



**El turismo comunitario en la población de Yunguilla y su impacto en el patrimonio  
cultural inmaterial**

Viscaino González, Kevin Andrés y Zhunio Vargas, Esthefany Samanta

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración Turística  
y Hotelera

Chiriboga Barba Danny Fernando PH. D.

01 de febrero de 2022



Firma:



**Chiriboga Barba, Danny Fernando PH.D.**

C.C. 1711412989



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

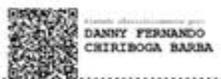
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "El turismo comunitario en la población de Yunguilla y su impacto en el patrimonio cultural inmaterial" fue realizado por el señor **Viscaino González, Kevin Andrés** y la señorita **Zhunio Vargas, Esthefany Samanta** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

*Sangolquí, 26 enero del 2022*

Firma:



**Chiriboga Barba, Danny Fernando PH.D.**

C.C. 1711412989



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Viscaino González, Kevin Andrés** con cédula de ciudadanía 172511211-2, y **Zhunio Vargas, Esthefany Samanta**, con cédula de ciudadanía 172624337-9, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **El turismo comunitario en la población de Yunguilla y su impacto en el patrimonio cultural inmaterial** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

*Sangolquí, 26 de enero del 2022*

Firma:

.....  
**Viscaino González, Kevin Andrés**  
C.C. 172511211-2

Firma:

.....  
**Zhunio Vargas, Esthefany Samanta**  
C.C. 172624337-9



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

*Nosotros Viscalno González, Kevin Andrés con cédula de ciudadanía 172511211-2, y Zhunio Vargas, Esthefany Samanta, con cédula de ciudadanía 172624337-9, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: El turismo comunitario en la población de Yunguilla y su impacto en el patrimonio cultural inmaterial en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra responsabilidad.*

*Sangolquí, 26 de enero del 2022*

Firma:

.....  
**Viscalno González, Kevin Andrés**  
C.C. 172511211-2

Firma:

.....  
**Zhunio Vargas, Esthefany Samanta**  
C.C. 172624337-9

## **Dedicatoria**

A mi madre Julia González que fue el pilar fundamental para no decaer a lo largo de mi carrera y a no rendirme por más que el camino se vea oscuro

A mi padre Víctor Viscaino que me formo como una persona de trabajo, que nunca me abandono en cada problema y siempre estuvo junto a mi madre apoyándome y queriéndome.

A mis hermanos que me han acompañado a lo largo de mi vida académica y personal, por compartir cada momento de mi vida, por su inmensurable apoyo en cada paso que doy

Dedico este logro también a una persona que me acompañó en toda la vida universitaria quien me demostró que una relación se compone con esfuerzo, trabajo, dedicación y comprensión, siempre gracias Samanta Zhunio, lo logramos.

A la empresa que me abrió sus puertas por 3 años y me formó como profesional y como ser humano pronto nos volveremos a ver, estoy seguro de eso.

A Senescyt por el apoyo prestado en cada paso y a los analistas que siempre supieron apoyarme.

Y a mi familia en general que siempre confió en mí y que siempre supieron abrirme las puertas cuando más lo necesite.

***Kevin Viscaino***

## **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación quiero dedicarlo especialmente a mis padres. A Roberth por ser un excelente papá y enseñarme que con una actitud positiva todo se puede lograr y a mi madre Nancy por ser mi ideal ejemplo de mujer, por demostrarme que nunca es tarde para cumplir con nuestras metas, sin duda ustedes me han llenado de mucho amor, comprensión y apoyo incondicional para hoy permitirme cumplir uno de los sueños que tanto anhelaba.

A mi hermana Maite que desde pequeña fue mi confidente para darme ánimos, recargarme de felicidad con tan solo un abrazo y brindarme ese amor tan puro e inocente.

A Kevin por ser una persona especial que me ha enseñado con su ejemplo lo valioso de progresar por sí mismo, indudablemente eres un hombre excepcional, brillante y exitoso.

A mi familia y amigos que me brindaron su cariño, consejos y colaboración de todo tipo, realmente aprecio mucho cada detalle.

***Samanta Zhunio***

## **Agradecimiento**

En primer lugar agradecer a Dios por darme salud y vida, a mis padres Julia y Víctor por nunca dejarme solo y hoy culminar mis estudios de tercer nivel, por guiarme y nunca abandonarme.

A Samy, por apoyarme en los buenos y malos momentos, por nunca dejarme caer y siempre ayudarme a tomar decisiones, eres una mujer admirable y luchadora, de buenos principios

A mis hermanos que siempre supieron aconsejarme y guiarme para no decaer jamás, gracias Steven y Aracely, a Julián, mi sobrino que siempre estuvo para compartir con nosotros.

A ellos les agradezco infinitamente por su apoyo, consejos, tiempo e inversión depositada en mí, sin su ayuda esto no sería posible, por enseñarme a luchar y trabajar día a día para continuar y no desfallecer en el duro camino de la vida.

A Senescyt que gracias a los desembolsos realizados me permitió continuar en mi carrera sin descuidar ningún aspecto.

Al Msc. Danny Chiriboga director de esta investigación, quien a lo largo de la investigación demostró su profesionalismo, su experticia y su orientación en el desarrollo del trabajo.

Gracias Wolverine, Rojita y Lunita siempre supieron estar cuando más lo necesite.

***Kevin Viscaino***

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría y fortaleza para superar los malos momentos, a él por llenarme de bendiciones durante toda mi vida estudiantil y personal.

A mis padres quienes han sido mi motivación e inspiración para salir adelante, con certeza puedo decir que gracias a su sacrificio y esfuerzo hoy estoy logrando una meta que ustedes siempre desearon para mí.

A mi hermana por ser la mejor compañía durante el desarrollo de la investigación y por hacerme saber que se siente orgullosa de cada logro que obtengo.

A Kevin por haberme acompañado durante todos estos años de carrera y por estar pendiente de mí en todo momento.

A mi tutor Danny por enseñar y guiar la realización de este proyecto, demostrando su pasión por el trabajo como docente al impartir conocimientos y experiencias.

***Samanta Zhunio***

## Índice de contenidos

Carátula .....	1
Similitud de contenido .....	2
Certificación del director .....	3
Responsabilidad de autoría .....	4
Autorización de Publicación .....	5
Dedicatoria .....	6
Agradecimiento.....	8
Índice de contenidos.....	10
Índice de tablas .....	13
Índice de figuras .....	14
Resumen .....	16
Abstract.....	17
Introducción.....	18
Planteamiento del Problema.....	19
Determinación del Problema.....	20
Objetivos.....	20
Objetivo General .....	20
Objetivos específicos .....	20
Capítulo I .....	22
Marco Teórico.....	22
Teoría General de los Sistemas.....	22
Comunidad .....	26
Turismo Comunitario .....	27
<i>El turismo comunitario a nivel mundial</i> .....	29
Patrimonio Cultural de la Humanidad .....	31
<i>Tipos de Patrimonio</i> .....	32
<i>Patrimonio Cultural Nacional</i> .....	37
Convenio Andrés Bello .....	38
Mercosur Cultural.....	40
Impactos generados por la actividad turística en el patrimonio cultural .....	41
Características de la Estrategia .....	41

Marco Referencial.....	43
Proyectos de estudio a nivel internacional.....	43
Proyectos de estudio a nivel nacional.....	47
Marco Conceptual.....	49
Comunidad receptora.....	49
Cultura.....	50
Destino Turístico.....	50
Ejes estratégicos.....	50
Equipamiento.....	50
Espacios Turísticos.....	50
Expresiones culturales.....	51
Guía turística.....	51
Herencia cultural.....	51
Patrimonio.....	51
Patrimonio Cultural Inmaterial.....	52
Patrimonio inmaterial.....	52
Sistema Turístico.....	52
Turismo Comunitario.....	52
Turismo Cultural.....	53
Zona geográfica.....	53
Marco Legal.....	53
Constitución de la República del Ecuador.....	53
Ministerio de Turismo.....	54
Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”.....	54
Capítulo II.....	56
Diseño Metodológico y Resultados.....	56
Desarrollo metodológico.....	57
Tipología de la investigación.....	58
<i>Por el alcance</i> .....	58
Población y muestra.....	59
<i>Encuesta</i> .....	59
<i>Fichas de observación</i> .....	60

<i>Entrevista</i> .....	61
Diagnóstico situacional .....	62
<i>Diagnóstico macro de la ciudad de Quito</i> .....	62
<i>Diagnóstico micro de Yunguilla</i> .....	65
Resultados .....	70
<i>Entrevistas</i> .....	70
<i>Fichas de observación</i> .....	73
<i>Encuestas</i> .....	75
Capítulo III .....	94
Propuesta de la Investigación.....	94
Introducción.....	94
Estrategia para el desarrollo del Turismo comunitario.....	95
Objetivo estratégico general .....	96
Objetivos estratégicos específicos .....	96
Estrategia para el desarrollo del Turismo comunitario por medio de acciones encaminadas al aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial con el fin de promover el turismo en la comunidad de Yunguilla. ....	97
<i>Acción 1: Identificación del producto turístico patrimonial</i> .....	97
<i>Acción 2: Producción turística en la comunidad de Yunguilla</i> .....	102
<i>Acción 3: Sensibilización de la comunidad de Yunguilla</i> .....	128
<i>Acción 4: Promoción de la oferta turística</i> .....	136
Conclusiones .....	142
Recomendaciones .....	144
Bibliografía .....	146
Anexos .....	157

### Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Sexo</i> .....	75
Tabla 2.	<i>Nacionalidad</i> .....	76
Tabla 3.	<i>Estado civil</i> .....	77
Tabla 4.	<i>Situación laboral</i> .....	78
Tabla 5.	<i>Nivel de ingresos mensuales</i> .....	79
Tabla 6.	<i>Nivel de estudios</i> .....	80
Tabla 7.	<i>¿Con quién viaja?</i> .....	81
Tabla 8.	<i>¿Organiza su viaje con Agencias de Viaje?</i> .....	82
Tabla 9.	<i>Objetivo de su viaje</i> .....	83
Tabla 10.	<i>Porcentaje que se destina para los servicios turísticos</i> .....	84
Tabla 11.	<i>Actividades de turismo para realizar en un sitio</i> .....	85
Tabla 12.	<i>Turismo comunitario como actividad segura</i> .....	86
Tabla 13.	<i>Conoce Yunguilla</i> .....	87
Tabla 14.	<i>Actividades para realizar en la comunidad de Yunguilla</i> .....	88
Tabla 15.	<i>Medios para recibir información</i> .....	90
Tabla 16.	<i>Importancia del patrimonio cultural</i> .....	91
Tabla 17.	<i>El patrimonio cultural sufre un desplazamiento</i> .....	92
Tabla 18.	<i>Realizar turismo comunitario a futuro</i> .....	93
Tabla 19.	<i>Itinerario los mágicos culuncos</i> .....	107
Tabla 20.	<i>Itinerario de camino legendario de un pueblo olvidado</i> .....	109
Tabla 21.	<i>Itinerario del Quito milenario de los Yumbos</i> .....	111
Tabla 22.	<i>Itinerario el bosque y los niños salchichas</i> .....	113
Tabla 23.	<i>Itinerario de carboneros al turismo</i> .....	115
Tabla 24.	<i>Itinerario entre Yumbos y Yumbadas</i> .....	117
Tabla 25.	<i>Itinerario la ruta del contrabando</i> .....	119
Tabla 26.	<i>Itinerario cata al chigualcan y otros frutos</i> .....	121
Tabla 27.	<i>Itinerario de experiencia con productos lácteos</i> .....	123
Tabla 28.	<i>Itinerario de experiencia en la cocina de la abuelita</i> .....	125
Tabla 29.	<i>Precios de Tours a &amp; b</i> .....	136
Tabla 30.	<i>Precios de tours del c - i</i> .....	137
Tabla 31.	<i>Precio del Tour j</i> .....	138

## Índice de figuras

Figura 1.	<i>Elementos del Sistema Turístico según Molina</i> .....	25
Figura 2.	<i>Tipos de patrimonio</i> .....	33
Figura 3.	<i>Metodología</i> .....	56
Figura 4.	<i>Sexo</i> .....	75
Figura 5.	<i>Nacionalidad</i> .....	76
Figura 6.	<i>Estado civil</i> .....	77
Figura 7.	<i>Situación laboral</i> .....	78
Figura 8.	<i>Nivel de ingresos mensuales</i> .....	79
Figura 9.	<i>Nivel de estudios</i> .....	80
Figura 10.	<i>¿Con quién viaja?</i> .....	81
Figura 11.	<i>¿Organiza su viaje con Agencias de Viaje?</i> .....	82
Figura 12.	<i>Objetivo de su viaje</i> .....	84
Figura 13.	<i>Porcentaje que se destina para los servicios turísticos</i> .....	85
Figura 14.	<i>Actividades de turismo para realizar en un sitio</i> .....	86
Figura 15.	<i>Turismo comunitario como actividad segura</i> .....	87
Figura 16.	<i>Conoce Yunguilla</i> .....	88
Figura 17.	<i>Actividades para realizar en la comunidad de Yunguilla</i> .....	89
Figura 18.	<i>Medios para recibir información</i> .....	90
Figura 19.	<i>Importancia del patrimonio cultural</i> .....	91
Figura 20.	<i>El patrimonio cultural sufre un desplazamiento</i> .....	92
Figura 21.	<i>¿Realizaría turismo comunitario a futuro?</i> .....	93
Figura 22.	<i>Acciones de la estrategia</i> .....	97
Figura 23.	<i>Mapa geográfico de Yunguilla</i> .....	98
Figura 24.	<i>Casa de los Abuelos</i> .....	103
Figura 25.	<i>Casa Tahuallullo</i> .....	105
Figura 26.	<i>Caminos históricos</i> .....	108
Figura 27.	<i>Transición entre pueblos</i> .....	110
Figura 28.	<i>Bosque nublado</i> .....	112
Figura 29.	<i>Reseña carboneros</i> .....	114
Figura 30.	<i>Mermeladas</i> .....	120
Figura 31.	<i>Sensibilización y sus propuestas</i> .....	128

Figura 32. <i>Post promocional de cata al chigualcan y frutos</i> .....	140
---	-----

## Resumen

Desde el año 1990 surge el turismo comunitario como una propuesta alterna ante los impactos generados por el turismo de masas. En esta tipología, la comunidad local es protagonista de la oferta turística mediante la organización comunitaria con el objetivo de percibir una parte o la totalidad de los beneficios, cabe señalar que su enfoque se profundiza en desarrollar un adecuado manejo de los recursos naturales y la valoración de la cultura. Yunguilla es una comunidad que pertenece al D. M. Quito, parroquia Calacalí, en ella se estableció el turismo comunitario desde hace muchos años y esto les ha permitido ser reconocidos a nivel nacional, ciertamente esta modalidad contribuye principalmente al cuidado ambiental y conservación del área natural de igual forma ofrece desarrollo e intercambio cultural puesto a que existe una convivencia entre la comunidad y los visitantes nacionales y extranjeros. La presente investigación surge ante la necesidad de aprovechar el vínculo existente entre el turismo comunitario y el patrimonio cultural inmaterial, cabe destacar que como expresiones inmateriales están: danza, costumbres, leyendas, canciones, poemas, tradiciones, recetas, entre otras. Es importante indicar que la conjunción de esta modalidad junto a lo inmaterial del patrimonio son importantes generadores de productos turísticos relevantes en el proceso de comercialización y en el desarrollo de la comunidad de Yunguilla.

### Palabras clave

- **POBLADORES**
- **TURISMO COMUNITARIO**
- **PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**
- **YUNGUILLA**
- **VISITANTES**

### **Abstract**

Since 1990th, community tourism has emerged as an alternative to the impacts generated by mass tourism. In this typology, the local community is the main actor of the offer through community organization with the aim of receiving part or all of the benefits, it should be noted that its approach deepens in developing and correct management of natural resources and the valuation of culture. Yunguilla is a community that belongs Quito, Calacalí parish, community tourism was established for many years, and this has allowed to be recognized, certainly this modality contributes to environmental care and conservation of natural area, of the same form offers development and cultural exchange since there is a coexistence between the community, national and foreign visitors. This research arises from the need to take advantage of the existing link between community tourism and intangible cultural heritage, it should be noted that as intangible expressions are: dance, customs, legends, songs, poems, traditions, recipes, among others. It is important indicate that the conjunction of this modality together with the intangible heritage are important generators of relevant tourism products in the marketing process and in the development of the Yunguilla community.

#### Keywords

- **SETTLERS**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE**
- **YUNGUILLA**
- **VISITOR**

## Introducción

Yunguilla inicia con el trueque de varios productos de clima subtropical y templado manejado por el pueblo Yumbo hacia diferentes rutas de la Sierra Norte y Costa pero durante la conquista española esta población desaparece. Durante los años cincuenta el gobierno de Ecuador posibilita la colonización del territorio creando un paisaje apto para la agricultura y ganadería, décadas más tarde se constituía por latifundios hasta que entra en vigencia la Ley de Reforma Agraria en donde por fin se constituye la comunidad de Yunguilla y Mama Pallo. Sin embargo en los años noventa se dedican a la agricultura para la supervivencia mientras trabajan en la explotación de los bosques ocasionando que varias ONG intervengan en la comunidad para comenzar un proceso de organización y cuidado ambiental en conjunto con los pobladores, finalmente en el año 2000 se crea la Corporación Microempresarial de Yunguilla ratificando el empoderamiento comunitario y generando al Turismo Comunitario como una alternativa sostenible.

