrimonio cultural Inmaterial con la finalidad de ayudar al desarrollo del proyecto de titulación”.
(P.Cobos, comunicación personal, 28 de marzo del 2018)

¿Cómo está organizado el GADSJM?

El GADSJM está organizado por el presidente, vicepresidente y tres vocales, esto es el consejo legislativo y el presidente el ejecutivo, aquí también trabajan distintas personas como son secretaria, asistente de secretaria, tesorera, espacios de relaciones públicas, proyectos sociales, trabajo operativo lo que engloba choferes, mantenimiento del parque y piscina y personas que trabajan en asuntos sociales y culturales, reporteros comunitarios , personas que se encargan de convenios con la EMAP.

¿Qué importancia tiene el turismo dentro del plan de desarrollo de la parroquia?

Es bastante importante el tema del turismo, sin embargo, la gente no le ha dado el valor suficiente en cuanto a temas de capacitación, planificación y proyección de la parroquia hacia el turismo; aunque es bastante destacable que algunos de los pobladores ya están invirtiendo en la creación de hosterías bastante bonitas y agradables como es el caso de la Hostería la Calera, Mi refugio, el Molino que ofrece espacios para camping, La Cocha y algunos lugares pequeños de alojamiento como el Chagra.

El principal objetivo de la parroquia es que la gente autónoma de este lugar tome la iniciativa de involucrarse en el tema del turismo y se apropie de sus espacios, para que de esta manera no venga gente de fuera a invadir este lugar; se busca concientizar a la gente y a las autoridades competentes para que se brinde el apoyo necesario.

En la actualidad se brindan capacitaciones en temas de atención al cliente; además es importante mencionar que existe un grupo de jóvenes dedicados al turismo comunitario quienes brindan paquetes turísticos en donde se incluye la guianza para los visitantes con la finalidad de que conozcan los lugares patrimoniales como son la iglesia, el podio, la curtiembre y luego se los lleva a donde la gente que produce, se les enseña los productos, viveros, cascadas y ellos mismos les brindan los productos que se preparan ahí mismo.

Las Hosterías son elegantes sin embargo el costo es bastante accesible y sobre todo vale la pena pagarlo ya que la visita a este lugar nos permite disfrutar de un momento con la naturaleza, de su flora, fauna y aguas termales, etc.

Lo triste de la parroquia es que la prefectura no ha sabido brindar su apoyo para la mejora y mantenimiento vial y es lo que hace realmente que la gente no acuda.

¿Qué porcentaje de apoyo económico tiene el GADSJM enfocado al turismo?

La parroquia generalmente acude a entes como el ministerio de turismo, secretaria de turismo y el municipio a quienes se solicita abran espacios donde la gente de la ruralidad pueda acceder a fondos concursables.

No existe un plan estratégico de turismo de la parroquia San José de Minas ni tampoco de las parroquias aledañas como son: Puéllaro, Perucho, Atahualpa y Chavezpamba, lo cual ha provocado que todo se maneje de manera privada y es por esta razón que se ve algunos brotes reflejados en actividades de cultura o servicios.

Todos los años se hace un presupuesto el cual se divide para todas las competencias necesarias en donde el turismo no es una competencia directa, sino más bien el enfoque está dirigido al rescate y mejoramiento de espacios públicos.

¿Qué tipo de actividades turísticas se ofertan en la parroquia?

En la actualidad se está ofertando el turismo comunitario a través de una red de jóvenes quienes ofrecen paquetes que incluyen actividades como camping, visita a ríos, cascadas, lugares en donde alimentarse para que los turistas puedan degustar de la preparación de comida típica.

El gobierno parroquial también se encarga de llevar a gente que viene desde la ciudad a conocer la iglesia y distintos atractivos que posee la parroquia, así como los distintos

barrios en donde los visitantes puedan adquirir productos de la zona como limones, chirimoyas, granos, etc.

Hace unos meses atrás la parroquia conto con la visita de aproximadamente 120 jóvenes estudiantes de la universidad central a quienes se les mostro como se elaboran las puntas, como arar con yunta, entre otros. Los jóvenes también decidieron acudir a un lugar de gente de bajos recursos en donde ellos brindaron apoyo social a lo que los pobladores estuvieron bastante agradecidos.

¿Cuáles son los costos de estas actividades? Y ¿De qué manera se da a conocer la parroquia y actividades turísticas que se ofertan?

El Gad parroquial tiene un enlace directo con el municipio en donde se ofertan estos paquetes principalmente a grupos del adulto mayor o de jóvenes, también el Gad trabaja directamente con universidades quienes solicitan los paquetes para visita de estudiantes y estos valores dependen de las actividades que los visitantes busquen realizar. Por ejemplo, los paquetes de un día que incluyen transporte, alimentación y actividades tienen un valor que oscila entre los 12 dólares.

¿Qué importancia tiene el patrimonio cultural inmaterial en la parroquia?

Tiene mucha importancia el tema patrimonial tanto tangible como intangible; en la parroquia existen tolas funerarias en las cuales lamentablemente aún no se ha llegado a concluir el estudio solicitado al instituto de patrimonio cultural, razón por la cual los propietarios no las están cuidando ni dándoles el valor adecuado debido al escaso conocimiento que tienen de estas.

En cuanto a lo intangible es importante mencionar que en GADSJM tiene en cuenta el rescate de los juegos tradicionales, uno de estos es el juego del Cabe, el cual se desarrolla generalmente los sábados, domingos y martes, también existe el torneo de cintas, el gallo enterrado, las cuales se realizan en fiestas patronales o de cada barrio con la finalidad de que no se pierda la identidad y la cultura de este lugar.

¿Cuáles son los juegos y leyendas más relevantes dentro de la parroquia?

Entre los juegos tenemos el cabe, torneo de cintas, rama de gallos en donde regalan gallos a los curas de la iglesia para que les vaya bien durante el año, carrera de caballos, toros populares, entre otros, y en cuanto a las leyendas las más relevantes que han quedado en la historia, las brujas Arias, la caja ronca, el duende, el padre encantado.

En el mes de septiembre se da un evento conocido como la memoria histórica de la parroquia en donde se realiza un encuentro de jóvenes y adultos en donde los adultos cuentan estas leyendas, de igual manera ya existen plasmadas en libros, documentales, revistas, videos y reportajes.

Algo también atractivo para los visitantes es la dramatización de estas leyendas en el parque central, mismas que van dirigidas por jóvenes del lugar.

¿Si hablamos de fiestas patrimoniales cuales son las más acogidas por parte de los turistas y que actividades se desarrollan dentro de las mismas?

En la parroquia se dan dos fiestas durante el año que son: fiesta de parroquialización y de la Virgen de la Caridad que tiene una duración de dos meses aproximadamente en donde se realizan actividades como: la elección de la reina de la parroquia, caminata a la zona de Palma Real, eventos como la emboscada del arriero mismo que es un tipo simulacro de cómo vivían los contrabandistas perseguidos por los guardias, desfile del chagra, competencias atléticas, competencia de cintas, los toros; la fiesta de San José que tiene una duración de 15 días en donde se dan eventos culturales, mingas de limpieza, rama de gallos.

¿Le gustaría promover el turismo en la parroquia mediante el aprovechamiento de los recursos culturales inmateriales que posee? ¿Utiliza algún tipo de promoción turística para su comunidad?