Actualmente la población se maneja de carácter turístico con un enfoque sostenible que asegura la conservación de los ecosistemas y el crecimiento económico, es así que la comunidad posee una fábrica de queso, una fábrica de mermeladas, alojamiento comunitario, tienda comunitaria, restaurante, huerto orgánico y elaboran artesanías como parte de las diferentes actividades productivas que permiten su sustento, además es imprescindible mencionar que participan de proyectos sustentables que generan cambios y mejores cuidados de la naturaleza que los rodea.

La comunidad tiene un innegable desarrollo del Turismo Comunitario sin embargo existe una serie de elementos que deben ser tomados en cuenta, uno de ellos el Patrimonio Cultural Inmaterial que de cierta manera ha tenido un impacto en el manejo turístico puesto que se limita principalmente a los enfoques ambiental, social y

económico, por lo tanto esto hace posible que el presente estudio pueda efectuar un análisis de su relación a fin de establecer alternativas que garanticen su conservación dentro de la oferta turística.

### **Planteamiento del Problema**

La comunidad de Yunguilla tiene una marcada trayectoria en el turismo comunitario y turismo rural que ha ido evolucionando con el pasar de los años, es evidente que la comunidad actualmente es reconocida por mencionados tipos de turismo. Sin embargo, cabe recalcar que dentro de esa modalidad tienen identificados los ejes principales económico, social y cultural como alternativa de desarrollo para el impulso turístico puesto que implica varias ventajas al ser una gran fuente de empleos, al incentivar el respeto y preservación de la biodiversidad, valoración de la cultura y la generación de ingresos a través de actividades económicas basadas en producción y trueque.

En ese sentido el patrimonio cultural inmaterial tiene presencia en cada comunidad y persona que la constituye, no obstante con el pasar de los años su mayor benefactor y protector que es el turismo comunitario, ha generado un notable impacto que aún se desconoce, por esta razón se identifican algunas causas que implican este hecho, entre ellas el choque cultural y la globalización que han influenciado en la identidad cultural, de igual forma se percibe el énfasis del turismo comunitario en el cuidado ambiental de los recursos naturales y culturales, además es evidente que la comunidad posee una falta de interés en fundamentar la información sobre el patrimonio cultural inmaterial para su conservación y desarrollo entre generaciones puesto que posee características intangibles propias, que lo hacen potencialmente capaz de

generar experiencias turísticas únicas que impulsen aún más el turismo de la comunidad.

### **Determinación del Problema**

Se desconocen los efectos que genera la aplicación de la modalidad de turismo comunitario en el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial de la comunidad de Yunguilla.

Para tratar el tema de la presente investigación se elaboró un árbol de problemas, dentro del mismo se contempla el desconocimiento de los efectos que el turismo comunitario genera en el patrimonio cultural inmaterial por posible desaprovechamiento, falta de interés para impulsarlo, la globalización y mayor concentración en el eje ambiental. (Ver anexo A)

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Analizar el turismo comunitario y su impacto en la población de Yunguilla a partir de información referente al patrimonio cultural inmaterial con el fin de remediar y fortalecer la oferta turística.

#### **Objetivos específicos**

- Fundamentar la investigación analizando las principales bases teóricas como aporte al fortalecimiento del contexto del tema.

- Examinar el macro y micro entorno del área de estudio utilizando una adecuada metodología y herramientas de investigación, con el fin de conocer la realidad del sitio investigado.
- Proponer una estrategia para el desarrollo del Turismo comunitario por medio de acciones encaminadas al aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial con el fin de promover el turismo en la comunidad de Yunguilla

## Capítulo I

### 1.1. Marco Teórico

#### 1.1.1. Teoría General de los Sistemas

##### ***Sistema***

El sistema es un concepto que ha evolucionado con el tiempo desde la década de los años cincuenta cuando varios autores de la Sociedad para la Investigación General de los Sistemas apoyan la Teoría General de Sistemas (TGS), la idea clave fue abordarla de manera general para comprender los componentes que se relacionan entre sí, con grado de interdependencia elevado, exactitud en tiempo y espacio, y que también haya cohesión interna (Osorio García, 2000).

##### ***Sistema Turístico***

En las décadas de los años sesenta y ochenta se considera que los modelos de sistema mecánico y orgánico se utilizaron como base para construir la conceptualización de sistema turístico, presentándose como un gran sistema al cual se van conectando por atracción otros espacios turísticos de origen y destino, como un organismo en el que sus factores se constituyen de forma ordenada (Ibáñez & Cabrera, 2011).

Para Latinoamérica acorde a los estudios realizados por el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT) durante el año de 1971, el sistema turístico de acuerdo con Rodríguez (como se cita en Ibáñez & Cabrera, 2011) se detalla como un conjunto de interacción, servicios e infraestructuras que trabajan entre sí para efectuar las funciones que permiten la visita y estadía de turistas.

(Cohen, 2002, citado en Ibáñez & Cabrera, 2011) sostiene que los sociólogos y antropólogos son profesionales que estudian al sistema turístico y aseveran como hipotético que su labor obedece a un esquema abierto, en donde existe crecimiento constante hacia nuevos sitios, como efecto del trabajo de las autoridades a nivel nacional o de quienes desarrollan la actividad turística de mayor nivel.

Existen diversos modelos básicos enfocados en desplegar distintas explicaciones sobre las etapas de crecimiento y evolución del sistema turístico concibiendo énfasis de los aspectos territoriales, económicos y antropológicos conforme a los cambios que se presentan en el turismo. Es menester decir que para la presente investigación se considera como fundamento principal al modelo de sistema turístico expuesto por Sergio Molina.

Molina es un precursor del estudio de turismo en México, él especifica al turismo bajo una idea sistémica que parte de lo siguiente: el turismo se integra por un conjunto de partes o subsistemas que se interrelacionan para lograr una meta en común (Ibáñez & Cabrera, 2011).

El modelo desarrollado por Sergio Molina se destaca por plantear una metodología enfocada en el turismo local de tal manera que pueda existir un desarrollo en equipo conjuntamente con los ejes económico social con el objetivo de ofertar actividades que aprovechen los recursos naturales que posee una comunidad y a la vez fomentar su crecimiento.

El autor considera al turismo como un sistema abierto que se relaciona con el ambiente en donde se generan intercambios, es decir el sistema aporta insumos que se procesan y dan como resultado un producto en el entorno, bajo esta perspectiva se presenta la estructura del sistema compuesto por superestructura, demanda, infraestructura, atractivos, equipamiento e instalaciones y la comunidad receptora mismos que se interrelacionan e interactúan entre sí con el propósito de ayudar a

desarrollar la actividad turística de un determinado destino tomando como pilar fundamental la parte social (Molina, 2006).

### **Subsistemas**

Los subsistemas que componen al sistema turístico de Molina a su vez están compuestos de ciertos elementos que se detallarán a continuación:

**Superestructura:** Compuesto por entidades de los sectores público y privado; las normativas de un país, los planes, programas y proyectos.

**Demanda:** Conformado por personas residentes en el país y en el extranjero.

**Infraestructura:** Incluye instalaciones aeroportuarias, vías, red de agua potable, alcantarillado, servicio telefónico, entre otros.

**Atractivos naturales y culturales:** Son todos los elementos del ecosistema, tradiciones, costumbres de las poblaciones receptoras.

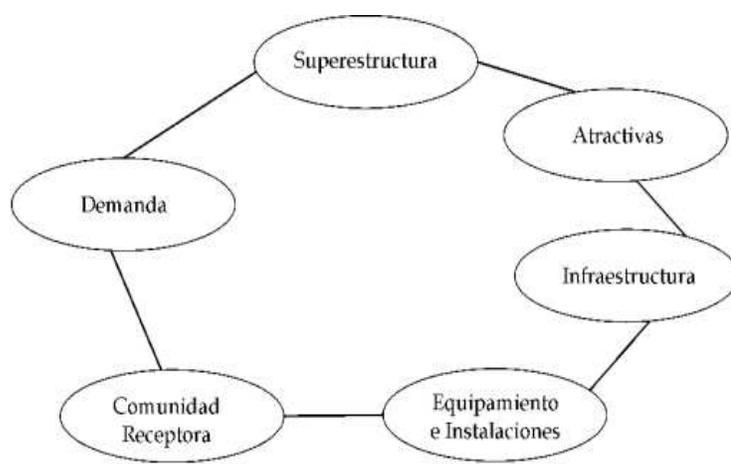
**El equipamiento y las instalaciones:** Se constituyen del alojamiento, restauración, intermediarios turísticos, entre otros servicios de recreación.

**La comunidad receptora:** Constituido por los pobladores de un determinado lugar que se involucran de forma directa e indirecta con el sector turístico.

(Molina, 1986, pág. 17 como se cita en Ibáñez, R., & Cabrera, C.)

**Figura 1.**

*Elementos del Sistema Turístico según Molina*



**Nota.** Este cuadro representa los subsistemas considerados en un sistema turístico. Tomado de componentes del sistema turístico según Molina por M. Osorio, 2000, *Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas*, 7(23).

Molina cataloga a la actividad turística como el conjunto de un sistema en el que se pretende conocer su correlación e integralidad, bajo esta perspectiva la planificación de turismo se toma como un factor dinámico (Molina, 1986, pág. 37).

Por ello, la presente investigación necesita conocer la situación actual de las condiciones turísticas, es decir, que comprende la evaluación del sistema turístico mediante cada uno de sus elementos considerando como eje fundamental a la comunidad receptora y el rol que cumple en la actividad turística de Yunguilla, es importante resaltar que el modelo optimiza la planificación turística mediante el desarrollo de un plan que contiene diagnóstico, pronóstico, objetivos, metas, estrategias, programas, presupuesto y proyecto (Jacinto, 2020).

### 1.1.2. Comunidad

Para la concepción del término comunidad se engloba principalmente dos tipos de inclinaciones, por un lado se habla de una perspectiva geográfica que indica a un determinado espacio en el que se relaciona un grupo de individuos con limitadas formas de vida y actividades económicas, por otro lado se encuentra la perspectiva social y antropológica que demuestra que la comunidad no sólo se enfoca en el espacio geográfico y los habitantes sino que en ella convergen sus valores, relaciones, costumbres tradiciones y demás que configuran su entorno. Cabe señalar que también se la identifica por la capacidad de los miembros de la comunidad para participar en los procesos sociales, económicos, culturales y turismo (Ramírez Hernández, 2019).

A menudo, se entiende a la comunidad como una población local, pero es necesario reconocer que en el proceso comunitario convergen tres protagonistas, para empezar, se encuentra a las administraciones, seguido de recursos, servicios públicos, privados y voluntarios, por último, la población comunitaria y sus organizaciones sociales. En este sentido es imprescindible aclarar que el adjetivo comunitario será utilizado en función de dos acepciones, la primera asume a la comunidad como destinatario en dónde ellos serán receptores de programas, proyectos, prestaciones, entre otros que puedan contribuir a su crecimiento y la segunda refiere a la comunidad como protagonista del proceso que se pretende desarrollar (Marchioni, 1999).

Durante el proceso comunitario, se pretende mejorar las condiciones de vida de una comunidad local caracterizándose por permitir la participación de la población, la activa intervención de las administraciones y el uso equilibrado de los recursos (Marchioni, 1999).

La comunidad según Willmott (como se citó en Ruiz, E., Hernández, M., & Coca, A., 2008) se refiere a lo que se tiene en común, considerando tres elementos

fundamentales: lugar, interés y apego, bajo esta instancia una comunidad posee un mundo particular de comprensión compartida. Por otra parte, la población funciona como una entidad que no se vuelve autónoma del exterior, entre su estructura poseen capacidad para organizarse y desempeñar acciones colectivas por sí mismos.

### **1.1.3. Turismo Comunitario**

En varios países alrededor del mundo, se consolida el turismo comunitario como una herramienta que genera un beneficio local desde los cimientos de las comunidades, hasta la parte administrativa de las comunidades, clasificando como actor principal estas comunidades que antes habían sido solo un involucrado más del desarrollo. El turismo comunitario y la participación generada por el mismo se clasifican como una forma singular de gestión con énfasis en la actividad turística, construida de visiones singulares que son:

1. La vinculación entre la parte natural y la identidad cultural que constituye cada comunidad.
2. El balance entre los componentes naturales y sociales.
3. Monitoreo constante de la comunidad a la actividad turística.

Hoy en día se han documentado cientos de miles de revalorización de la identidad cultural y con esto también se han generado importantes acercamientos a culturas diferentes, es decir la de cada visitante, este fenómeno se puede contrarrestar con una importante revalorización y autoconocimiento de cada comunidad.

La participación de las prácticas culturales y económicas diferentes a las de cada organización comunitaria, han funcionado como un debilitador de la parte cultural, el desplazamiento de lo cotidiano y lo propio, por la modernidad y la globalización, han

creado un desplazamiento evidente de su parte cultural y su parte real, lo importante en este desarrollo es crear un balance entre beneficios personales a comunitarias, de tal forma que se genere una regeneración de las manifestaciones propias de cada población como agrarias, artesanales, gastronómicas y ganaderas (Ballesteros & Carrión, 2007).

Los principales ejes de la comunidad se ven fomentados gracias al turismo comunitario, ocasionando un impacto positivo tanto en la comunidad como en el patrimonio cultural inmaterial, viéndose reflejado en el fortalecimiento de la identidad propia, pero en ciertos casos el patrimonio a pesar de ser tomado en cuenta para la realización de turismo comunitario en la mayoría de casos no es clarificado por los responsables de la actividad turística, esto se evidencia con la desaparición de platos tradicionales, preparaciones, alimentos, fiestas, vestimenta y bebidas que han sido relegadas al olvido, motivo por el cual el turismo comunitario da un papel secundario a las tradiciones de cada comunidad y junto con ello el patrimonio cultural inmaterial, demostrando que con el pasar del tiempo el turismo comunitario podría desplazarlo o sustituirlo, es decir la actividad comunitaria tiene que sumar y fomentar el desarrollo de las comunidades permitiendo mantener la identidad cultural de cada sector, fortaleciendo el patrimonio cultural inmaterial heredado.

Para la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, por sus siglas FEPTCE manifiestan que la actividad del turismo comunitario, participan de forma indirecta como un eje de afirmación con tintes pluriculturales en el territorio ecuatoriano, construyéndose como aquel lugar que busca crear el sentido de la identidad y con la pertenencia, el recuerdo de la cultura y conservación de la identidad cultural, priorizando así la contribución a la parte socio organizativa y conseguir de esta forma la tan ansiada

preservación utilizando como herramienta la gestión que perdure en el medio ambiente. (FEPTCE citado en Ruiz Ballesteros & Solís Carrión, 2007)

#### **1.1.3.1. El turismo comunitario a nivel mundial**

El turismo comunitario comprende de mejor manera lo que engloba todos los ejes de turismo cultural, permitiendo así la idea que se consolida sobre el patrimonio cultural es en recurso y se constituye de tal forma como una marca colectiva de herencia a nivel mundial, y de tal forma difundir la herencia mundial del turismo, como una tipología turística a nivel mundial, haciendo de esta forma que este tipo de turismo tenga una mayor participación en el turismo comunitario a nivel mundial. La Unesco ha incluido paulatinamente una permutación en los paradigmas que constituyen la conservación de la parte cultural patrimonial, y esto ha propiciado la incursión en una nueva parte patrimonial, incluyendo la identidad al patrimonio cultural compuesto por manifestaciones culturales propias de la comunidad creada desde la convención de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del 2003 (Madariaga & Asencio, 2018).

El turismo comunitario está en constante crecimiento que es evidente y esto es igual en varios destinos a lo largo del país y el mundo, esto se constituye como una herramienta con el cual se consolida adaptativo en el turismo mundial, y a la vida después del covid-19, se consolida como una solución para los nuevos retos que se constituyen los más importantes: la competencia de los destinos consolidados a nivel nacional e internacional y particularmente los cambios que se han generado en los hábitos consumistas de los turistas que llegan a las poblaciones, los turistas que tienen experiencia buscan la integralidad en las experiencias que aplican, que entre otras tienen la singularidad de ser sostenibles y perdurables en el tiempo, el turismo comunitario se generó tal cual un rasgo diferenciador en los destinos turísticos que

enaltecen la visita de cada uno y aportan el valor definiéndolo así como una estrategia única y particular aplicada por cada comunidad (Medina, s.f.).

De acuerdo a la OMT (2017) existen ciertas razones por las que la actividad turística comunitaria está en constante crecimiento:

1. El requerimiento para un destino particular y única desarrolla una estrategia singular, resultado de forma natural lo singular, la mejor manera es la utilización del patrimonio cultural inmaterial que consolida las actividades culturales tradicionales y la parte de la memoria oral transmitida de familia en familia.

2. Las comunidades se afianzan en su parte cultural inmaterial, con el objetivo principal de llamar la atención a los turistas para involucrarse en los lugares y las culturas que ellos recorren, y estos visitantes no escatiman en gastos, permitiendo de tal forma una repartición de los recursos de forma más equitativa.

3. El flujo turístico puede ser manipulado con el turismo comunitario, y esto a su vez significar un mejoramiento y creación de nuevas oportunidades en desarrollo y al visitar destinos no concurridos, son una alternativa segura para visitantes y la comunidad.

4. Las estrategias de comunicación pueden tener como generador el patrimonio cultural, este punto va a tener una narrativa que tiene contacto a la parte sentimental de los visitantes y mediante estas ofertar productos más reales e importantes, diseñando así una huella que perdura utilizando como estrategia principal las experiencias del visitante.

5. La veracidad de lo vivido por los turistas, se consolidan como experiencias imborrables y duraderas, con la capacidad de afianzar la confianza de los visitantes en

el turismo comunitario, y esto podrá generar embajadores de las experiencias vividas sea dentro o fuera de la comunidad (Organización Mundial del Turismo, 2016).

#### **1.1.4. Patrimonio Cultural de la Humanidad**

La preservación del patrimonio cultural empezó a ser muy sonado a partir de la novena conferencia general en la UNESCO por diciembre del año 1956, y el paso del patrimonio a lo largo de tan importante organización ha sido notablemente importante en la parte pública diseñando acciones para el manejo de la parte cultural de cada lugar y país (Peña, P., & Miguel, J., 2013).

Se ha dado a conocer y conservar el patrimonio en los casos más importantes como lo son:

- Variedad cultural
- Patrimonio mundial
- Patrimonio natural
- Patrimonio mueble y museos
- Patrimonio inmaterial
- Patrimonio subacuático
- Memoria del mundo (Peña, P., & Miguel, J., 2013).

El patrimonio cultural es multidisciplinario debido a que en su ámbito teórico y empírico contempla aspectos históricos culturales sociales políticos económicos y entre otros que permiten a los ciudadanos tener en cuenta su existencia además se considera que uno de los caminos que permite conservar el patrimonio cultural es el conjunto de normas que lo protegen con el objetivo de que se ha valorado salvaguardado por la sociedad (Peña, P., & Miguel, J., 2013).

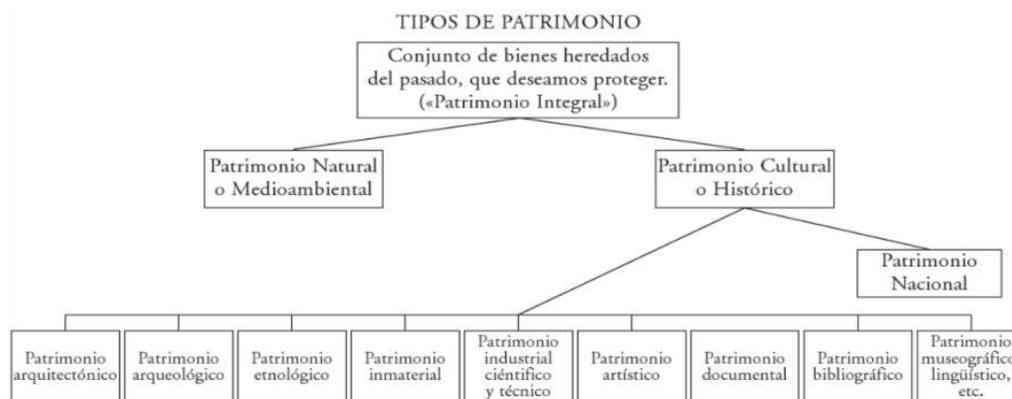
En base a lo antes expuesto, se establece las primicias del patrimonio cultural de la humanidad que constituye los aspectos basados en singularidades e inclusive

centra su interés en la capacidad de proveer conocimientos e identidad propia, esto consolida la actualidad y permite mirar en un futuro con la idea principal de un objetivo en el desarrollo de cada comunidad.

#### **1.1.4.1. Tipos de Patrimonio**

En concordancia con el libro Gestión del Patrimonio Cultural, el patrimonio cultural es la base necesaria en la identidad cultural de las personas de la comunidad, el patrimonio estará compuesto por la parte natural y también la cultura obteniendo así el patrimonio.

Construye la historia, documenta evidencias del pasado con el fin de dar cimienta y un sentido en una sociedad en particular, esto resulta para elevar el nivel cultural en las personas, conservando el desarrollo del bien, atrayendo a turistas creando fuentes de empleo y produciendo riqueza, buscando preservar y mantener su identidad cultural, por medio de un respeto y apoyo total al patrimonio, tanto natural como cultural, que permite que las costumbres y tradiciones perduren a lo largo del tiempo, desarrollándose desde ejes estratégicos (Querol, 2010).

**Figura 2.***Tipos de patrimonio*

**Nota.** El gráfico representa la tipología de patrimonio natural, cultural y sus derivados.

Tomado de *Tipos de patrimonio*, por M. A. Querol, 2010, Manual de gestión del patrimonio cultural.

De acuerdo a Querol, 2010, la división básica de: muebles, inmuebles e inmateriales, las diferencias entre el patrimonio es su parte de inmuebles e inmaterial, son los procesos de gestión que desencadenan en las formas de protección singulares en cada uno y esto genera diferencias entre quienes participan en las soluciones.

Querol menciona en su manual que, aquellos que tienen la cualidad del traslado de una ubicación a otra siempre y cuando estos no pierdan su lado cultural, son los bienes muebles, aquella cualidad de movimiento lo hace entidades individuales que pasan sin mayor interés por la cultura e interés.

El patrimonio artístico es aquel que cuanta con una mayor cantidad de bienes muebles, consolidados en un mundo muy aparte, este patrimonio este atado a su lugar en donde se visualiza, es permanente y perpetuo en el lugar, no tiene cualidades de movimiento ni de rotación, solo está ahí en su lugar permanentemente, y este lugar

constituye un rol contextual, que beneficia a la parte que lo rodea, dotando de una personalidad única y particular de cada bien inmueble.

Concluyendo que la parte patrimonial inmaterial es el gran ausente, debido a que es muy ambiguo y también inobservable de tal forma que aquellos mecanismos de gestión se han ido creando y poniendo en práctica y no funcionan o tienen una funcionalidad muy baja a la esperada. En estos no se puede generar una intervención, sino más bien dar el lugar que la sociedad lo ubica sin interponer u obligar a cada individuo, esto es muy discutido y claramente no definido este rol y la importancia que radica en ellos, de esta manera la decisión final es tomada por la comunidad que cuenta con este patrimonio inmaterial.

El patrimonio cultural inmaterial tiene un diferenciador de gran relevancia que es que estas manifestaciones han sido traspasadas por herencia cultural del pasado, que incluirá también usos rurales y urbanos, este patrimonio destaca una importancia puesto a que lo inmaterial constituye desde fiestas tradicionales, leyendas, bebidas típicas y todo aquello que engloba un proceso de herencia generacional que ha permitido que cada generación venidera decida sobre este bien inmaterial y al ser de vital importancia para atraer turísticas, conservar su identidad propia buscando así la permanencia con el pasar de los años.

Si bien es cierto en base a estos tres conceptos se puede hablar de una extraña y en muchos casos inevitable unión entre los tres tipos de patrimonio, denotando así la importancia de conservar en su sitio el patrimonio en conjunto, que quiere decir que los bienes inmuebles junto con sus muebles que ambos dan cabida a los posibles inmateriales que son tan huidizos y difíciles de manifestarse.

La parte impalpable es la que constituye el patrimonio inmaterial, esto es en relación a los pueblos, en ella se contemplan manifestaciones culturales, como la

música, el idioma, las festividades, técnicas de cocina, formas de hacer actividades y manifestaciones de socialización, memorial oral, entre otros.

En el manual "Gestión del patrimonio Cultural" se encuentra la documentación lo suficientemente necesaria para poder identificar todo lo que corresponde a patrimonio y sus diferentes variantes, después de comprender la contextualización que se plantea se entiende que, no son solo los vestidos tradicionales, sino la forma de haberlos y la manera de ponerlos, la estructuración que se da para el vestido, el lugar en donde se lo va a usar y la significación que se da a conocer por el patrimonio inmaterial y el mismo hecho de tener un lugar en la comunidad que cuenta con un patrimonio cultural, sea cual sea la tipología, patrimonio no solo es la cerámica popular, si no el proceso técnico que da lugar a estas cerámicas, que junto con ella va, el significado simbólico para la comunidad y el objetivo con el cual se crea la cerámica y por qué la cerámica tiene la forma, color y significado, lo mismo que al ser transmitido de forma verbal o escrita, constituye el patrimonio de una persona o comunidad, no son solo las campanas, ni el campanario ni la iglesia, si no el sonido que emiten cuando se tañen y lo que significa que tal sonido para el pueblo y el turista que lo conoce y entiende la contextualización del conjunto que se forma en el patrimonio, la gastronomía corresponde un apartado especial, puesto a que es un ejemplo más claro y palpable de cómo se constituye este patrimonio inmaterial que parte desde la forma de cultivo de los alimentos, pasando por la forma de conservación de los productos llegando así finalmente a el procesamiento que influye en técnicas de preparación, ingredientes, acompañantes y bebidas que trabajando en conjunto forman parte del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades.

Lo primero que genera interés con respecto al patrimonio inmaterial es la complejidad al momento de entablar respuestas para preguntas en relación a la protección y la conservación, las manifestaciones no físicas están ligadas a esta parte

patrimonial que conllevan a una determinación en la forma de vivir, no existe nada que cambie de manera tan drástica, como lo son las formas de vida, al respecto de tradiciones antiguas que no han sido víctimas del capitalismo existente, las manifestaciones culturales tienen como norma y característica el cambio continuo. Son, en realidad seres vivos y como tales nacen, crecen cambiando cada día y acaban por ser sustituidas por otras.

Es aquí en donde se evidencia claramente como la única manera de proteger estos bienes sin cuerpo es documentarlos, estudiando cómo son, cómo se manifiestan y cómo cambian con el pasar de los años y el cambio que sufren de generación en generación, lo que se debe conservar esta documentación que nace a partir del desarrollo que tienen estas manifestaciones culturales en muchos de los casos será la única forma de que las generaciones futuras conozcan que existieron cómo eran, cómo se entendían, que realizaban, que no y como lo hacían, el patrimonio inmaterial no se busca la autenticidad, como se hace con el material que se dispone y como se lo maneja para permanecer a flote estas tradiciones y manifestaciones que constituyen claramente la identidad de cada pueblo que allí se encuentra, con esta documentación lo que se busca como objetivo principal es que tenga una continuidad histórica, una cronología que permita un análisis más específico y más cultural de todo aquello que rodeará a una comunidad, conociendo todo aquello que constituye todo el proceso de patrimonio inmaterial y cultural manteniendo así lo auténtico y las manifestaciones culturales como clasificadas, constituyendo así las tres originalidades del Patrimonio Cultural:

- Propia inmaterialidad. - Radica en todo aquello que constituye el Patrimonio Cultural presente en cada comunidad e individuo que lo componen.
- Originalidad. - Los rasgos únicos de las manifestaciones, hacen de la cultura algo auténtico y propio, preservando así la particularidad del patrimonio.

- Cambio profundo. - Este cambio constituye un cambio en el propio concepto de Patrimonio Cultural que se ha establecido desde hace años, haciendo así un cambio profundo en la ideología y contextualización del Patrimonio Cultural inmaterial.

Todas estas manifestaciones comprenderán las formas de expresión que van desde valores culturales hasta aspectos como la música, la danza, gastronomía, ritos, lenguaje, idioma, festividades propias, creencias, conocimiento empírico y prácticas ancestrales propias de cada sector, con las prácticas ancestrales (Crespial, 2008).

Al contextualizar de forma clara, concisa y sucinta todo lo que influye en la teoría de gestión del patrimonio cultural, partiendo de las investigaciones realizadas y la identificación, se considera esta teoría a razón de la importancia que da un punto de partida para la investigación dando a conocer el patrimonio cultural inmaterial, buscando protegerlo, se debe tener todo el conocimiento de lo que influye en la comunidad, denotando así la importancia de esta teoría para evaluar uno de los ejes principales de la investigación que es el patrimonio cultural inmaterial, encontrando así la importancia de la investigación apoyado por la teoría (Neudel, 2015).

#### **1.1.4.2. Patrimonio Cultural Nacional**

Raul Matta (como se citó en Rodríguez Martínez & Quiroga Dallos, 2020) anota que el patrimonio cultural no solo engloba el producto final, sino más bien todo el proceso, que va desde la técnica hasta la producción y venta haciendo alusión a un grupo de recursos culturales materiales e inmateriales que forman parte de un legado en común. Un claro ejemplo del patrimonio cultural inmaterial es el patrimonio alimentario puesto que incluye varios bienes de cultivo, ingredientes, comida típica, conocimientos ancestrales, preparaciones y tradiciones alimentarias. Otros aspectos a considerar son los modales al momento de comer, la representación simbólica de los

alimentos, inclusive los equipos de cocina e implementos de mesa como cubiertos, loza, etc.

El turismo comunitario junto con el patrimonio cultural inmaterial se desarrolla como una actividad que permite a las comunidades que tradicionalmente eran consideradas como una atracción turística ahora puedan elaborar un producto y ofrecerlo a turistas tanto nacionales como extranjeros, el turismo comunitario se realiza a partir de la década de 1980, “paralelamente” a la industria turística común, logrando ser un sector creciente y fundamental para no menos de 100 comunidades indígenas y campesinas unas 3.000 familias. Esta actividad, por consiguiente, beneficia de forma directa e indirecta a no menos de 15.000 personas del sector rural ecuatoriano (Ballesteros & Carrión, 2007)

Ecuador (como se citó en Herrera Morales, 2019) al hablar de patrimonio alimentario no solo se hace relación con la elaboración de platos o bebidas tradicionales, sino también, con productos que se utilizan como ingredientes.

El turismo cultural y la noción de paisaje cultural en relación a las riquezas naturales únicas y excepcionales, se establecen como insumos suficientes para ser catalogados en el desarrollo profesional desde diversos campos, un patrimonio cultural-natural como recurso (no renovable). Cabe mencionar que la comunicación transdisciplinaria en el margen de la concertación de acciones entre instituciones y comunidades finalice en la consolidación de planes de manejo que puedan contribuir a la sustentabilidad de tales recursos (Lloreda, 2007).

#### **1.1.5. Convenio Andrés Bello**

El convenio Andrés Bello (CAB) fue creado y firmado el 31 de Enero de 1970 y durante el año de 1990 fue actualizado y sustituido en Madrid, sus principios

primordiales se centran en la integración educativa, ciencia, tecnología y cultura entre todos los países que forman parte del convenio (Ramírez, 2003).

A su vez en el mismo año de 1990 se decide crear la organización del convenio Andrés Bello con una personería jurídica internacional e intergubernamental, todo esto con el fin de buscar el fortalecimiento de los procesos que permitan la integración, la configuración junto con el desarrollo de un espacio cultural en común, con el objetivo de buscar la generación de cátedras sobre lo cultural, educativo, científico y tecnológico, todo esto con el propósito de que estos beneficios que generan estos procesos contribuyen a un progreso equilibrado entre los países miembros, generando un impacto positivo en las diferentes áreas que corresponden en un bien común entre todos los países que la componen.

Como menciona Ramírez, 2003 en su publicación sobre el convenio, el pensamiento que desde un principio embandera el CAB expresa visiblemente la idea de que la integración cultural era el medio o sustento que representaba la plataforma para que la integración económica en definitiva genere todos los beneficios que se esperase de las naciones que participaron en la suscripción del convenio, todo esto en los puestos desarrollistas de la época, Es menester mencionar que el pensamiento latinoamericano y más particularmente el pensamiento integracionista de la región andina, ha logrado grandes avances en este sentido de integración, esto también se ha visto reflejado en los países que componen la región andina, pues han comenzado a tener una mayor presencia en aquellos modelos desarrollistas.

El CAB ha buscado impulsar las tres áreas conformadas por la educación, la ciencia y la tecnología a través de la cultura, al mismo tiempo busca evitar un pensamiento abstracto sobre la integración cultural, obteniendo un compromiso de

concebir la cultura por separado, tomando en cuenta que cada área posee un conocimiento único que resulta con una lógica de diferente estudio (Ramírez, 2003).

### **1.1.6. Mercosur Cultural**

El Mercado Común del Sur Cultural se crea en el año de 1995 y actualmente tiene una secretaría de la MERCOSUR cultural ubicada en Argentina, en ella se contempla un conjunto de programas, proyectos y actividades inclinados a la promoción y consolidación de la cooperación, centralidad y transversalidad de la cultura y su incidencia en el crecimiento de las economías y diversidad cultural, además es importante reconocer que se compone de doce instancias de trabajo permanente (Pizzinato, 2020).