Se está realizando a través de grupos organizados como el grupo de jóvenes, gobierno parroquial, emprendedores y festividades de la parroquia, la difusión se está dando a través de medios de comunicación es decir por la radio, afiches, trípticos, etc.

¿Qué atractivos turísticos culturales sugeriría usted para promocionar su comunidad?

Sería bueno el poder promocionar al Santuario de la Virgen, las tolas funerarias, la curtiembre, cascadas, aguas termales, el podio, Ninamburo, actividades de aventura, teniendo en cuenta el interés que tiene el turista para depende de esto ofrecerle paquetes con distintas actividades. (Cobos, 2018)

3.4.2. Análisis de encuestas dirigidas a Turistas Nacionales y Extranjeros

Para el cumplimiento del segundo objetivo se realizaron encuestas a turistas con la finalidad de identificar los aspectos más representativos y diferentes los cuales sobresalen en comparación con parroquias aledañas en la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1
Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	47	36,2
	Masculino	83	63,8
	Total	130	100

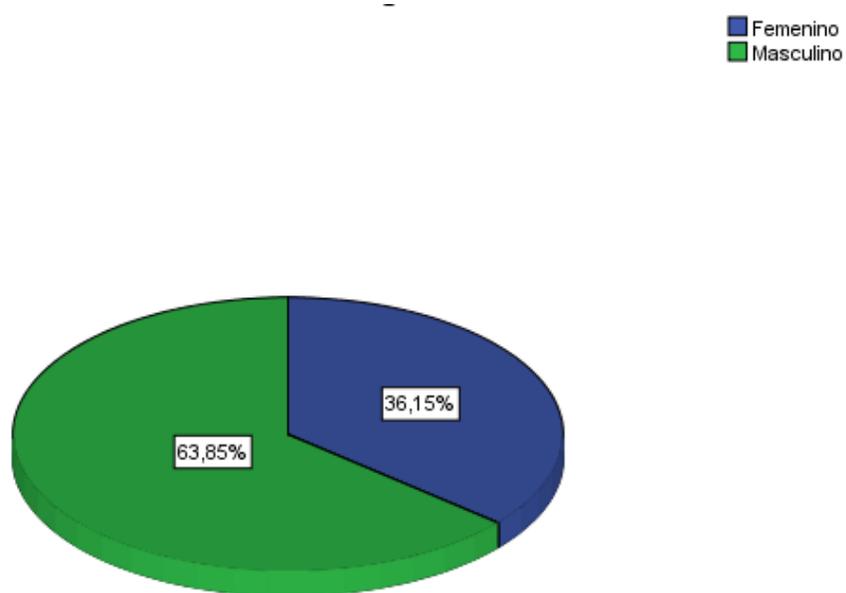


Figura 13. Género

Tabla 2
Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nacional	94	72,3
	Extranjero	36	27,7
	Total	130	100

■ Nacional
■ Extranjero



Figura 14. Procedencia

Tabla 3
Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	11 – 20	24	18,5
	21 – 30	37	28,5
	31 – 40	31	23,8
	41 – 50	28	21,5
	51 – 60	8	6,2
	Más de 61	2	1,5
	Total	130	100

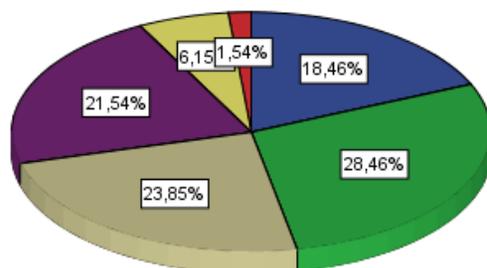
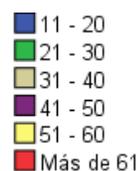


Figura 15. Edad

A través de los análisis realizados se puede observar que de los turistas que visitan la parroquia un 63,8% son de género masculino y un 36,2% de género femenino, cuya procedencia de visitantes nacionales es de 72,3% y extranjeros de 27,7%, con una edad que oscila entre los 21 y 30 años en un 28,5%, seguido de turistas entre los 31 y 40 años en un 23.8%.

Tabla 4*¿Cuál es el motivo de su viaje?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Visita	52	40
	Turismo	49	37,7
	Salud	4	3,1
	Trabajo	24	18,5
	Otro	1	0,8
	Total	130	100

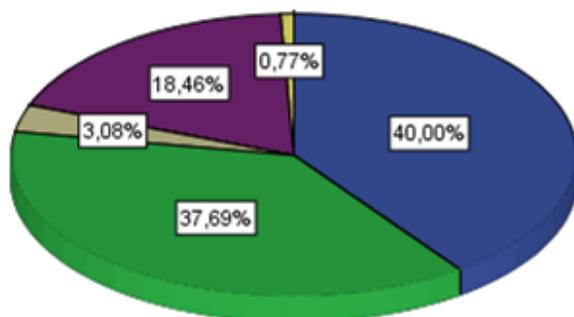
**Figura 16.** Motivo de viaje

Tabla 5*¿Cuántos días destina para su viaje?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 día	58	44,6
	2 días	28	21,5
	Más de 3 días	44	33,8
	Total	130	100

■ 1 día
■ 2 días
■ Más de 3 días

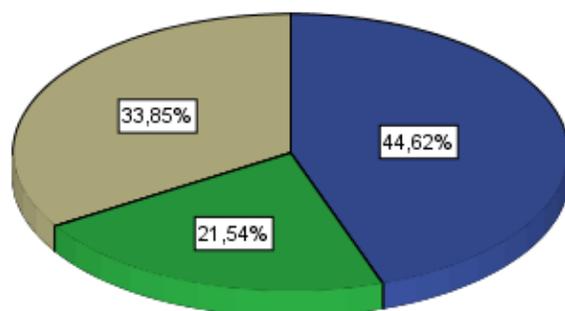
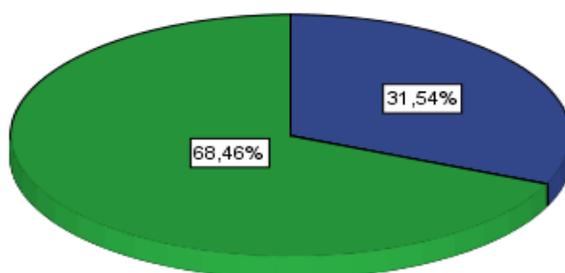
**Figura 17.** Días destinados para el viaje

Tabla 6*¿Es la primera vez que visita la parroquia?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	41	31,5
	No	89	68,5
	Total	130	100

■ Si
■ No

**Figura 18.** *¿Es la primera vez que visita la parroquia?*

De las personas que visitan la parroquia de San José de Minas, un 40% se ve motivada a hacerlo debido a que cuentan con familia que reside en dicho lugar, el 37,7% lo realiza por turismo y de los cuales en un 44,6% destinan un día para su viaje y un 33,8% está dispuesta a pernoctar en este lugar por más de tres días; además es importante mencionar que de dichos turistas el 68,5% la visitan de manera frecuente, mientras que el 31,5% mencionó que es la primera vez que acude a este lugar.