#### *Instancias*

- Reunión de Ministros de Cultura
- Comité Coordinador Regional
- Comisión de Artes
- Comisión de Diversidad Cultural (se integra por el Grupo de Trabajo de género)
- Comisión de Economía Creativa e Industrias Culturales
- Sistema de Información Cultural del MERCOSUR
- Comisión de Patrimonio Cultural (se integra por los Comités de Museos, Prevención y Combate al Tráfico Ilícito de bienes culturales, Patrimonio y Turismo). (Pizzinato, 2020)

Dentro de la instancia de patrimonio cultural, se menciona como uno de los logros principales de bloque regional al reconocimiento de bienes materiales e inmateriales como patrimonio, para ello se indica que un bien será reconocido como patrimonio regional cuando manifieste valores que se asocian a procesos históricos vinculados a movimientos de libertad o expresión común de una región ante el mundo,

si representa el trabajo de unión entre los países de la región, que esté involucrado en expresiones culturales compartidas y si compone un factor de promoción de la integración de los países (Pizzinato, 2020).

#### **1.1.7. Impactos generados por la actividad turística en el patrimonio cultural**

Al hablar de impactos es necesario subrayar que la actividad turística ha provocado ciertas afectaciones tanto en el ámbito natural como el cultural, que con el pasar de los años han ido adquiriendo una relevancia cerca del siglo XXI y dicha actividad turística ha tenido una participación más activa de familias y visitantes, la actividad turística comunitaria ha tenido una diferenciación considerable, entre los principales impactos positivos se ubican aquellos que en algunas pocas poblaciones que aplican la tipología de turismo comunitario han tomado lugar como un santuario de lo cultural, logrando de esa forma mantener su esencia intacta y haciéndola perdurar a lo largo de los años, pero así como se genera impactos positivos, también se han generado negativos que han tenido un impacto considerable en la vida de los individuos y en la comunidad como lo es la focalización en ciertas costumbres y tradiciones relegando algunas de ellas al olvido y perdiendo parte de la identidad de cada cultura, estos impactos entre otros serán los que se analizarán a lo largo de la investigación (Martínez, 2013).

#### **1.1.8. Características de la Estrategia**

Una estrategia se conoce como el procedimiento que está dispuesto para la toma de decisiones. Las estrategias buscan lograr objetivos que ya están definidos y constituyen un plan que se emplea para lograr una meta propuesta de forma personal o grupal. (Westreicher, 2020)

Para diseñar las estrategias se necesita de una evaluación que genere un punto de partida y junto al análisis de problemas permiten identificar soluciones para poder establecer un plan de acción que forje un cambio de raíz, asimismo la participación de las personas involucradas componen un aseguramiento para la sostenibilidad de las estrategias que se vayan aplicar creando una mayor aceptación para evitar conflictos de intereses a futuro. Una vez que se logre esta integración de los involucrados, se fortalece con la creación de programas y proyectos que ayudan a obtener mejores resultados con mayor eficacia en su gestión y sus actividades. (Moreno, 2016)

Los objetivos estratégicos están contemplados en tres propósitos:

- Materializar la estrategia: Se fijan los objetivos estratégicos que tienen su parte concreta y que generan un punto de balance entre los intereses grupales e individuales.
- Ayuda a fijar metas y seguimiento: Sirven como pauta o guía cuando se formulan metas en diferentes niveles tácticos u operacionales.
- Crea alineación organizacional: Una correcta identificación y seguimiento de los objetivos estratégicos deben crear un beneficio para los colaboradores y departamentos para evitar conflictos personales u organizacionales.

Por su parte las líneas estratégicas permiten tener una concatenación de las actividades y de las medidas tomadas, como resultado se obtiene puntos referentes divididos que conforman los procesos de la estrategia general (Westreicher, 2020).

## **1.2. Marco Referencial**

### **1.2.1. Proyectos de estudio a nivel internacional**

Las investigaciones que se han desarrollado a nivel internacional contienen una importancia relevante para el presente proyecto, porque brinda a la investigación un punto de referencia y unos análisis con mayor profundidad de aquellos casos exitosos y poco reconocidos fuera del territorio nacional.

### **Comunidades de la Sierra norte de Oaxaca, México**

Las acciones a nivel del poder ejecutivo o de las distintas comunidades auto gestionadas, se generaron 998 empresas que constan con un 90% de su participación autóctona, es decir que la propia comunidad, está enfocada en ofertar servicios complementarios con ciertas actividades turísticas y en muchos casos compuestos por una gama de servicios que se complementan con los atractivos turísticos propios de las comunidades, que conjuntamente pertenecen al turismo alternativo en México, que además cuenta con más de 729 locaciones en la cual existen 27 entidades federativas involucrando a no menos de 424 municipios y consolidando así un 17% del catastro municipal nacional. En general esto concierne a las empresas de turismo indígena (ETI), enfatizando que la mayor parte de municipios se encuentran ubicados con cierto nivel de marginación, que responde a la lucha contra la pobreza mediante los programas gubernamentales de ayuda para la población, dichos municipios se hallan en una clasificación de medio, bajo y muy bajo nivel de marginación, por ende la importancia de la planificación sobre los pueblos mágicos de México y para la Sierra norte de Oaxaca reciben recursos público que son preferentemente para la construcción de la infraestructura en menor medida para la capacitación de aquellos grupos que brindan ciertos servicios y las actividades en un ámbito rural, todos estos ingresos han

permitido fortalecer la organización comunitaria por medio de la conformación de marcos institucionales y un sistema de gobernanza que ha reforzado un capital cultural, como su desempeño de mecanismos que han permitido regular el patrimonio y gestionar el emprendimiento productivo (Villavicencio, Zamora, & Pardo, 2016).

### **Comunidad Mazunte, Oaxaca**

La comunidad de Mazunte ubicada en la Sierra norte de Oaxaca es una comunidad que ha sabido adaptarse a los cambios que ha sufrido a lo largo de su historia, esta comunidad ha crecido en torno a las tortugas marinas que han sido uno de sus atractivos más marcados para su desarrollo turístico.

Las primeras familias que se asentaron en estas costas tenían procedencia indígena de la cultura zapoteca y mestizos, que antes se dedicaban a trabajar con los latifundistas, llegaron de la sierra sur en búsqueda de una mejor condición de vida para ellos y para sus familias, La gente practicó en sus inicios la agricultura migratoria, la ganadería extensiva y la extracción de madera, esto hizo que la deforestación junto con la erosión tengan un avance considerable en su territorio, todo esto junto con un mal manejo de la comunidad ha causado un deterioro ecológico de grandes proporciones.

La Secretaria de turismo de México, por medio de su programa federal “Pueblos Mágicos” viendo este problema decide implementar alternativas por medio del gobierno federal para las cooperativas y trabajadores que tenían como actividad principal la explotación de la tortuga marina, estaba la dotación de las nuevas artes de pesca y la capacitación, al igual que la promoción del ecoturismo, una actividad que es totalmente nueva para la población y para la cual no estaba preparada, pero que al paso de los años se convertiría en el sustento de toda la comunidad, mejorando y adaptando la comunidad al turismo comunitario, no obstante este impacto ha tenido repercusiones,

desde lo que es el cambio de una cultura de pescadores a guías turísticos, siendo evidente el deterioro de la cultura propia de la comunidad, no obstante se preservó la actividad turística.

El reto principal para la actividad de turismo comunitario fue transformar la imagen de sacrificio y devastación de tortugas que había caracterizado a Mazunte, en un atractivo turístico. Por lo que valiéndose de los recursos naturales del lugar y el turismo se convierte en una opción de subsistencia con alternativas de desarrollo de la comunidad sin dañar el medio ambiente, con el fin de preservar la cultura propia.

Otra consecuencia de una correcta aplicación de turismo comunitario es el desarrollo de las empresas comunitarias que surgen en la localidad y operan actualmente como lo es la Cooperativa de productos naturales de Mazunte dirigida y desarrollada por mujeres, la cual tuvo la ayuda e impulso de Anita Rodik, fundadora de The Body Shop, una empresa inglesa que proporcionó fórmulas para desarrollar artículos de belleza con productos que se cultivan en el lugar y se elaboran artículos como repelentes para mosquitos a base de limón, bronceadores de coco, cremas para el cuerpo con cera de abeja, acondicionador hecho de aguacate y otros productos (Pueblos mágicos, s.f).

Hoy en día los atractivos están al cuidado y protección de la localidad para que los visitantes puedan apreciarlo y disfrutarlo. El Mazunte cuenta con construcciones amigables con el entorno, entre las que destacan adobe, madera y palma, sobre las que exhibe amaneceres lilas y brumosos.

Un dato importante es que en 1997 la comunidad de El Mazunte fue devastada por el azote de los huracanes Paulina y Rick, que ocasionaron destrucción y colapso

económico, la localidad ha sabido salir adelante promoviendo sus riquezas naturales y culturales, cuidando su medio ambiente y fomentando la actividad turística (Nájar, 2015).

### **Comunidad San Pablo Villa Mitla, Oaxaca**

El pueblo de San Pablo de Mitla muestra desde su nombre el sincretismo de un Pueblo Mágico entre sus raíces indígenas y conquista: “San Pablo” en honor a uno de los apóstoles de Jesús y “Mictlán”, proveniente del náhuatl que significa “Lugar de los muertos”.

El pueblo mágico San Pablo continúa descubriendo uno a uno los tesoros heredados por sus antepasados, los mixtecos y zapotecas, la cultura es uno de los factores más importantes por el hecho de que al tener la participación de dos culturas, estas darán como resultado una riqueza cultural basta y amplia para poder ofrecerla a dichos turistas. Para que cada uno de sus visitantes se sienta en presencias casi divinas mientras recorre la calzada de los muertos rodeada de maravillosos templos prehispánicos, rodeados de cultura y manifestaciones que van desde forma de hablar, hasta tradiciones propias de cada cultura (Secretaría de Turismo, 2014).

Un ejemplo muy particular es el mercado de Artesanías Municipal, donde se puede conocer el trabajo elaborado en la creación de ropa confeccionada en telares de lanzadera y pedal o sus manteles tejidos a mano, que es una manifestación cultural de las culturas propias (Secretaría de Turismo, s.f.).

De igual forma, el legado colonial también es evidente en este territorio. Un claro ejemplo es la iglesia de San Pablo Apóstol, erigida en el siglo XVI, cuenta con una fachada bellamente decorada con material que conformaba un adoratorio mixteco-zapoteco dentro de Mitla. Y el Museo Frisell, una vieja casona del siglo XIX que ahora

alberga hermosas obras de arte zapotecas, que con técnicas propias de las culturas ha hecho una fusión única en estas manifestaciones culturales (Oaxaca, 2019).

### **1.2.2 Proyectos de estudio a nivel nacional**

Hoy en día el turismo comunitario en Ecuador constituye un área estratégica importante del sector y a su vez de la economía nacional, pero al mismo tiempo, se precisa crear apoyos necesarios para trabajo y se relacionan directamente con el desarrollo y convivir económico, social y político. Las particularidades del turismo comunitario, que se presentan desde la experiencia ecuatoriana sirven de marco para renovar posiciones tradicionales que perduran y que no lo toman como relevancia al turismo comunitario, lo consideran una actividad menor y menos ventajosa. Algunas personas valoran este tipo de turismo frente al turismo de sol y playa (Romero & Peña, 2019).

#### **Shuyun Tsáchila turismo comunitario**

En el cantón de Santo Domingo en la parroquia puerto limón, alrededor de 10 familias de la comunidad de Poste-Shuyun.

Esta asociación Poste- Shuyun de turismo comunitario se encuentra agrupada en ocho poblaciones: Cóngoma Grande (Santo Juan), Los Naranjos, El Búho de los Colorados, El Poste, Peripa, Chigüilpe, Otongo Mapalí y Filomena Aguavil (Tahuaza).

El turismo comunitario es importante cuando sirve para que se pueda mantener la vivencia, costumbre, vestimenta e idioma, más que todo, la cultura mantenga sus raíces y para nada las futuras generaciones continúen con este legado, no se quede apartado o cambiado a causa de la globalización (Go Raymi, s.f.).

Al momento que llegan turistas a la comunidad, ellos hablan más en su idioma, entonces pueden practicar constantemente. Las generaciones más jóvenes preguntan de dónde son y en fin conversan mucho más. Cuando no hay turistas ellos pasan en otros lugares, separados, pero cuando hay turistas ellos se agrupan y conversan entre ellos.

La realidad es que entre los mismos ecuatorianos no se está valorizando lo que somos, pero que importante sería aprender a valorizar, porque no es tarde, como menciona José Aguavil el líder de la comunidad “yo no valorice lo que era mi cultura, pero aprendí a darle valor entonces porque no podemos valorizarnos entre los ecuatorianos y empezar a visitarnos.”

Haciendo alusión a todo aquello que comprende el turismo comunitario, la importancia radica que al turismo comunitario ha tenido una aceptación más en lo que es turistas extranjeros, estos datos se corroboran al momento de contrastarlos con la información que se ha obtenida hace un año por la comunidad del Poste-Shuyun, que al mes contaban con un ingreso de cerca de 500 turistas extranjeros y 250 nacionales cada dos semanas, denotando así la importancia que la cultura recibe de los visitantes extranjeros (Go Raymi, s.f.).

### **Comunidad la Esperanza en Colta**

El proyecto de turismo comunitario toma forma en la comunidad "la Esperanza" en los años 2013 y 2014. Nace con el apoyo de la organización italiana Ayuda Directa, y se desarrolla de tal forma que quienes manejan el proyecto directamente son los hombres y mujeres de la comunidad (Go Raymi, 2019).

El turismo comunitario La Esperanza tiene como garantía el servir al turista de la mejor manera, utilizar los espacios naturales para diferentes actividades y dar un servicio de primera junto a la historia ancestral del lugar.

Poniendo en marcha este tipo de proyecto enfocado a satisfacer necesidades propias de la Comunidad como la autogestión, el control comunitario, el beneficio social y económico. Además de valorar y dar visibilidad a las tradiciones y a la cultura, de la comunidad de la esperanza del cantón Colta de la provincia de Chimborazo, que mencionan en su página oficial que en un mundo siempre más globalizado se arriesgan a perderse. (La Esperanza, 2018)

El turista cuando visita la comunidad disfruta de la naturaleza, la comunidad está rodeada de maravillas como el Sangay, el Altar, el Tungurahua, el Chimborazo. También el vivenciar el desarrollo de la vida dentro de la comunidad, sus costumbres y tradiciones.

Comparten con los turistas la vida diaria buscando de esto un mutuo enriquecimiento. Para ellos, la posibilidad de conocer un estilo de vida totalmente diferente del propio, para la comunidad, una mayor posibilidad de autodeterminación y de diversificación de la economía local (Go Raymi, 2019).

### **1.3. Marco Conceptual**

#### **1.3.1. Comunidad receptora**

Los residentes locales que están de manera directa como prestadores de servicios turísticos y de manera indirecta está involucrada el resto de la población que tiene interacción con la comunidad turística (Entorno Turístico, 2015).

### **1.3.2. Cultura**

Engloba todo aquello que es conocimiento, las creencias, el conocimiento, el arte, la moral, costumbres entre otros adquiridos por el hombre con el pasar de las décadas (Gómez, 2007).

### **1.3.3. Destino Turístico**

Comprende el espacio físico en donde el visitante se radica por al menos una noche, comprende productos turísticos, servicios de apoyo atractivos y recursos con límites físicos y administrativos (Organización Mundial de Turismo, 2007).

### **1.3.4. Ejes estratégicos**

Son rutas básicas que agrupan varios objetivos y metas que buscan un desarrollo que por medio de la consecución de actividades en un corto tiempo logran alcanzar un objetivo (Universidad Cooperativa de Colombia, s.f.).

### **1.3.5. Equipamiento**

Son los bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas. Destacando 4 tipos básicos; Alojamiento, restauración, esparcimiento y Otros.” (Líder, s.f.).

### **1.3.6. Espacios Turísticos**

Comprende las unidades básicas para la planificación turística en territorio, su conformación responde a la distribución territorial de atractivos turísticos en las categorías natural y cultural” (Ministerio de Turismo, 2017).

### **1.3.7. Expresiones culturales**

Estas expresiones también son de folclore, como lo son los diseños, danza, símbolos, música, tradiciones entre otras interpretaciones que constituyen la parte cultural inclusive las narraciones y otras más que se materializan como la cultura tradicional y que son transmitidas de manera hablada en cada generación (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.).

### **1.3.8. Guía turística**

Es la persona con profundo conocimiento sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo de itinerarios al turista” (Sánchez, 2010).

### **1.3.9. Herencia cultural**

La parte del pueblo o una comunidad está comprendida entre la parte inmaterial y material heredada de generación para que se mantenga y se transmita a las generaciones venideras entre saberes, manifestaciones artísticas, las diferentes normas comunitarias y toda aquella manifestación cultural que al momento de ser realizada represente una historia tras de ella.

### **1.3.10. Patrimonio**

Es la herencia cultural es coincida desde el pasado de las generaciones, y que perdura en el presente y transmitido de manera hablada o escrita a las nuevas generaciones, en varios sitios se generaliza un excepcional valor universal que pertenece al patrimonio de la humanidad que es en común (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.).

### **1.3.11. Patrimonio Cultural Inmaterial**

La parte inmaterial está constituida por manifestaciones vivas, que junto con las tradiciones se heredan de los antepasados y se confían a los descendientes, entre varios de estos tenemos manifestaciones orales, sociales y prácticas entre otras, incluso las técnicas y la asociación a las artesanías se componen de forma tradicional (Delegación permanente de España ante la Unesco, s.f.).

### **1.3.12. Patrimonio inmaterial**

El patrimonio inmaterial hace alusión a las diferentes manifestaciones de forma verbal y que no tienen una documentación, estas manifestaciones van desde practicas hasta técnicas de cocina o de cultivar que son únicas para los individuos de cada comunidad, con la singularidad especial que son toda la parte intangible (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.).

### **1.3.13. Sistema Turístico**

Es un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que tiene una relación racionalmente entre sí por medio de principios o reglas del mercado: oferta, demanda y regulación, manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas (Alfonso, 2001).

### **1.3.14. Turismo Comunitario**

Las comunidades utilizan el turismo comunitario para generar ingresos de diferente forma dentro de estas actividades económicas que son cotidianas, por el medio de recursos que están a disposición de la comunidad entre naturales, locales y culturales de cada región que cuenta con rasgos singulares con el fin de disminuir la

brecha económica y social de las comunidades rurales (Asociación de Estados del Caribe, s.f.).

### **1.3.15. Turismo Cultural**

Se caracteriza como un viaje que tiene por motivo principal conocer, entender y diversión, los rasgos singulares y elementos espirituales, físicos efectivos representativos en cada comunidad en un destino específico singular (Gobierno de México, 2015).

### **1.3.16. Zona geográfica**

Agrupación de municipios de un territorio con características parecidas y de un interés turístico que tiene la función de clasificar el destino de los viajeros de los datos estadísticos obtenidos (Instituto Vasco de Estadística, s.f.).

## **1.4. Marco Legal**

### **1.4.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución es la norma máxima que rige en el territorio ecuatoriano y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico, su objetivo principal es garantizar los derechos de las personas, la conservación de sus recursos y el uso adecuado de sus recursos limitando al poder público a sujetarse según la normativa constitucional (Montecristi, 2015).

En su contexto se establecerán derechos y garantías para el cuidado de la biodiversidad y el entorno natural, por su parte también establece que el estado ejecutará programas con la participación de la comunidad asegurando la conservación y

uso adecuado de los recursos reconocidos en territorios comunitarios (Montecristi, 2015).

#### **1.4.2. Ministerio de Turismo**

Es el ente público que dirige el turismo en el Ecuador, se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, promover y difundir la actividad turística con el objetivo de posicionar de manera competitiva al país en función del desarrollo sustentable y consciente (Gobierno de Ecuador, s.f.).

En esencia brindan las directrices con las que el sector debe desarrollarse y para lograrlo efectúa el control mediante su ley de Turismo y demás reglamentos que aseguran el cumplimiento pleno para el ejercicio de las diferentes actividades que conforman la oferta turística.

#### **1.4.3. Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”**

La institución de educación superior, es considerada como una de las más emblemáticas y de mayor trascendencia en el ámbito de investigación a nivel nacional y latinoamericano, ya que imparte conocimientos a sus estudiantes sembrando así la semilla de la investigación, la innovación y de esta manera genera un aporte al desarrollo productivo del país y de la región, creando profesionales con altos estándares y de gran nivel investigativo.

La Universidad Espe se distingue por dar a la sociedad profesionales prácticos con soluciones prácticas e innovadoras a las necesidades y problemas de la sociedad actual, esto a su vez permite la generación de nuevos conocimientos que por medio de la docencia y su vinculación con la sociedad, con programas que permiten la incursión de los estudiantes a la sociedad actual, en esta alma mater se encuentra lo que es la

carrera de Administración Turística y Hotelera que ha sido la encargada de desarrollar a sus estudiantes en un ámbito turístico con una visión a futuro y con un presente por delante, la universidad contribuye a la sociedad con estos profesionales ansiosos por realizar investigaciones que puedan ser útiles para los diferentes sectores que componen la sociedad.(Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE", 2015)

## Capítulo II

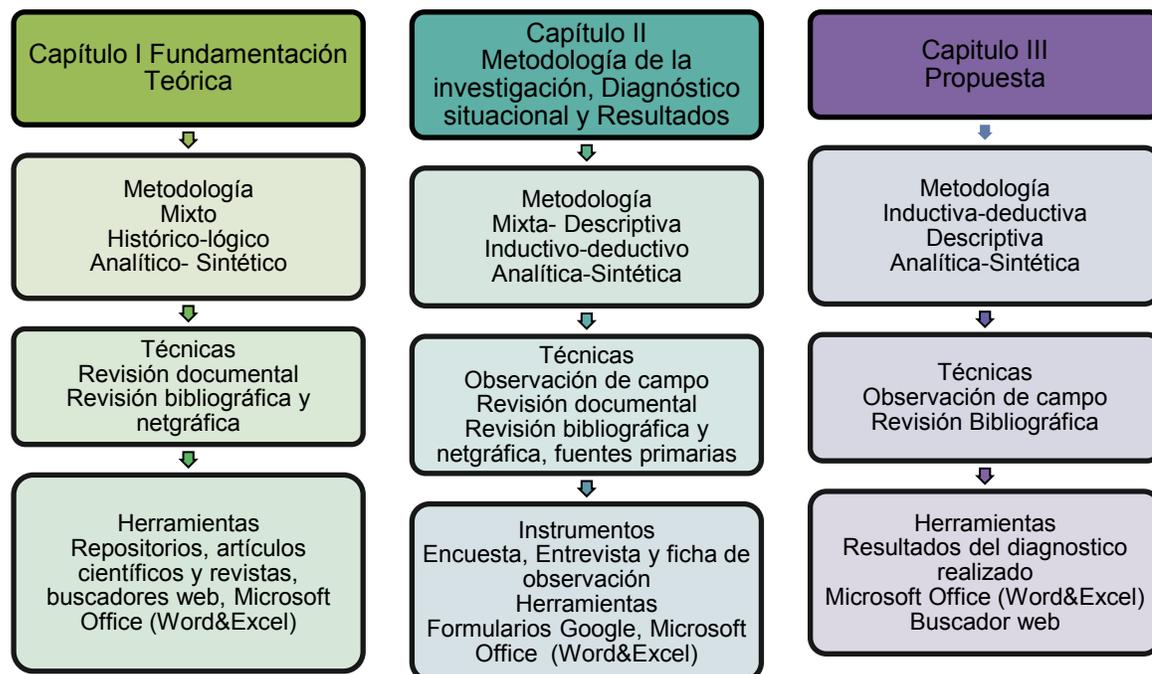
### Descripción metodológica y diagnóstico de la investigación

#### 2. Diseño Metodológico y Resultados

Para la presente investigación se ha planteado el uso de distintas metodologías que van acorde a cada capítulo desarrollado, tal como se puede apreciar en la siguiente figura.

**Figura 3.**

*Metodología*



## 2.1. Desarrollo metodológico

La investigación contempla el siguiente proceso metodológico

- El método histórico lógico es aplicado en todos los capítulos desarrollados en la investigación, porque la información recolectada tiene una data que va desde el año 2015, proveyendo de información actualizada, certera y veraz. Sin embargo, pese a esta base cronológica establecida también es necesario mencionar que se ha decidido tomar en cuenta una data más antigua por la importancia y nutrida información de apoyo a la presente tesis, aportando una terminología adecuada para su desarrollo.
- Para el método analítico sintético, se compone en observar y analizar, de esta manera será posible extraer lo más importante de la forma más concreta posible, descomponiendo en partes que permitan un mejor análisis de cada tema, sintetizando y ubicando correctamente los datos, logrando de esta manera un contraste de la información obtenida.
- Para la metodología inductiva-deductiva se estableció emplear estrategias de razonamiento lógico, en donde la parte deductiva se va a nutrir de principios generales que tienen como origen una conclusión específica y por la parte inductiva se utilizó las premisas particulares que tendrán la función de llegar a una conclusión de manera general, por lo tanto, esta metodología tendrá un aporte considerable para la generación de conocimiento.

Las técnicas de investigación más utilizadas han sido

- Revisión bibliográfica, documental y net gráfica, junto con el trabajo de campo han dado a la investigación la información contrastable en un versus de lo documentado y el presente, para que de esta forma la información sea lo más

real posible y esto a su vez reafirma ideas que se tenían planteadas, obteniendo una visión más amplia del objeto de estudio y de los impactos que han sido generados en el patrimonio cultural inmaterial

Las herramientas utilizadas han sido:

- Para el desarrollo de la tesis se han empleado navegadores web, repositorios de varias universidades tanto a nivel nacional como internacional, artículos oficiales de carácter científico que dotaron a la investigación de formalidad y credibilidad, finalmente las herramientas para la redacción han sido Microsoft Office, los programas Excel, Word y PowerPoint.

## **2.2. Tipología de la investigación**

El presente proyecto de titulación ha sido desarrollado con la aplicación del análisis exploratorio, en el que se buscó identificar, analizar y conocer el impacto que ha generado la actividad turística en el patrimonio cultural, mediante la información obtenida de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se procederá a realizar un análisis de carácter descriptivo, en donde se va a denotar el impacto provocado por visitantes, la población y la historia, evaluando las normativas vigentes que buscan minimizar estas consecuencias y plantear el cruce de variables que permitan dotar a la investigación de una vista de 360 grados, facilitando así un enfoque mixto de todo aquello que afecta el patrimonio y la comunidad de Yunguilla.

### **2.2.1. Por el alcance**

El tipo de investigación empleado fue descriptivo, debido a que en el desarrollo de la investigación se ha fijado como meta especificar propiedades, afectaciones, características junto con rasgos importantes de cualquier fenómeno que suceda, se

pudo medir de una manera más precisa las variables o los conceptos citados que se encontraron. Además, se detallaron las características que tiene la comunidad y su enfoque cultural, buscando definir información que tenga relación con: festividades, costumbres y tradiciones para que estas sean sometidas a un estudio de análisis, permitiendo su medición y evaluación de los diferentes aspectos y dimensiones a investigar. (Hernández, Fernández & Pilar, 2003, pág. 50)

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1. Encuesta**

Este instrumento de investigación participaron 124 personas, a quienes se aplicó un modelo de encuesta que tenía como finalidad recabar información relevante de su percepción y expectativas ante el turismo comunitario en la población de Yunguilla (Anexo B), la encuesta fue realizada los días (26, 27, 28, 29, 30 de Noviembre y 01,02 de Diciembre del año 2021) vía Google encuestas, con el fin de evitar un contacto innecesario y un posible contagio.

Para Bacchini, Vázquez, Bianco & Fronti (2018) “la población constituye la totalidad de los individuos u objetos que se buscan estudiar, ampliamente se puede referir a la información disponible relacionada a un fenómeno, es decir un universo de estudio que busca generalizar resultados para poder diferenciar sujetos entre unos y otros”. (p.86)

Una vez definido su significado, se detalla que la población para el presente proyecto se obtendrá según los registros de la comunidad de Yunguilla del año 2020, siendo un total de 1 142 visitantes.

### Tamaño de la población (2020): N= 1 142 visitantes

En la investigación se utilizará el método de *muestreo aleatorio estratificado* para obtener como resultado datos reales que generen confianza en la investigación. Se indica también que ante los actuales momentos que sufre la humanidad y que son de dominio público por el Covid-19 los datos posiblemente serán reajustados.

### Cálculo de la muestra

n = Tamaño de la muestra  
P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra    d = Error muestral

K = Nivel de confianza 90%=1.65    N = Tamaño poblacional

$$n = \frac{N * K^2 * P * Q}{d^2 * (N - 1) + K^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1142) * (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,07)^2 * (1142 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 124 \text{ muestras}$$

### 2.3.2. Fichas de observación

Mediante la ficha de observación se desarrolló un diagnóstico de todo aquello que se relaciona con el objeto de estudio en este caso el patrimonio inmaterial de la población de Yunguilla, permitió el registro de manifestaciones culturales que se desarrollan en la comunidad, con el fin de evaluar el estado en el que se encuentran y gracias a su aplicación se logró contrarrestar la información documentada y de campo,

las fichas fueron aplicadas con fecha (18 de diciembre del año 2021) en lugar de (Yunguilla).

### **2.3.3. Entrevista**

La entrevista tuvo un papel importante para la investigación, puesto que dotó de información de otras comunidades, de otras realidades y de cómo se evaluó este impacto que ha sido generado por la actividad turística comunitaria, la perspectiva de las realidades que vive las comunidades y de cómo este patrimonio ha tenido afectaciones e inclusive saber cómo se está buscando mitigar este impacto, la entrevista fue aplicada (los días 10, 18, 21 de diciembre del año 2021 y 06 de enero del año 2022) vía (Zoom y GoogleMeet)

#### **2.3.3.1. Entrevistados**

- ✓ Señor Elio Morales habitante y pionero de la aplicación de turismo comunitario en la población de Yunguilla
- ✓ Señor Luis German Collaguazo Vaca “Coordinador general en Corporación Yunguilla” y guía local en la población de Yunguilla
- ✓ Señora Rosa, habitante de la comunidad de Yunguilla
- ✓ Msc. Andrés Sarmiento, CEO de Solo turismo, Chile, profesional en identidades culturales en Latinoamérica.
- ✓ Msc. Amaru Chimba, docente de la Universidad Espe y dirigente indígena de las comunidades de Otavalo.
- ✓ Ing. Marco Vergara, docente particular y graduado de la Universidad Complutense de Madrid
- ✓ PhD. Armando Paladines, graduado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Los profesionales tuvieron un papel considerable puesto que sus experiencias y comentarios hicieron que el desarrollo de la investigación tuviera un rol considerable dentro de la comunidad.

## **2.4. Diagnóstico situacional**

### **2.4.1. Diagnóstico macro de la ciudad de Quito**

Quito es una ciudad que se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha ubicada en la región central o Sierra, de forma más específica al norte del territorio ecuatoriano. Gracias a dicha ubicación geográfica le dan una condición de región ecuatorial, andina y volcánica, está atravesada por la línea equinoccial, al encontrarse entre las cordilleras de los Andes es catalogada como andina y también volcánica porque está situada cerca del macizo montañoso del Pichincha, tiene una ubicación prodigiosa puesto a que se encuentra en la hoya del Río Guayllabamba que avanza hasta el Pacífico (Gestión de comunicación Ma, 2017).

Cuenta con una ubicación privilegiada al estar rodeada del cinturón de fuego del Pacífico y rodeada de volcanes como: Cotopaxi, Antisana, Sincholagua y Cayambe, que se encuentran en la Cordillera Oriental, en el lado occidental de la provincia se encuentra Pululahua, Pichincha, Illinizas y Atacazo, que hasta la fecha han sido volcanes activos. En el centro de la hoya de Guayllabamba se levanta un montículo de formación volcánica, la cual es el Ilaló y en las faldas se encuentra fuentes termales mismas que han sido bien aprovechadas por los balnearios de: Alangasí, Cunuyacu y El Tingo (Gestión de comunicación Ma, 2017).

En Quito según el último censo del año 2010, se encuentra distribuido principalmente en jóvenes hasta los 29 años, en donde se evidencia que la población en su mayoría es casada, la tecnología de la información y comunicación que más está

usando la población es el celular, considerada así una herramienta para quienes lo utilizan a diario, también se encuentra que un alto porcentaje de la población no aporta al seguro social o no está afiliada al mismo, al llegar a las afueras de la ciudad a los cantones rurales, se encuentra que la población trabaja en un mayor porcentaje en lo que es la empresa privada, al contar como actividad principal el turismo.( Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Al hablar de economía es necesario mencionar que se ha concentrado en la urbe puesto a que es en donde vive la mayoría de la población, la ciudad es el centro político de la provincia de Pichincha y del Ecuador, puesto a que alberga los principales organismos gubernamentales, culturales y comerciales del país como lo son: el palacio de Carondelet, el arzobispal y el municipal en la plaza grande, por el ámbito rural se encuentra que la mayoría de la población se dedica a lo que es el turismo y también a lo que es la agricultura, Quito es la segunda ciudad que más aporta al PIB nacional, esto luego de Guayaquil, y también se ubica en la segunda ciudad con mayor Renta per cápita, sólo por debajo de Cuenca, como dato adicional es necesario mencionar que Quito es la ciudad con una mayor recaudación de impuestos por concepto de gravámenes estos datos según el Servicio de Rentas internas (Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador, s.f.).