Tabla 7

¿Conoce qué es el patrimonio cultural?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	79	60,8
	No	51	39,2
	Total	130	100

■ Si
■ No

**Figura 19.** ¿Conoce qué es el patrimonio cultural?

Tabla 8

¿Le gustaría conocer o saber que es el patrimonio cultural?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	128	98,5
	No	2	1,5
	Total	130	100

■ Si
■ No

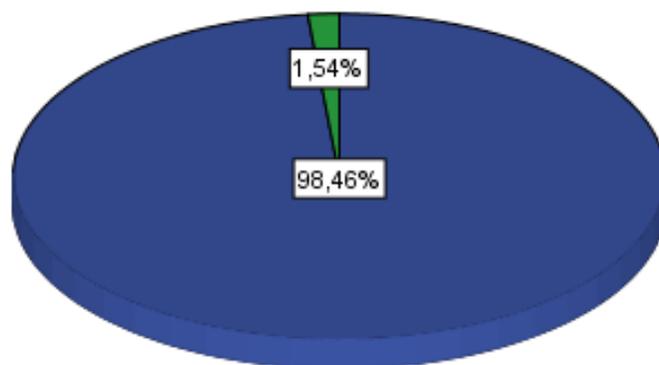


Figura 20. Le gustaría conocer o saber ¿qué es el patrimonio cultural?

Tabla 9

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, ¿cuáles le gustaría conocer?

Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Arquitectura	7	5,4
	Artesanías	5	3,8
	Gastronomía	26	20
	Tradiciones	45	34,6
	Festividades	46	35,4
	Total	130	100

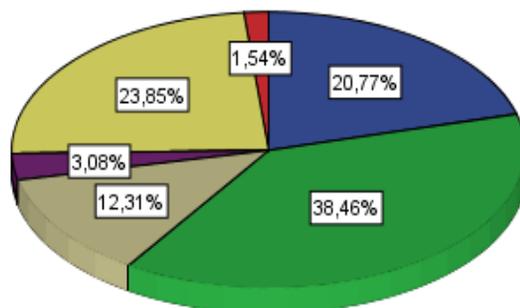
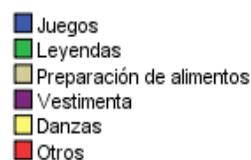


Figura 21. Elementos que conforman el patrimonio cultural

En cuanto al patrimonio cultural cabe mencionar que de la población encuestada el 60,8% tiene conocimiento acerca de dicho tema, mientras que el 39,2% no lo conoce, sin embargo, al momento de preguntar a los turistas si les gustaría conocer o saber sobre dicho tema, el 98,5% contestó de manera positiva su interés y atracción por conocer principalmente acerca de las festividades en un 35,4% y tradiciones 34,6%.

Tabla 10

En cuánto al patrimonio cultural inmaterial, ¿qué tema es el que más le atrae?

Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Juegos	27	23,8
	Leyendas	50	38,5
	Preparación de alimentos	16	12,3
	Vestimenta	4	3,1
	Danzas	31	20,8
	Otros	2	1,5
	Total	130	100

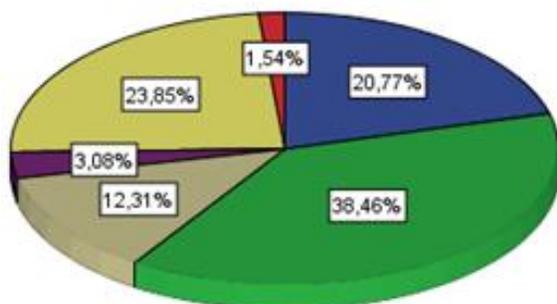
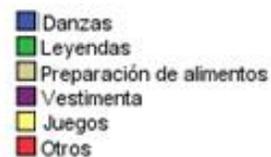


Figura 22. Patrimonio cultural inmaterial – temas de atracción

Tabla 11*¿Le gustaría conocerlas?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	126	96,9
	No	4	3,1
	Total	130	100

■ Si
■ No

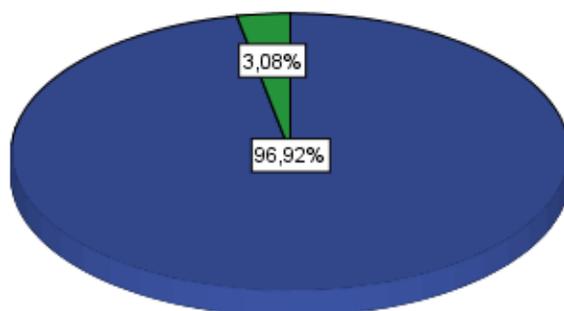
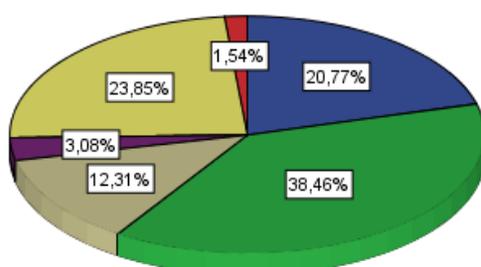
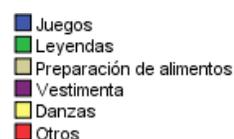
**Figura 23.** Interés en conocerlas

Tabla 12 ¿En cuál de las siguientes actividades culturales le gustaría participar?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	El cabe	47	36,2
	Carrera de caballos	27	20,8
	Torneo de cintas	12	9,2
	Toros populares	4	3,1
	Festival del Morochillo de Oro	5	3,8
	Leyendas	35	26,9
	Total	130	100

**Figura 24.** Interés en la participación

Dentro del patrimonio cultural inmaterial uno de los principales elementos de mayor atracción para los turistas son las leyendas en un 38,5%, seguido por los juegos tradicionales en un 23,8% y danzas en un 20,8%, por otra parte, es importante mencionar que el 96,9% de los visitantes estarían dispuestos a conocer y participar en las actividades desarrolladas en la parroquia como son: el cabe 36,2%, leyendas 26,9% y carrera de caballos con un 20,8%.

Tabla 13*¿Cómo llegó a conocer San José de Minas?*

Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Amigos	44	33,8
	Conocidos	15	11,5
	Familia	67	51,5
	Agencias de Viaje	2	1,5
	Otro	2	1,5
	Total	130	100

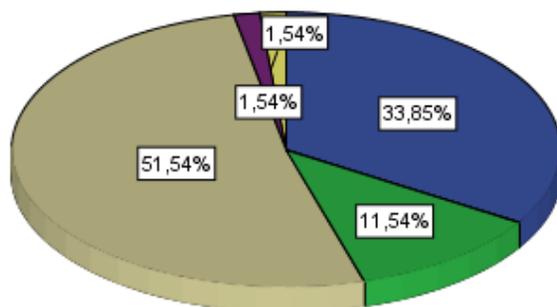
**Figura 25.** Medio por el cuál conoció la parroquia

Tabla 14

¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la oferta turística que posee la parroquia?

Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Redes sociales	70	53,8
	Páginas Web	7	5,4
	Televisión	43	33,1
	Radio	1	0,8
	Folletería	9	6,9
	Total	130	100

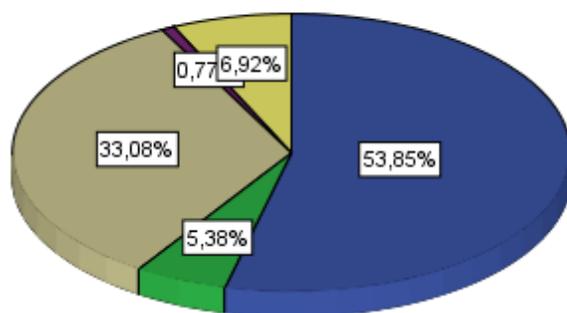


Figura 26. Oferta Turística

Tabla 15
¿Regresaría a este lugar?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	130	100

■ Si

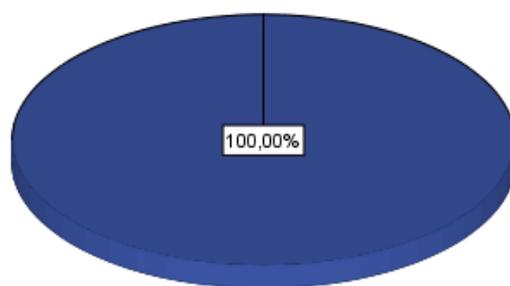


Figura 27. *¿Regresaría a este lugar?*

Tabla 16

¿Recomendaría a la parroquia como destino turístico a sus amigos o conocidos?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	130	100

■ Si

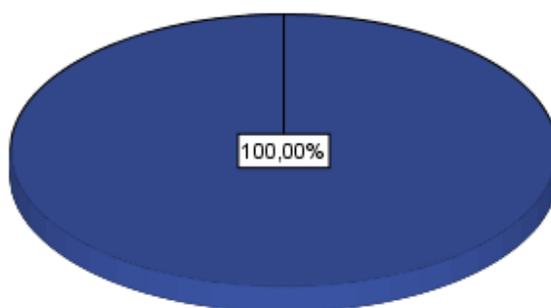


Figura 28. Destino Turístico

Mediante las tablas y gráficas antes vistas se puede indicar que de las personas encuestadas un 51,5% conoce la parroquia gracias a familia, seguido de un 33,8% que la conoció por amigos; quienes además mencionan que les gustaría se brinde información referente a la oferta turística que tiene la parroquia a través de medios como redes sociales en un 53,8% o televisión en un 33,1%; por otra parte cabe destacar que el 100% de estos turistas están dispuestos a regresar y recomendar a la parroquia como destino turístico a sus amigos, familiares y conocidos.

Para el cumplimiento del tercer objetivo se realizaron encuestas dirigidas a moradores a fin de identificar el conocimiento que poseen acerca del patrimonio cultural inmaterial que guarda la parroquia en donde se lograron los siguientes resultados.

3.4.3. Análisis de encuestas dirigidas a los moradores de la Parroquia San José de Minas

Tabla 17
Edad residentes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	11 – 20	83	22,7
	21 – 30	78	21,4
	31 – 40	90	24,7
	41 – 50	49	13,4
	51 – 60	40	11
	más de 61	25	6,8
	Total	365	100

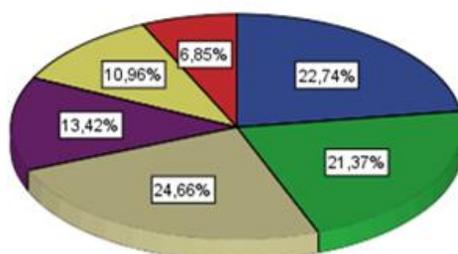


Figura 29. Edad Residentes

Tabla 18
Género residentes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	156	42,7
	Masculino	209	57,3
	Total	365	100

■ Femenino
■ Masculino



Figura 30. Género residentes

Tabla 19

¿Es usted nacido en San José de Minas?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	276	75,6
	No	89	24,4
	Total	365	100

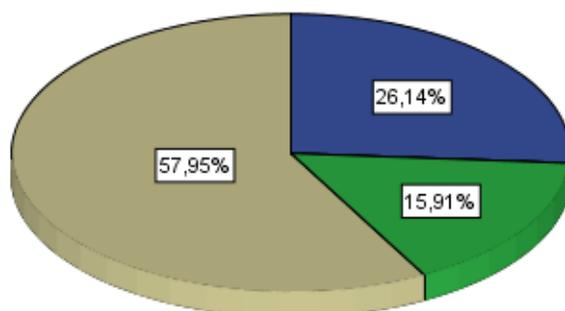
■ Si
■ No

**Figura 31.** Lugar de nacimiento

Tabla 20*¿Qué tiempo vive en San José de Minas?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 - 5 años	23	6,3
	6 - 10 años	14	3,8
	más de 11 años	51	14
	Total	88	24,1
Perdidos	Sistema	277	75,9
Total		365	100

■ 1 - 5 años
■ 6 - 10 años
■ más de 11 años

**Figura 32.** Tiempo de vivencia

A través de las gráficas se puede observar el porcentaje de personas encuestadas según el género, en donde el 57,3% son hombres y el 42,7% son mujeres, mismos que están entre los 31 y 40 años el 24,7% y entre 11 y 20 años el 22,7%, de los cuales el 75,6% son oriundos de la parroquia y el 24,4% vive en la misma por más de 11 años.

Tabla 21*¿Conoce que es el patrimonio cultural?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	223	61,1
	No	142	38,9
	Total	365	100

■ Si
■ No

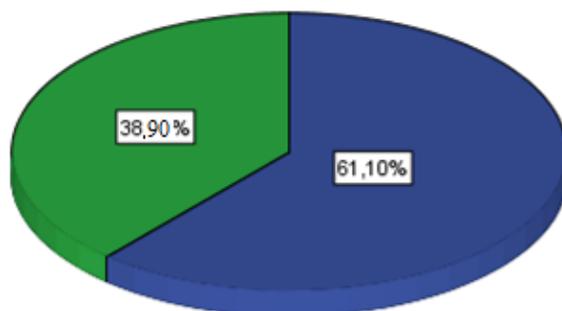
**Figura 33.** *Patrimonio cultural*

Tabla 22

¿Le gustaría saber o conocer lo que es el patrimonio cultural?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	354	96.99
	No	11	3,01
	Total	365	100

■ Si
■ No

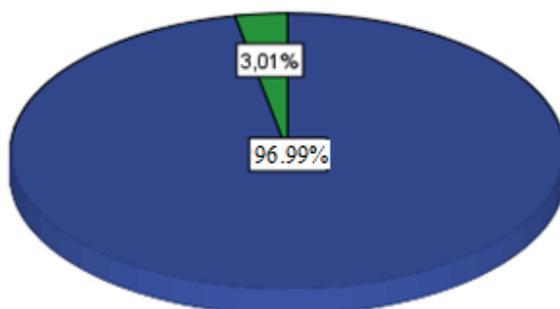


Figura 34. Conocer - patrimonio cultural

Para la investigación desarrollada se optó por preguntar a los moradores de la parroquia si tienen algún conocimiento acerca de lo que es el patrimonio cultural, en donde el 61,10% supo contestar de manera afirmativa, mientras que el 38,9 % contestó de manera negativa, sin embargo, el 96,99% mostro interés por conocer el tema.