Quito se ha caracterizado con el pasar de los años por contar con un factor sociocultural muy enriquecedor y con rasgos muy marcados de la provincia y de la Sierra ecuatoriana, entre sus manifestaciones culturales más tradicionales tenemos las fiestas de quito, la tradicional velada libertaria y en las poblaciones rurales encontramos manifestaciones culturales más propias de cada sector, en Rumiñahui encontramos las fiestas del maíz, fiestas de cosecha y todo relacionado al maíz, esto por ser una parroquia agricultora, la música también ha tenido un rol importante a la hora de hablar

de la cultura, debido a que este patrimonio sonoro constituye en gran parte la identidad de cada población las diversas geografías y las culturas les ha desarrollado expresiones sonoras, que responden a los sistemas de representaciones particulares junto con sus significaciones , por lo tanto, llegan a conformarse como identidades musicales que han enriquecido el patrimonio sociocultural (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2010).

La tecnología en Quito ha ido avanzando con el pasar de los años, por lo que hoy en día el avance principal es la implementación de la movilidad, los significativos avances en el Metro de Quito es uno de los avances que busca mejorar la movilidad de los quiteños, en este ámbito también se ha implementado mejoras en lo que es los puntos de internet en lugares públicos, los denominados infocentros que en los gobiernos anteriores se implementó para dotar de un servicio básico para la población vulnerable que no puede acceder al servicio de internet y con estos infocentros que han ido mejorando año tras año (Minalla, 2011).

La ciudad de Quito se encuentra sobre un relieve irregular, que junto con su ubicación en la línea ecuatorial, todo esto determina la heterogeneidad de pisos climáticos y por tal motivo los ecosistemas y una amplia diversidad de recursos naturales que hacen de la provincia un destino turístico muy atractivo para propios y extraños, por esta ubicación, el clima y todo aquello que significa potencial desde la perspectiva turística, productiva e inclusive la forma de conservación, la provincia de Pichincha cuenta con no menos de quince tipos de climas con varias temperaturas que oscilan de entre los  $-4^{\circ}\text{C}$  hasta los  $22^{\circ}\text{C}$  y en Quito se cuenta con una media consolidada de  $16^{\circ}\text{C}$  y en los valles hasta de  $18^{\circ}\text{C}$  cabe destacar que la cobertura vegetal, en donde se alberga la flora y fauna propia del sector es de al menos un 69% sobre la extensión total, en esto se encuentra que predominan los bosques húmedos representando una tercera parte del territorio (Municipio de Quito, 2017).

El gobierno actual ha catalogado a la situación del país como crítica y a raíz de la crisis generada por la pandemia del covid-19 esta situación empeoró, lo que se vio reflejado en el sin número de deudas que tiene el estado con los diferentes acreedores, como petroleras, gobiernos internacionales, jubilados, IESS entre otros varios, la cifra de deuda llega al 59% del PIB, el presidente Guillermo Lasso ha manifestado en varias de sus intervenciones que la crisis se superará, implementando reformas que permitan apoyar al emprendimiento y a la industria para así lograr la tan ansiada reactivación económica, al momento de hablar de Quito es necesario mencionar que al ser la capital del país su importancia no se enfoca solo en la parte económica, sino también por el ámbito turístico, puesto a que muchos de los turistas que ingresan al país tienen que hacer una parada casi obligatoria en Quito por su importancia y reconocimiento histórico-cultural; una vez que ingreso este nuevo gobierno con un plan establecido en el cual se ha mencionado varias veces de las afectaciones del sector turístico y de las estrategias para reactivarlo se evidencia un trabajo constante y progresivo que debe ser mancomunado entre academia, prestadores, autoridades y gobierno, solo así se podrá generar la tan ansiada recuperación.

#### ***2.4.2. Diagnóstico micro de Yunguilla***

##### **2.4.2.1. Factor Geográfico.**

La Comunidad se encuentra ubicada vía a Mindo, en la parroquia de Calacalí del cantón Quito, provincia de Pichincha a tan solo una hora de la ciudad capital, se encuentra en medio de un bosque nublado elevado a 2.650 metros sobre el nivel del mar, cerca del Pululahua, lugar en donde se asentaron descendientes de migrantes que provienen de distintas partes de la Región Sierra (Arechua Vergara, 2015).

Su área natural lo ubica en un bosque con peculiares formaciones nubosas, además posee un ecosistema variable que a su vez lo hace formar parte de la cuenca alta del río Guayllabamba y en la mitad de dos reservas importantes. Los límites naturales de Yunguilla la ubican por el norte con la Reserva de Maquipucuna, al sur con las parroquias de Calacalí y Nono, al este con la Reserva Geobotánica del Pululahua y al oeste con Nanegalito y Reserva Orquideológica el Pahuma (Herrera, 2013).

Yunguilla posee una extensión de 3.000 hectáreas, en dicha superficie se contempla el área comunitaria, las fincas de los miembros de la comunidad y las propiedades privadas de personas que habitan fuera de la comunidad.

#### **2.4.2.2. Factor Demográfico.**

Los habitantes de la comunidad poseen antecedentes mestizos, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Calacalí (2015) cuenta con aproximadamente 250 personas distribuidas en 62 familias.

Cada una de las familias que vive en la comunidad dispone de un lote de terreno, espacio en donde han construido sus viviendas con materiales como ladrillo, madera y teja, no obstante las nuevas disposiciones legales han generado la repetición de procesos de posesión de tierras.

Corporación Microempresarial Yunguilla (s.f.) describió que gracias al proyecto comunitario actual se ha podido disminuir la emigración que durante un tiempo se generó en los habitantes de la comunidad, pese a que actualmente muchos jóvenes adolescentes salen a la ciudad de Quito para prepararse profesionalmente y tras haber terminado la formación académica los pobladores buscan vincularlos en el trabajo comunitario.

### **2.4.2.3. Factor Económico**

Antiguamente los pobladores se dedicaban al contrabando de trago, agricultura, ganadería y extracción de recursos del bosque, los cuales eran la principal fuente de ingresos económicos para los habitantes de esta zona. Sin embargo hoy en día la base de ingresos económicos se centra en el ecoturismo considerando al desarrollo sustentable como un objetivo principal, además se dedican a la elaboración de varios productos como los quesos yogurt, mermelada o manjar, también cuentan con proyectos agroforestales, elaboran artesanías, poseen una tienda comunitaria, realizan actividades de agricultura, ganadería entre otros que le han permitido mantenerse en una situación estable, mejorando la calidad de vida de cada uno de los habitantes y contribuyendo al cuidado de los recursos mientras que los egresos se dan por varios aspectos como servicios básicos, los impuestos de seguridad, impuesto predial y demás gastos familiares de alimentación, educación, ropa entre otros (Collaguazo Vaca, 2012).

### **2.4.2.4. Factor Socio-Cultural**

Es una comunidad mestiza, como se mencionó anteriormente está conformada por 62 familias, que según datos históricos el núcleo familiar de generaciones anteriores se componía por familias de hasta ocho miembros. Sin embargo, en matrimonios actuales ya solo llegan a un máximo de hasta 5 miembros, esto implica que la comunidad es heterogénea porque se encuentran niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

El asentamiento humano de la comunidad se distribuye de forma dispersa debido al ordenamiento territorial con topografía disgregado, por ende, las viviendas no son seguidas y se extienden a lo largo del camino principal y senderos aledaños de la zona.

Las costumbres y tradiciones son importantes para la comunidad, entre ellas se pueden mencionar que los habitantes se reúnen para mingas o cursos de capacitación en donde su costumbre es organizar una pamba mesa con todos los alimentos que cada participante decide contribuir a fin de poder compartir en medio de bromas y chistes, disfrutando de cada uno de los productos que están servidos, en esencia esto se percibe como una gran familia que se reúne (Mesías & Oliva, 2004)

Otra de las costumbres que manejan en la comunidad es que son muy solidarios con el resto de pobladores en caso de cualquier calamidad, ellos están dispuestos a brindar su ayuda de manera económica o moral. En cuanto a fiestas se puede mencionar que una de las tradiciones más importantes se realiza en honor a su patrono “Jesús del Gran Poder” en donde cada año durante el mes de agosto los habitantes comparten alegres y disfrutan bailando, comiendo y bebiendo (Collaguazo Vaca, 2012).

#### **2.4.2.5. Factor Tecnológico.**

Yunguilla no cuenta con el sistema de comunicación estable como en la ciudad, la línea telefónica pública cerca de la comunidad de Quito, carece de una calidad y una estabilidad en lo que corresponde a llamadas y uso de datos, sin embargo es necesario tomar en cuenta que en la actualidad la comunicación se establece como una prioridad principal, por ende los pobladores tienen a su disposición celulares de operadores como Claro y Movistar, inclusive destacar que ciertas familias de la comunidad cuentan con servicios de internet satelital (Burbano, 2009).

#### **2.4.2.6. Factor Ambiental.**

La comunidad se encuentra en una zona de transición climática debido a que los vientos provenientes de la costa van hacia la cordillera, lugar en donde la masa aérea sube y se enfría causando la condensación que forma nubes y precipitaciones, además

la influencia del cambio climático provoca variaciones desde el mes de enero hasta mayo está presente la lluvia, luego en los meses de junio hasta septiembre es época de verano y nuevamente entra en etapa lluviosa el resto del año. La temperatura varía entre los 18°C en parte baja y hasta 6°C en partes altas. (Collaguazo & Vinueza, 2010)

La ubicación privilegiada geográficamente, estos efectos de la elevación catalogados como orográficos de los Andes y la influencia de las corrientes marinas favorecen su indiscutible abundancia biodiversa en la cual se albergan gran cantidad de especies de flora y fauna (Mesías & Oliva, 2004).

La zona es un lugar constituido por vegetación con características de humedad en el ambiente, en los arbustos con las plantas epífitas que constituyen el bosque impenetrable en la vegetación, por otro lado las lianas que se encuentran y se enredan en todas partes y es normal toparse con helechos arborescentes alrededor de la comunidad (Patzet, 1996).

Corporación Microempresarial Yunguilla (2010) asevera que en los alrededores de la comunidad se registraron 319 especies de aves, en mamíferos pequeños existen 45 especies y 17 murciélagos, entre los mamíferos grandes como el oso de anteojos, ocelote, oncilla, yaguarandi, olingo y el cabeza de mate se encontraron 7 especies.

En un estudio realizado en campo se generó el resultado de un total de anfibios con 29 especies y reptiles, en las inmediaciones de la zona, además de la determinación de otros autores, se define de acuerdo al inventario realizado que la comunidad cuenta con una riqueza amplia y general de estas especies (Tamayo, 2013).

#### **2.4.2.7. Factor Político Legal**

Para la organización y desarrollo de la comunidad se han establecido diferentes organizaciones entre ellas la Corporación Microempresarial Yunguilla, Comité Pro mejoras del Barrio Yunguilla y la Liga Barrial Yunguilla. En este caso es importante mencionar que la principal organización que gestiona y lidera una forma óptima es la Corporación Microempresarial Yunguilla de origen privado comunitario que surge en el año 2000 mediante un acuerdo ministerial N° 063 del Ministerio de Trabajo que actualmente es el Ministerio de relaciones laborales, básicamente se encarga de gestionar y ejecutar programas y proyectos de desarrollo sustentable para la comunidad además de estar conformada por una estructura jerárquica de Presidencia, Vicepresidencia, Secretario, Tesorero, Comité por los tres productos principales elaborados por la comunidad, también existe un Comité forestal y otro Ecoturístico.

Tamayo, Ulloa & Martínez (2012) concluyeron que la directiva de esta Corporación Yunguilla se elige cada dos años mediante una asamblea general. También es importante destacar que toda la gestión que realiza esta corporación se sujeta a los lineamientos y reglamentaciones del Comité de Gestión de Yunguilla que se fundamentan en el Plan de Manejo.

### **2.5. Resultados**

#### ***Entrevistas***

Para su análisis se procedió a realizar una triangulación tomando en cuenta los diferentes puntos de vista de los entrevistados. (Ver anexo E)

**¿En general qué opinión tiene sobre el turismo comunitario como un factor potenciador de una comunidad?**

Una gran parte de los entrevistados coincidieron en que el turismo comunitario logra la integración de varias actividades que tienen lugar en una determinada comunidad y en efecto esto diversifica sus ingresos económicos por medio de la participación de todos los involucrados, por lo tanto se transforma en un eje dinamizador que contribuye a un mejoramiento en la forma de vida de los habitantes vinculando el cuidado de sus recursos naturales y fortaleciendo su identidad cultural.

**¿Explique en su opinión porque el turismo comunitario es único y distintivo?**

Todos los entrevistados asumen que este tipo de turismo se vuelve único gracias al trabajo en conjunto, en otras palabras el compromiso que asume cada individuo genera la unión comunitaria que a su vez aprovechan la heterogeneidad de sus tierras, la dinamización de sus actividades, las relaciones interculturales, la protección ambiental como una oportunidad para crecer a nivel turístico.

**¿En su criterio cuál es el aporte del patrimonio cultural inmaterial al turismo?**

En su totalidad las personas entrevistadas concuerdan que las comunidades poseen variados recursos y a partir de ellos se pueden crear productos turísticos pero es vital tomar en cuenta que no todo debe centrarse en la parte natural sino también en lo patrimonial ya que representa el complemento principal de todo lo demás brindando empoderamiento de la identidad, manifestaciones, tradiciones y otras que aseguran un producto único.

**¿Cuál es la relación del turismo comunitario y el patrimonio cultural inmaterial para desarrollar las comunidades?**

Todos los entrevistados aseguran que la relación es estrecha en vista de que ambas se conjugan para potenciar el desarrollo de la comunidad a través de su

espontaneidad en las actividades ya que nada se fuerza para realizar simplemente todo es parte del diario vivir desde sus preparaciones culinarias hasta sus eventos culturales.

**Las comunidades del Ecuador tienen variados recursos relacionados con el patrimonio inmaterial, en este sentido. ¿Cómo considera que se puede aprovechar este potencial de una forma que beneficie a sus pobladores?**

De acuerdo a las entrevistas es necesario comprometer a los pobladores de una comunidad porque de ellos depende la evolución turística que evidentemente requiere adaptarse y mejorar de forma constante a través de capacitaciones, reuniones, apoyo de profesionales; por lo tanto deben tener claro sus objetivos, responsabilidades además de permitir que todos contribuyan en el proceso dándoles oportunidad de socializar su riqueza y crear cada vez nuevos proyectos que se integren a la oferta de productos turísticos.

**¿Qué acciones considera que se deben adoptar en el turismo comunitario para involucrar el patrimonio inmaterial en su oferta turística?**

Según la mayoría de entrevistados es menester implementar varias acciones entre ellas sensibilizar a los pobladores con respecto a su patrimonio, documentar su forma de vida para considerar su evolución, la academia puede brindar apoyo técnico y profesional mediante capacitaciones o ejecución de proyectos que permiten ir perfeccionando su actividad turística, también se considera a las autoridades como parte fundamental para regular y controlar que exista una adecuada aplicación de turismo.

**Las políticas públicas que se han aplicado para desarrollar la actividad turística, e identidad cultural son importantes, sin embargo, ¿en su criterio usted considera**

**que son suficientes o sugiera que se necesita mejorar para que las comunidades puedan mantener su identidad?**

Los entrevistados han considerado que no es suficiente la gestión de las autoridades por consiguiente se requiere apoyo para su gestión mediante la actualización de las leyes y reglamentos de turismo debido a que existen cambios y con el paso de los años quedan obsoletas para su aplicación, además se deben generar directrices para el turismo comunitario y el fomento del patrimonio cultural como parte primordial para el crecimiento turístico.

### ***Fichas de observación***

Las fichas de observación de campo permitirán obtener un análisis de la situación actual del patrimonio frente a las tres dimensiones que compone la actividad turística comunitaria. (Ver anexo F)

**Interpretación:** Las fichas aplicadas permitieron obtener la siguiente información:

**Actividad cultural:** En relación al turismo comunitario de Yunguilla sus habitantes muestran profunda satisfacción en su aplicación porque esto les permitió consolidarse como un destino turístico reconocido; sin embargo, con el pasar del tiempo se evidencian cambios en su patrimonio intangible producto de la influencia de la sociedad y el poco interés por preservarlos como su riqueza cultural, a la actualidad es importante resaltar la afectación que ha dejado la pandemia debido a que el número de visitantes ha disminuido considerablemente para el desarrollo de su gestión turística pese a ello buscan formas de seguir ofertando sus servicios a través de su gastronomía, productos, biodiversidad, naturaleza, actividades, entre otros.

**Áreas de evaluación:** Para el análisis de estas fichas se consideró evaluar tres aspectos:

Turismo: Es claro el manejo que le dan al proyecto turístico en la comunidad, ya que sus objetivos se han ido desarrollando conforme las necesidades desde su aplicación de ecoturismo hasta lograr el turismo comunitario pero también es menester permitir que todos sus pobladores se involucren constantemente en las actividades que se llevan a cabo; principalmente los adultos mayores quienes aún conservan el patrimonio cultural pero esto no quiere decir que los demás no formen parte sino por el contrario todos deben contribuir y participar en su preservación.

Hotelería: Para el hospedaje de los visitantes se ofrece diferentes experiencias desde dormir en los hogares de algunos pobladores, la casa Tahuallullo y hasta zona de camping por tanto es notoria la comodidad para cada persona no obstante se debe tener presente que la tecnología se ha ido apoderando de la forma tradicional de las viviendas por lo que es importante buscar destacar esos detalles culturales que enmarcan su historia ya que esto les genera más valor turístico.

Gastronomía: Su comida típica es el centro de todo en la comunidad, en ella reflejan su historia, sus costumbres y sus técnicas ancestrales pero como todo lo demás también ha evolucionado y esto se ve reflejado en la preparación que tienen los más jóvenes de la comunidad a través de sus estudios han ido modernizando sus tradiciones culinarias dado que no todo el menú ofertado en el restaurante comunitario representa lo que sus adultos mayores mantienen entre sus preparaciones.

## Encuestas

### Sexo

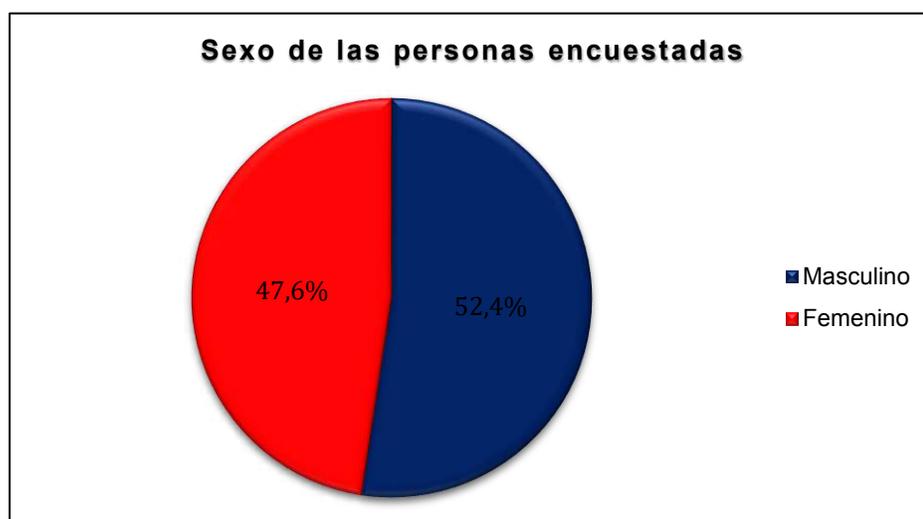
Tabla 1.

### Sexo

Sexo	Personas	Porcentaje
Masculino	65	52,40%
Femenino	59	47,60%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

Figura 4.

### Sexo



**Interpretación:** Mediante la encuesta realizada, se determinó que para las visitas a la comunidad predomina el sexo masculino, sin embargo las mujeres se encuentran detrás con un número representativo dispuestas a realizar las actividades que se ofrecen dentro del turismo comunitario.

## Nacionalidad

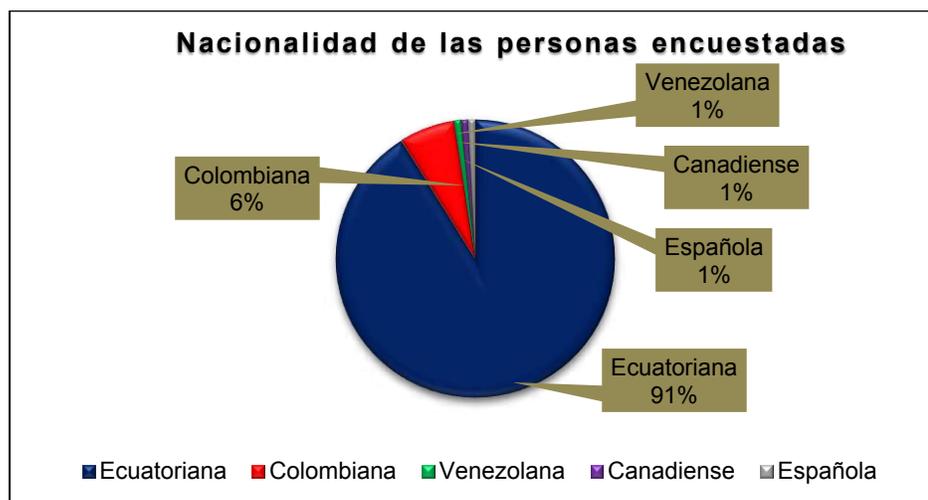
**Tabla 2.**

*Nacionalidad*

<b>Nacionalidad</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Ecuatoriana	113	91%
Colombiana	8	6%
Venezolana	1	1%
Canadiense	1	1%
Española	1	1%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 5.**

*Nacionalidad*



**Interpretación:** El turismo comunitario de Yunguilla en su mayoría es de consumo a nivel nacional puesto que poseen una gran variedad de actividades comunitarias sobre todo publicidad gastronómica que cautiva a turistas nacionales, pero también llama la atención de varios turistas extranjeros por su maravillosa naturaleza alejada de la cotidianidad de la ciudad.

## Estado Civil

**Tabla 3.**

*Estado civil*

Estado civil	Personas	Porcentaje
Soltero	87	70,20%
Casado	32	25,80%
Divorciado/Separado	3	2,4%
Viudo	1	0,8%
Jubilado	1	0,8%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100,0%</b>

**Figura 6.**

*Estado civil*



**Interpretación:** La mayoría de viajeros visitantes son personas solteras, esto se debe a que no poseen cargas familiares por lo tanto pueden vacacionar con mayor facilidad sin dejar de lado que las personas casadas también realizan turismo sin embargo no durante cualquier temporada; otros segmentos que también aprovechan su tiempo libre son personas divorciadas, viudas y jubilados formando parte de un grupo reducido puesto que probablemente prefieren realizar otro tipo de actividades o quedarse en casa para descansar.

## Situación laboral

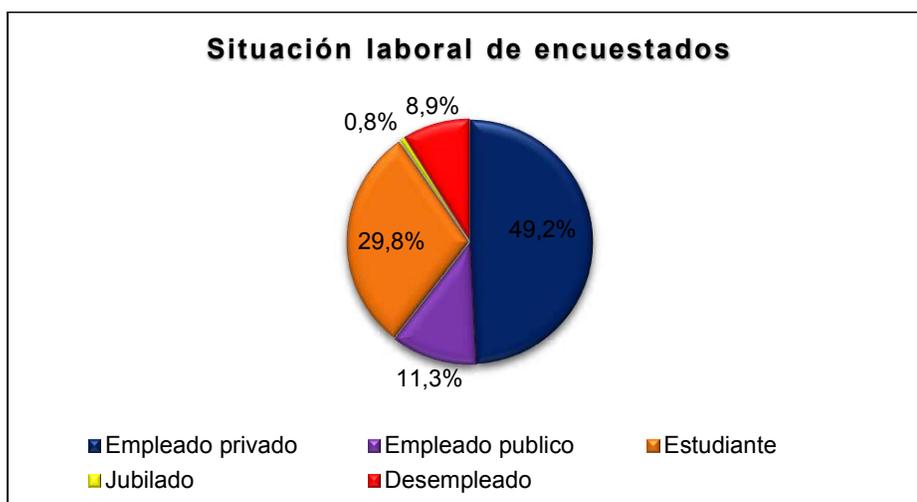
**Tabla 4.**

*Situación laboral*

<b>Situación laboral</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado privado	61	49,20%
Empleado publico	14	11,30%
Estudiante	37	29,80%
Jubilado	1	0,8%
Desempleado	11	8,9%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 7.**

*Situación laboral*



**Interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada, en la situación laboral se evidencia que la mayoría de visitantes son empleados privados quienes manejan una excelente estabilidad económica y laboral pero esto no quiere decir que la minoría de empleados públicos no la tengan sino por el contrario también pueden disfrutar de su estabilidad laboral para salir de vacaciones, otro segmento que se ve relevante es el de estudiantes quienes poseen apoyo económico por parte de sus padres a la hora de

realizar turismo; por último se encuentran desempleados y jubilados con un menor porcentaje puesto que evidentemente no tienen posibilidades de realizar turismo por el momento o simplemente no están interesados.

### Nivel de ingresos mensuales

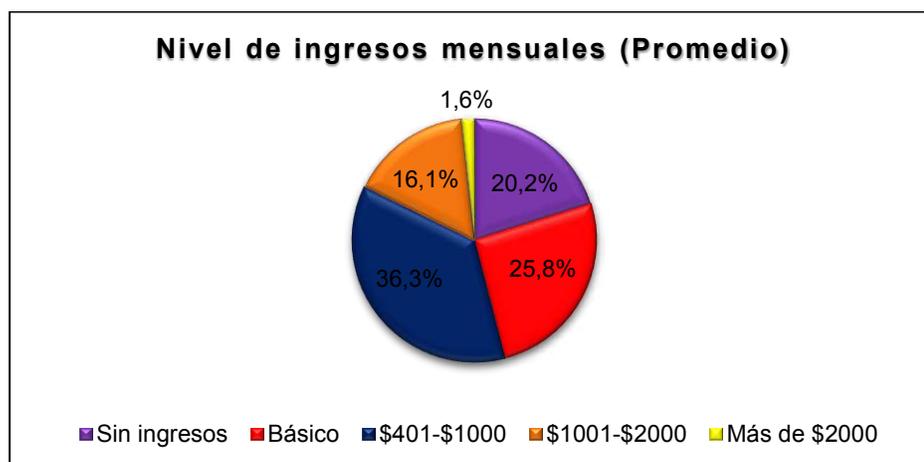
**Tabla 5.**

*Nivel de ingresos mensuales*

<b>Nivel de ingresos mensuales</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin ingresos	25	20,20%
Básico	32	25,80%
\$401-\$1000	45	36,30%
\$1001-\$2000	20	16,10%
Más de \$2000	2	1,6%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.**

*Nivel de ingresos mensuales*



**Interpretación:** Se pudo verificar que la mayoría de personas poseen un nivel de ingresos igual y mayor al salario básico unificado e incluso superior a mil dólares por lo tanto disponen de un buen nivel económico para realizar actividades turísticas,

seguido de un porcentaje menor se encuentran las personas sin ingresos, a quienes en efecto se les imposibilita gastar tanto a la hora de realizar turismo y finalmente con una minoría se encuentran personas que ganan más de dos mil dólares lo que hace que tengan facilidad económica para viajar.

### Nivel de estudios

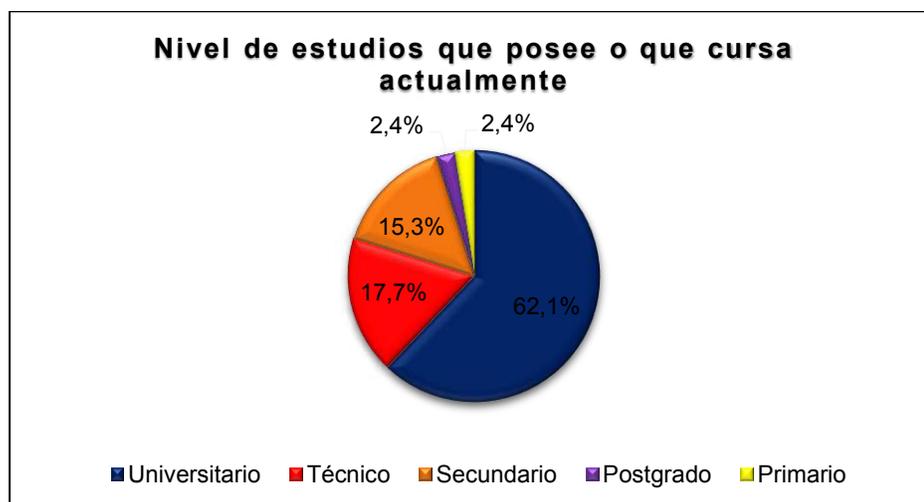
**Tabla 6.**

*Nivel de estudios*

<b>Nivel de estudios</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Universitario	77	62,10%
Técnico	22	17,70%
Secundario	19	15,30%
Postgrado	3	2,4%
Primario	3	2,4%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 9.**

*Nivel de estudios*



**Interpretación:** Según los resultados obtenidos se determina que la mayoría de personas tienen estudios de pregrado, técnico y secundario, esto indica que su

preparación les permite generar ingresos superiores para poder viajar mientras que el segmento minoritario de postgrado genera ingresos superiores al de los demás sin embargo a la hora de vacacionar suelen preferir otras actividades y por último el segmento primario no posee suficientes ingresos para poder gastar en actividades turísticas.

### 1. ¿Con quién viaja?

**Tabla 7.**

*¿Con quién viaja?*

<b>Pregunta N° 1</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Familia	61	49,20%
Pareja	30	24,20%
Amigos	17	13,70%
Solo	15	12,10%
Hijo	1	0,80%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.**

*¿Con quién viaja?*



**Interpretación:** Se evidencia que aproximadamente la mitad de visitantes prefieren ir acompañados de su familia para disfrutar de las variadas actividades turísticas no obstante también una mayoría le gusta estar acompañado de su pareja y el resto prefiere ir con grupos de amigos, solos o con sus hijos, esto ocurre porque probablemente viven lejos de su familia y aun así prefieren aventurarse a salir de su zona de confort.

## 2. ¿Organiza su viaje con Agencias de Viaje?

**Tabla 8.**

*¿Organiza su viaje con Agencias de Viaje?*

<b>Pregunta N° 2</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	20	16,10%
No	104	83,90%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 11.**

*¿Organiza su viaje con Agencias de Viaje?*



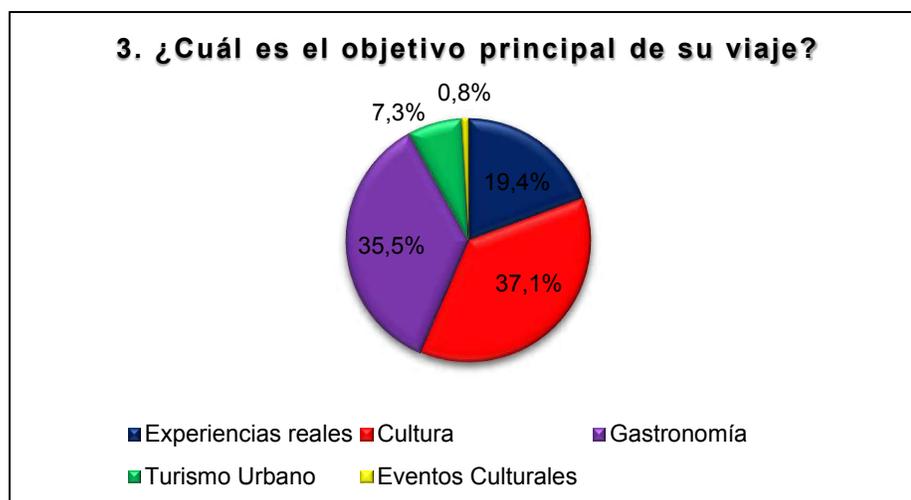
**Interpretación:** Para realizar turismo dentro de Ecuador los visitantes prefieren organizar su viaje por sí mismos independientemente de una agencia de viajes, ellos consideran que se desarrolla con mayor facilidad y hasta invierten menos dinero, por su parte el resto de visitantes consideran que pueden organizarlo a través de un intermediario con el fin de agilizar todo y disminuir el proceso de planificación de servicios turísticos al momento de escoger un destino.

### 3. ¿Cuál es el objetivo principal de su viaje?

**Tabla 9.**

*Objetivo de su viaje*

<b>Pregunta N° 3</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Experiencias reales	24	19,40%
Cultura	46	37,10%
Gastronomía	44	35,50%
Turismo Urbano	9	7,3%
Eventos Culturales	1	0,8%
Cave	0	0%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 12.***Objetivo de su viaje*

**Interpretación:** Los visitantes consideran diferentes aspectos a la hora de viajar a un determinado destino bajo esta perspectiva la mayoría se enfoca en la cultura y la gastronomía seguido de las experiencias reales, historias y personajes locales todo esto demuestra que existe un gran interés en la cultura de un destino turístico consolidando una vez más la importancia del patrimonio cultural de la comunidad de Yunguilla.