Tabla 23

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia

Arquitectura		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Importante	15	4,1
	Ligeramente importante	35	9,6
	Un poco importante	66	18,1
	Extremadamente importante	155	42,5
	Total	356	97,5
Perdidos	Sistema	9	2,5
Total		365	100

■ Nada Importante
■ Ligeramente importante
■ Un poco importante
■ Muy importante
■ Extremadamente importante

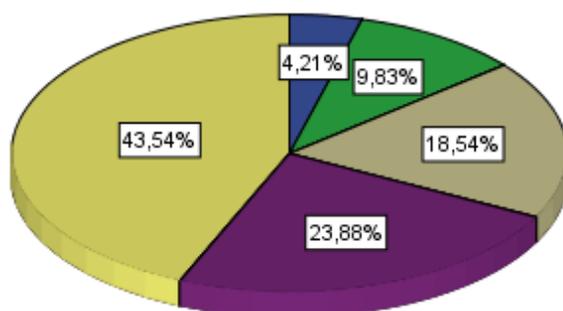


Figura 35. Arquitectura

Tabla 24

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia

Artesanías		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Importante	34	9,3
	Ligeramente Importante	48	13,2
	Un poco importante	78	21,4
	Muy importante	83	22,7
	Extremadamente importante	114	31,2
	Total	357	97,8
Perdidos	Sistema	8	2,2
Total		365	100

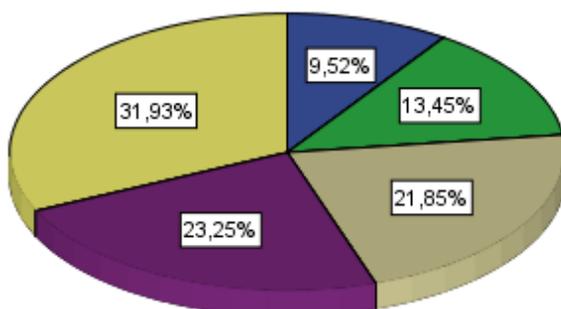
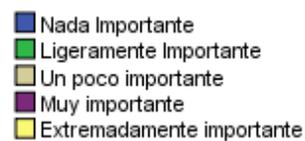
**Figura 36.** Artesanías

Tabla 25

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia

Gastronomía		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada importante	12	3,3
	ligeramente	25	6,8
	Importante	43	11,8
	Un poco importante	98	26,8
	Muy importante	178	48,8
	Extremadamente importante	356	97,5
Perdidos	Sistema	9	2,5
Total		365	100

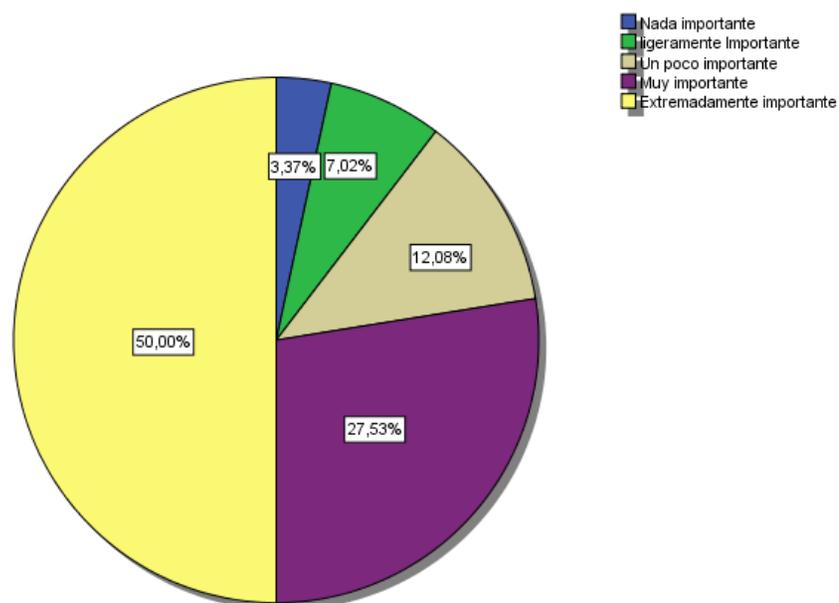
**Figura 37.** Gastronomía

Tabla 26

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia

Tradiciones		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada importante	3	0,8
	Ligeramente importante	11	3
	Un poco importante	20	5,5
	Muy importante	74	20,3
	extremadamente importante	249	68,2
	Total	357	97,8
Perdidos	Sistema	8	2,2
Total		365	100

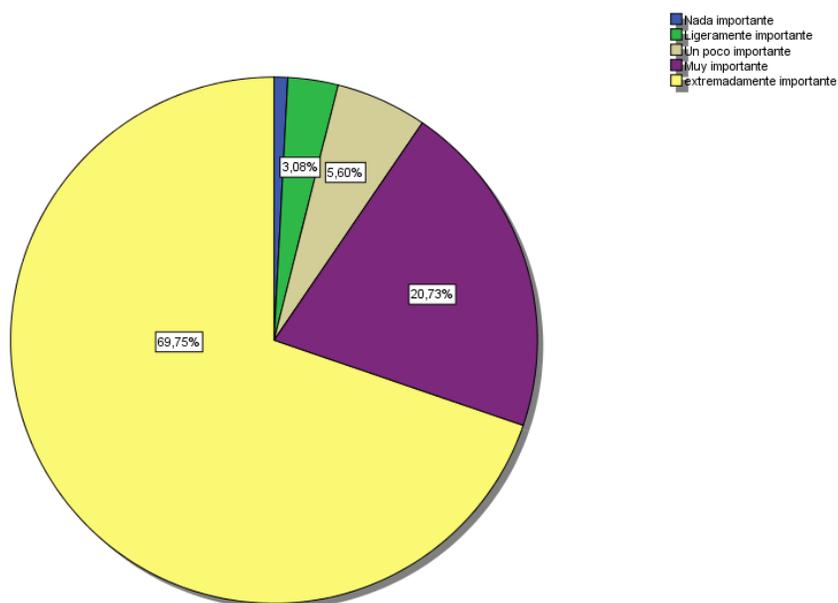
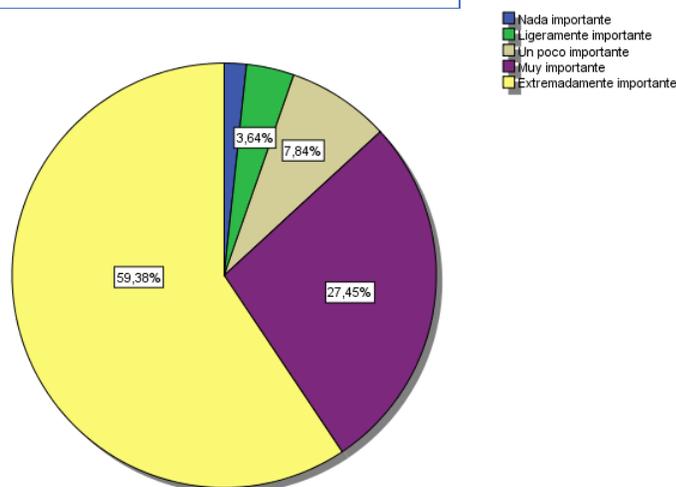
**Figura 38.** Tradiciones

Tabla 27

De los elementos que conforman el patrimonio cultural, califique del 1 al 5 según sea la importancia.

Festividades		Frecuencia	Porcentaje
	Nada importante	6	1,6
	Ligeramente importante	13	3,6
Válido	Un poco importante	28	7,7
	Muy importante	98	26,8
	Extremadamente importante	212	58,1
	Total	357	97,8
Perdidos	Sistema	8	2,2
Total		365	100

**Figura 39.** Festividades

Una vez determinado e identificado el patrimonio cultural, se procedió a preguntar a los pobladores su opinión acerca de la importancia que tiene cada uno de los elementos que conforman a dicho patrimonio colocando una escala del 1 al 5 para cada uno siendo sus respuestas las siguientes: el 68,2% considera que el elemento de mayor importancia son las tradiciones representadas por el 68,2%, festividades 58,1%, gastronomía 48,8%, Arquitectura 42,5% y Artesanías 31,2%.

Tabla 28

Considera que su parroquia aún guarda este patrimonio en la actualidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	335	91,8
	No	21	5,8
	4	1	0,3
	Total	357	97,8
Perdidos	Sistema	8	2,2
Total		365	100

■ Si
■ No



Figura 40. Conservación del patrimonio en la actualidad

Tabla 29

En cuanto al patrimonio cultural inmaterial ¿qué considera usted es lo más destacable que posee la parroquia como un elemento diferenciador de las parroquias cercanas?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Juegos	75	20,5
	Leyendas	71	19,5
	Platos representativos	35	9,6
	Vestimenta	21	5,8
	Festividades	128	35,1
	Otros	25	6,8
	Total	355	97,3
Perdidos	Sistema	10	2,7
Total		365	100

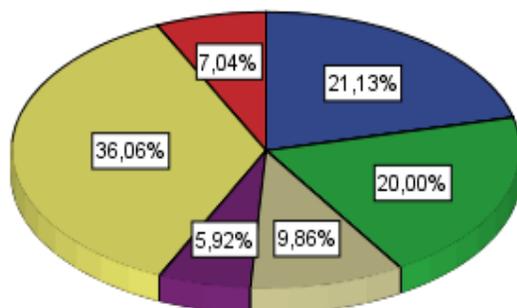
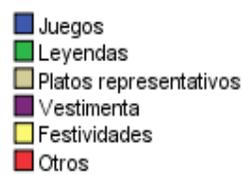
**Figura 41.** Elemento diferenciador

Tabla 30

En base a su respuesta de la pregunta anterior, mencione que es lo más sobresaliente de este elemento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Fiestas de San José	75	20,5
	Fiestas de la Virgen de la Caridad	59	16,2
	Leyenda de las brujas Arias	49	13,4
	Leyenda Padre encantado	28	7,7
	El cabe	61	16,7
	Leyenda de la viuda	15	4,1
	Leyenda de la caja ronca	27	7,4
	Total	314	86
Perdidos	Sistema	51	14
Total		365	100

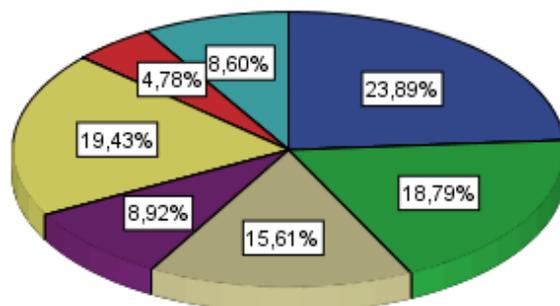
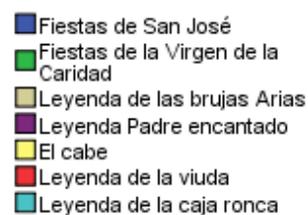


Figura 42. Tema destacable en dicho elemento

El 91,8% de los moradores identifican al patrimonio cultural material e inmaterial y reconocen la existencia de este aún en la actualidad, mencionando que lo que más sobresale como elemento diferenciador en la parroquia son sus festividades reflejadas en el 35,1%, luego los juegos con el 20,5% y finalmente las leyendas con el 19,5%, además de mencionar que dentro de dichos elementos lo más destacable son las actividades realizadas en las fiestas de San José mismas que se llevan a cabo en el mes de Marzo con un 20,5% y el cabe con un 16,7% juego el cual es realizado de manera semanal.

Tabla 31

¿Ha sido usted participe de alguna de las actividades desarrolladas dentro de la parroquia?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	166	45,5
	No	188	51,5
	3	2	0,5
	Total	356	97,5
Perdidos	Sistema	9	2,5
Total		365	100

■ Si
■ No

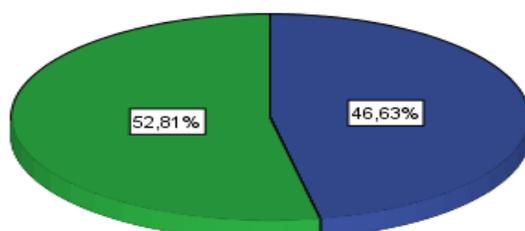


Figura 43. Nivel de participación en actividades

Tabla 32

¿En cuál de las siguientes actividades ha participado?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	El Cabe	46	12,6
	Carrera de caballos	26	7,1
	Torneo de cintas	19	5,2
	Toros populares	32	8,8
	Festival del morochillo	9	2,5
	Leyendas	3	0,8
	Otros	37	10,1
	Total	172	47,1
Perdidos	Sistema	193	52,9
Total		365	100

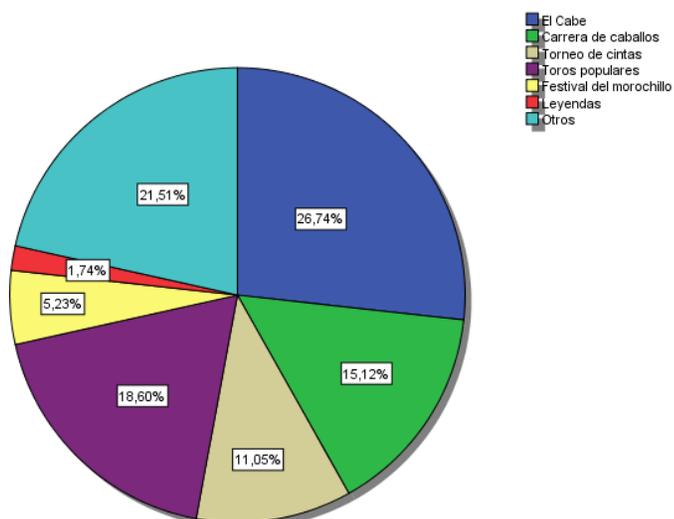


Figura 44. Actividades en las cuales han participado los pobladores

Es importante mencionar que pese al conocimiento que poseen los moradores acerca de las actividades que se desarrollan en la parroquia el 51,5% de los encuestados no ha sido participe en ninguna de estas prácticas de la vida cotidiana, mientras que la población que si se ha involucrado en esto indica que la mayor participación es en el juego conocido como el cabe.

Tabla 33 ¿Le gustaría que personas de otras ciudades conozcan estas actividades?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	344	94,2
	No	10	2,7
	Total	354	97
Perdidos	Sistema	11	3
Total		365	100

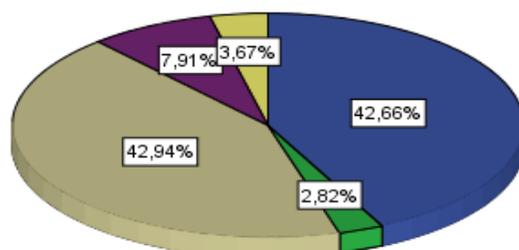
■ Si
■ No

**Figura 45.** Promoción de actividades

Tabla 34

¿A través de qué medios le gustaría que se dé a conocer la oferta turística que posee la parroquia?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Redes sociales	151	41,4
	Páginas web	10	2,7
	Televisión	152	41,6
	Radio	28	7,7
	Folletería	13	3,6
	Total	354	97
Perdidos	Sistema	11	3
Total		365	100

**Figura 46.** Oferta turística

El 97% de la población encuestada está dispuesta a recibir a personas de distintos lugares para que conozcan las actividades que se desarrollan en la parroquia, mencionando también en un 41,6% que sería importante que se dé a conocer la oferta turística que poseen a través de medios de comunicación como lo es la televisión, además del 41,1% quienes consideran que las redes sociales son una de las mejores opciones para la difusión de los atractivos.

CAPITULO IV

4. Discusión

El turismo en la parroquia San José de Minas es un tema que se está desarrollando poco a poco gracias al interés de las autoridades y de la comunidad por emprender y crear actividades que atraigan a turistas; por otra parte, es importante mencionar que a pesar de la variedad de atractivos turísticos con los que cuenta el destino, el enfoque principal en la actualidad está direccionado al turismo de aventura, cultural y de naturaleza a través de la promoción de la ruta escondida, lo cual no representa un valor significativo que ayude a la misma a sobresalir con respecto a las parroquias aledañas; es así que, una vez analizados los resultados obtenidos a través de la entrevista y encuestas se determina al patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva a través de juegos, leyendas y festividades que son la principal característica que diferencia a la parroquia; es por esta razón que se sugiere a las autoridades el enfoque en proyectos de turismo enfocados a la difusión de dichos elementos a través de medios digitales, como son: redes sociales, páginas web y blogs, mismos que son de bajo costo y cuentan con un alcance muy amplio e inmediato, obviamente sin dejar de lado los medios tradicionales como televisión y radio porque no todos cuentan con acceso a medios digitales e internet.

Conclusiones

- Para el desarrollo del proyecto se establecieron bases teóricas las cuales permitieron respaldar de manera adecuada el tema de investigación, que servirá para determinar que la parroquia San José de Minas cuenta con un patrimonio cultural inmaterial destacable, el cual podría ser usado como elemento diferenciador para posicionarla como un destino inigualable para los turistas.
- San José de Minas es una parroquia que cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales que aún no han tenido la suficiente acogida, dado que en la actualidad la parroquia no cuenta con un plan estratégico para la difusión de la oferta turística considerando que el presupuesto anual realizado por el GADSJM para el desarrollo de la misma, no reconoce al turismo como una competencia directa, sino más bien el enfoque ha sido basado principalmente en el rescate y mejoramiento de espacios públicos.
- El turismo ayuda a mejorar la calidad de vida de los pobladores ya que es una fuente que genera ingresos para quien la desarrolla, es por esta razón que algunas personas han optado por la creación de emprendimientos, sin embargo no cuentan con una capacitación referente a temas de servicio u atención al cliente de manera que puedan desenvolverse de forma adecuada.

- San José de Minas es una parroquia en la cual existen tolas funerarias de gran valor, que podrían ser uno de los principales atractivos por su riqueza histórica, sin embargo es lamentable mencionar que los dueños de los terrenos en donde estas se encuentran no las están cuidando de manera adecuada debido a su escaso conocimiento con respecto al valor e identidad que estas representan.

Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades se enfoquen de manera estratégica en la oferta y promoción de actividades que abarquen leyendas, juegos tradicionales y festividades ya que a través de las encuestas realizadas tanto a turistas como pobladores se logró establecer que estos son los elementos de mayor atracción, por lo cual esto ayudará a posicionar a la parroquia de una manera única y diferente con respecto a las parroquias aledañas.
- Las autoridades deberían incluir al turismo dentro de su plan estratégico anual como una fuente de ingresos, e insistir permanentemente a la prefectura para que brinde la ayuda y apoyo necesaria para la mejora y mantenimiento vial e implementación de señalética en todos los atractivos turísticos y no solo en las plazas y parques centrales.
- La parroquia San José de Minas es un lugar que se esta desarrollando en la creación de actividades y servicios turísticos por lo cual es importante que el GADSJM realice charlas y capacitaciones en donde se desarrollen estrategias para que la población emprendedora en el área de turismo, hotelería y gastronomía acuda a estas para mejorar el servicio o actividad que ofrecen a los turistas.

- Se recomienda a las autoridades realicen los trámites necesarios para que la investigación de las tolas funerarias que se estaba llevando a cabo por parte del Ministerio de Patrimonio y Cultura no se quede estancada y continúe hasta definir el valor histórico que tiene, ya que este podría ser un elemento adicional que destaque a la parroquia.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía Metropolitana de Quito. (s.f.). *San José de Minas*. Obtenido de Quito cultura : <http://www.quitocultura.info/venue/parroquia-san-jose-de-minas/>
- Arizpe, L. (Septiembre - Diciembre de 2006). Los debates internacionales en torno al patrimonio cultural inmaterial. *Redalyc*, 13, 23-25. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/351/35103802/>
- Baena, E., Sánchez, J., & Montoya, O. (23 de Diciembre de 2003). *El Entorno Empresarial y la Teoría de las Cinco Fuerzas Competitivas*. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-ELENTORNOEMPRESARIALYLATEORIADELASCINCOFUERZASCOMP-4845158.pdf>
- Bañuls, A., Ramón, A., & Sevilla, M. (2007). *El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico*. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de Cuadernos de Turismo: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/13831/13361>
- Cajas, R., & Cevallos, C. (18 de Junio de 2015). De paseo por la ruta escondida. *El Quiteño*, págs. 6-7.
- Cobos, P. (28 de Marzo de 2018). Patrimonio cultural inmaterial como ventaja competitiva en el turismo de la parroquia "San José de Minas". (J. Andrade, Entrevistador)

Distrito Metropolitano de Quito. (2009). *Frontera, Refugio y Abrigo*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Estolano, D., Berumen, M., Ismael, C., & Mendoza, J. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *Redalyc*. Recuperado el 25 de Febrero de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/1934/193424835004.pdf>

Fernández, A. (1997). *Marketing y Ventas en la oficina de farmacia*. Madrid, España: Diaz de Santos. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=5DO3smsXJ3kC&pg=PA105&dq=definicion+de+publicidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7kr2dyL3UAhVE4CYKHcu8BJMQ6AEIJDA#v=onepage&q=definicion%20de%20publicidad&f=false>

Gallegos, D. (20 de Enero de 2014). El ciudadano, sistema de información oficial. *San José de Minas apunta a convertirse en un destino turístico competitivo*. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/san-jose-de-minas-apunta-a-convertirse-en-un-destino-turistico-competitivo/>

García, P. (2011). *El Patrimonio Cultural*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza. Recuperado el 17 de Abril de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=N_wywcNjIPQC&printsec=frontcover&dq=patrimonio+cultural+inmaterial+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjVI_CppbzUAhUBQCYKHcVWBhoQ6AEIKTAC#v=onepage&q=patrimonio%20cultural%20inmaterial%20definicion&f=false

- Gobierno Autónomo Descentralizado de San José de Minas. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial San José de Minas*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768115440001_05%20SAN%20JOSE%20DE%20MINAS_19-10-2015_19-25-06.pdf
- Gómez, E. (2007). *Universidad de Cantabria*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de Introducción a la antropología social y cultural: <http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>
- Gómez, J. (2012). *Google Académico*. Recuperado el 05 de Abril de 2018, de Una nueva perspectiva de las políticas lingüísticas: las lenguas indígenas del Ecuador como patrimonio cultural inmaterial: <http://www.univie.ac.at/QVR-Romanistik/wp-content/uploads/2010/01/QVR-39-2012.pdf#page=85>
- Guías de gestión de la pequeña empresa. (1995). *El diagnóstico de la empresa* (Díaz de Santos S.A ed.). Días de Santos S.A. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de El diagnostico de la empresa: <https://books.google.com.ec/books?id=4LBT2Y2ktQEC&pg=PA28&dq=ventaja+competitiva+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiqvdqd3vTYAhWO2VMKHQw7CogQ6AEIJTAA#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20definicion&f=false>
- Guijarro, M. (2009). *Estudio de la literatura y modelos de negocios de la implantación del CRM*. Recuperado el 15 de Marzo de 2018, de Biblioteca, Universidad

Politécnica de Valencia:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7769/tesisUPV3179.pdf>

Hernández, L. (Mayo de 2011). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial". *CIDIC Boletín del Centro de Investigación y Documentación del Instituto Cervantes*, págs. 3-5.

Hernández, R., Fernández, C., & Pilar, B. (2003). *Enfoques Metodológicos*. Recuperado el 10 de Mayo de 2017, de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento*. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s.f). *Sistema de información del patrimonio cultural ecuatoriano*. Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de Inmaterial, tradiciones y expresiones orales, leyendas:

<http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/resultadoBusqueda.jsf>

Jiménez, P., & Aquino, F. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Scielo*. Obtenido de

<http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851->

[17322012000400010&script=sci_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000400010&script=sci_arttext&tlng=pt)

López, Y. (08 de Julio de 2013). *Definición Guía Turística*. Recuperado el 26 de Febrero de 2018, de Slide share: <https://es.slideshare.net/yaellopez92/definiciones-guia-turistica>

Luna, A. (2015). *Proceso Administrativo*. México, México: Patria. Recuperado el 02 de Marzo de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=7c9UCwAAQBAJ&pg=PA73&lpg=PA73&dq=organizaci%C3%B3n+%E2%80%9Ces+el+establecimiento+de+la+estructura+necesaria+para+la+sistematizaci%C3%B3n+racional+de+los+recursos,+mediante+la+determinaci%C3%B3n+de+jerarqu%C3%ADas,+dis>

Martínez, A. (2005). La diferenciación de productos. *Redalyc*, 35-36. Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de La diferenciación de productos: <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265420471005.pdf>

Medina, R. (s.f). *La ventaja competitiva com elemento fundamental de la estrategia y su relación con el sector servicios de la actividad turística*. Recuperado el 08 de Abril de 2018, de Biblioteca de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez: [file:///C:/Users/pc/AppData/Local/Temp/Rar\\$Dla0.914/ventaja-competitiva.pdf](file:///C:/Users/pc/AppData/Local/Temp/Rar$Dla0.914/ventaja-competitiva.pdf)

Morales, M., & Pech, J. (s.f). *Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos*. Obtenido de www.google.com: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32529152/RCA19705.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1497457887&Signature>

=bG%2F2ZvaPE0D2%2Ft4pJ00OP9owOhM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRCA19705.pdf

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2009). *San José de Mlnas, frontera, refugio y abrigo (memoria histórica y colectiva)*. Octubre, Pichincha, Ecuador: Gráfikos.

Olivera, A. (2011). *Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios*.

Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de Biblioteca de la Universidad de Murcia:

<http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/140151/126251>

Orihuela, J. (2008). Internet: La hora de las redes sociales . *Nueva revista de política, cultura y arte* , 1-5. Obtenido de

https://www.researchgate.net/profile/Jose_Luis_Orihuela/publication/39419890_Internet_la_hora_de_las_redes_sociales/links/575aa70708aed884620d86d9/Internet-la-hora-de-las-redes-sociales.pdf

Perles, J. (2004). *Turismo, ventaja competitiva y desarrollo local*. Obtenido de Dialnet:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=118962>

Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva- creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Patria. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=wV4JDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ventaja+competitiva-+creaci%C3%B3n+y+sostenimiento+de+un+desempe%C3%B1o+superior&hl=es>

&sa=X&ved=0ahUKEwiDov_YrLvUAhXBKiYKHc_hCsMQ6AEIIDAA#v=onepage

&q=Ventaja%20competitiva-%20creaci%

Porter, M. (1997). *El análisis de las fuerzas competitivas*. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Estrategia competitiva: <http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf>

Programa de cooperación al desarrollo económico. (Mayo de 2014). *Conceptos bsicos para la gestión de destinos turísticos*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf

Quecedo, R., & Carlos, C. (2002). Introducción al tipo de investigación cualitativa. 7. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Querol, M. Á. (2010). *Manual de gestión del Patrimonio Cultural*. Madrid: Akal, S.A. Recuperado el 16 de Enero de 2018

Restrepo, L. (2004). *Interpretando a Porter*. Bogotá, Colombia: Facultad del Rosario.

Obtenido de

<https://books.google.es/books?id=Z74PLtCCNoAC&pg=PA12&dq=diamantes+de+competitividad+michael+porter&hl=es->

[419&sa=X&ved=0ahUKEwiWulz937LVAhUM7yYKHbzxDigQuwUILDAB#v=onepage&q=diamantes%20de%20competitividad%20michael%20porter&f=false](https://books.google.es/books?id=Z74PLtCCNoAC&pg=PA12&dq=diamantes+de+competitividad+michael+porter&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiWulz937LVAhUM7yYKHbzxDigQuwUILDAB#v=onepage&q=diamantes%20de%20competitividad%20michael%20porter&f=false)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de <http://sni.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial>

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. (2004). *Investigación Experimental y no Experimental*. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/822205_1_VIR_TUAL/Objetos_de_Aprendizaje/Descargables/ADA%205/ADA_5.2.pdf

UNESCO . (s.f.). *Patrimonio Cultural Inmaterial* . Obtenido de Artes del espectáculo: <https://ich.unesco.org/es/artes-del-espectaculo-00054>

UNESCO. (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial Cultural*. Recuperado el 09 de Octubre de 2017, de www.google.com.ec: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi00d2g2OLYAhUNq1MKHYgTAjIQFgg3MAE&url=http%3A%2F%2Fwhc.unesco.org%2Fdocument%2F130490&usg=AOvVaw2cUImDNqHS0OgXMO7P0SKY>

UNESCO. (s.f.). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de Usos sociales, rituales y actos festivos: <https://ich.unesco.org/es/usos-sociales-rituales-y-00055>

UNESCO. (s.f.). *Patrimonio Cultural Inmaterial* . Obtenido de Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo : <https://ich.unesco.org/es/conocimientos-relacionados-con-la-naturaleza-00056>

Universidad de Champagnat. (16 de Agosto 2016 de 2002). *La estructura organizacional*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>

Velazquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística*. Recuperado el 24 de Marzo de 2018, de www.bibliotecasdigitales.com.ec:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

Wikimedia Commons. (10 de 04 de 2018). *Mapa Parroquia San José de Minas*. Obtenido de [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_San_Jose_de_Minas_\(Quito\).svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_San_Jose_de_Minas_(Quito).svg)