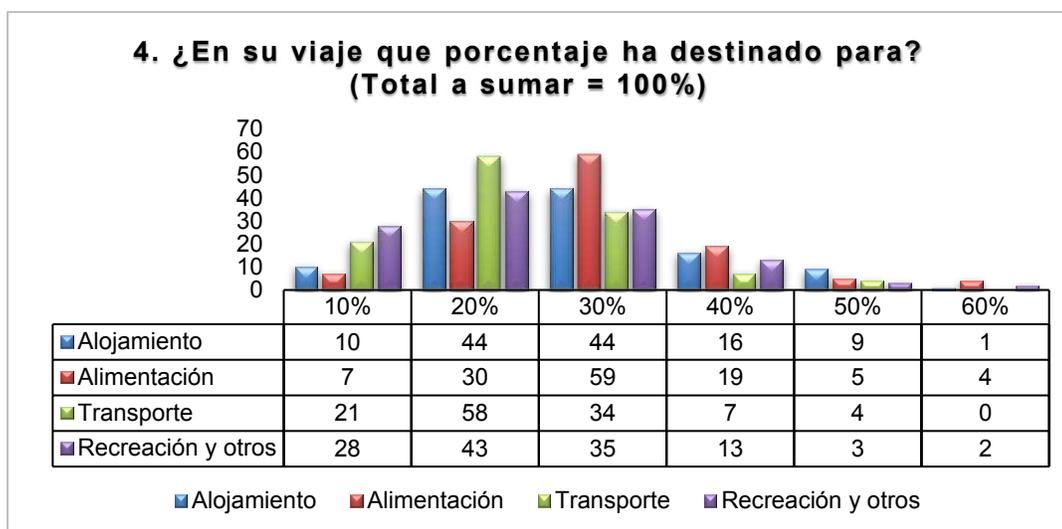
**4. ¿En su viaje qué porcentaje ha destinado para? (Total a sumar = 100%)**

**Tabla 10.***Porcentaje que se destina para los servicios turísticos*

<b>Pregunta N° 4</b>				
<b>Porcentaje</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Alimentación</b>	<b>Transporte</b>	<b>Recreación y otros</b>
10%	10	7	21	28
20%	44	30	58	43
30%	44	59	34	35
40%	16	19	7	13
50%	9	5	4	3
60%	1	4	0	2
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>124</b>	<b>124</b>	<b>124</b>

**Figura 13.**

*Porcentaje que se destina para los servicios turísticos*



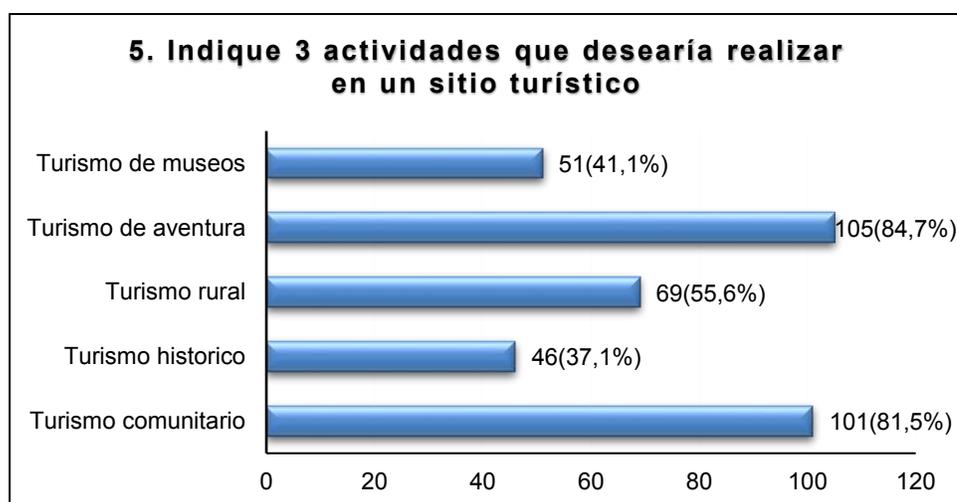
**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos podemos determinar que en los viajes usualmente se destina entre el diez, veinte y treinta por ciento de dinero para gastar en la prestación de estos cuatro tipos de servicios turísticos siendo una media relevante que indica la solvencia económica disponible por parte de los visitantes; sin embargo, es importante impulsar aún más el consumo de estos servicios.

### 5. Indique 3 actividades que desearía realizar en un sitio turístico

**Tabla 11.**

*Actividades de turismo para realizar en un sitio*

<b>Pregunta N° 5</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Turismo comunitario	101	81,50%
Turismo histórico	46	37,10%
Turismo rural	69	55,60%
Turismo de aventura	105	84,70%
Turismo de museos	51	41,10%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

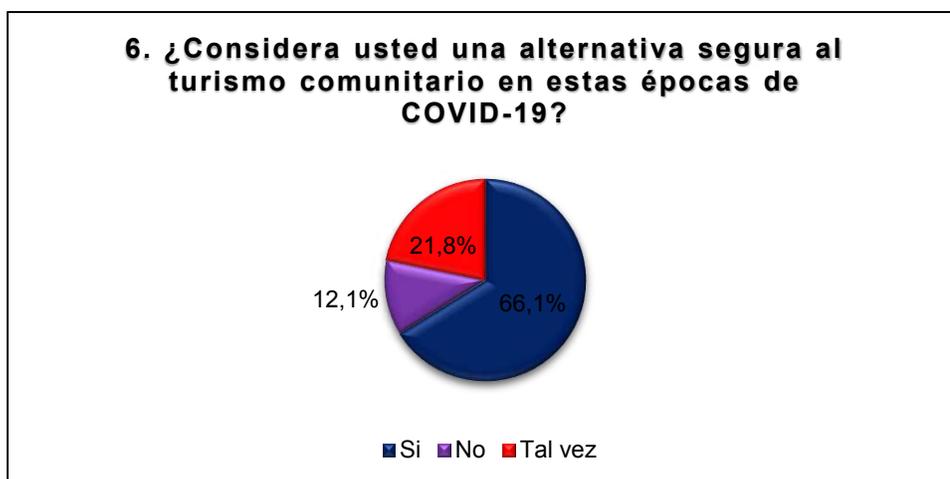
**Figura 14.***Actividades de turismo para realizar en un sitio*

**Interpretación:** Basado en los resultados que se han obtenido determinamos que las actividades de turismo de aventura y turismo comunitario son las más preferidas de la parroquia de Calacalí porque la mayoría de visitantes disfrutan de actividades que involucran la naturaleza y la cultura por lo tanto buscan consumir productos tradicionales de la zona, realizar actividades de campo, camping, senderismo, canyoning, entre otras.

**6. ¿Considera usted una alternativa segura al turismo comunitario en estas épocas de COVID-19?**

**Tabla 12.***Turismo comunitario como actividad segura*

<b>Pregunta N° 6</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	82	66,1%
No	15	12,1%
Tal vez	27	21,8%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

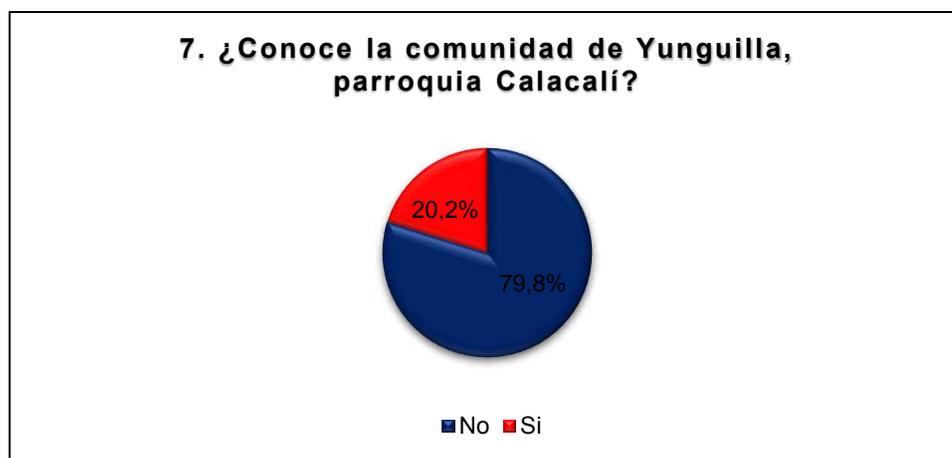
**Figura 15.***Turismo comunitario como actividad segura*

**Interpretación:** Debido a la pandemia todo lo relacionado con turismo ha tenido un fuerte impacto, en este caso realizar turismo comunitario implica el contacto con varias personas de la población de Yunguilla al momento de realizar actividades turísticas de acuerdo a los visitantes más de la mitad consideran a esta actividad de forma segura, no obstante los demás aún piensan que talvez podría ser seguro y para ello se necesita manejar excelentes normas de bioseguridad que reflejen garantías sanitarias a los visitantes con el fin de que puedan permanecer tranquilos y disfrutar de su estadía.

### 7. ¿Conoce la comunidad de Yunguilla, parroquia Calacalí?

**Tabla 13.***Conoce Yunguilla*

<b>Pregunta N° 7</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
No	99	79,80%
Si	25	20,20%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 16.***Conoce Yunguilla*

**Interpretación:** La comunidad de Yunguilla es una de las más consolidadas en turismo comunitario sin embargo aún existe una gran parte de personas que desconocen el lugar demostrando que se requiere un mayor énfasis en las estrategias de marketing con el objetivo de llegar a más público objetivo que pueda descubrir y visitar este destino.

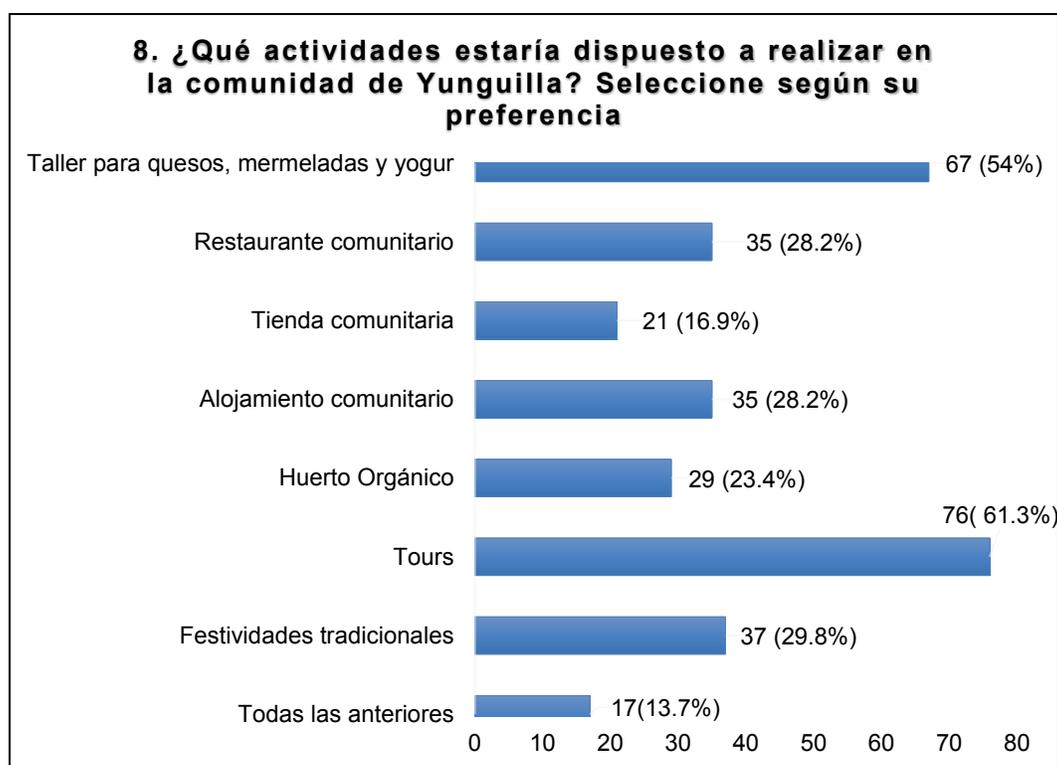
### 8. ¿Qué actividades estaría dispuesto a realizar en la comunidad de Yunguilla?

**Tabla 14.***Actividades para realizar en la comunidad de Yunguilla*

<b>Pregunta N° 8</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Taller para quesos, mermeladas y yogur	67	54%
Restaurante comunitario	35	28,20%
Tienda comunitaria	21	16,90%
Alojamiento comunitario	35	28,20%
Huerto Orgánico	29	23,40%
Tours	76	61,30%
Festividades tradicionales	37	29,80%
Todas las anteriores	17	13,70%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 17.**

*Actividades para realizar en la comunidad de Yunguilla*



**Interpretación:** Dentro de la comunidad de Yunguilla se ofrecen diferentes actividades para interés de sus visitantes entre las que más prefieren se encuentran los tours y el taller para la elaboración de quesos, mermeladas y yogur reflejando que la naturaleza y las técnicas culinarias sobresalen ante las demás. También mantienen porcentajes considerables las festividades tradicionales, restaurante comunitario, alojamiento comunitario, huerto orgánico y tienda comunitaria indicando que existe un interés relevante pero que se requiere fomentar más para su consolidación. Por último existe un porcentaje menor en el que se encuentran quienes están dispuestos a realizar todas las actividades de la comunidad porque consideran importante experimentar todo lo que engloba el turismo comunitario.

## 9. ¿Porqué medios ha obtenido o le gustaría recibir información acerca de la comunidad de Yunguilla?

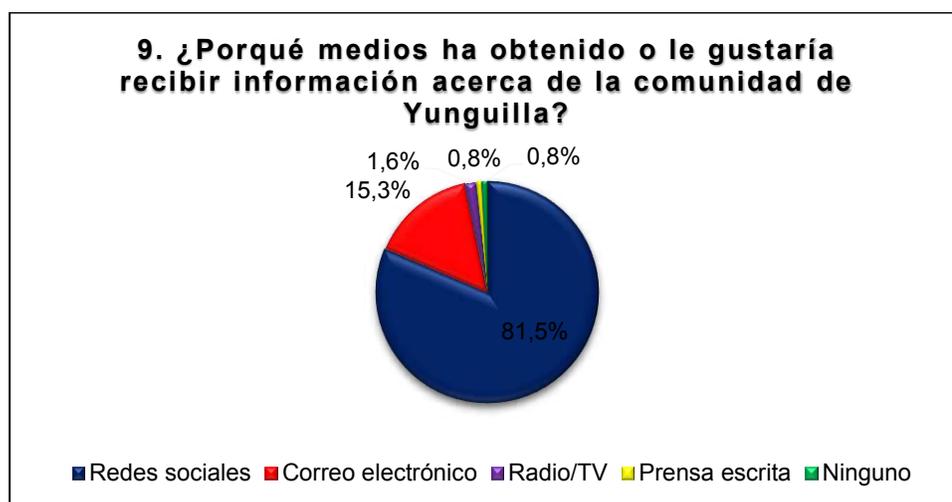
**Tabla 15.**

*Medios para recibir información*

Pregunta N° 9		
Respuestas	Personas	Porcentaje
Redes sociales	101	81,5%
Correo electrónico	19	15,3%
Radio/TV	2	1,6%
Prensa escrita	1	0,8%
Ninguno	1	0,8%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 18.**

*Medios para recibir información*



**Interpretación:** Los medios de comunicación representan gran importancia para brindar información acerca de la comunidad de Yunguilla, según los datos que se recopilaron se puede concluir que la mayoría de turistas prefieren mantenerse en contacto a través de redes sociales porque actualmente representa la forma más rápida

y accesible para gestionar su visita aunque la minoría de turistas consideran al correo electrónico como algo más formal para realizar reservas.

**10. ¿Usted considera que el patrimonio cultural inmaterial desempeña un rol trascendental en la comunidad?**

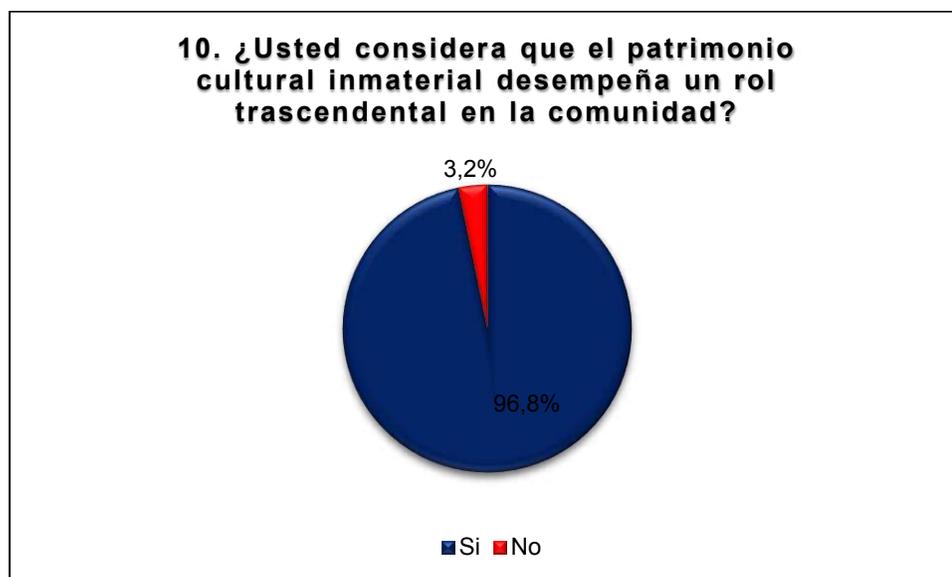
**Tabla 16.**

*Importancia del patrimonio cultural*

<b>Pregunta N° 10</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	120	96,80%
No	4	3,20%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 19.**

*Importancia del patrimonio cultural*



**Interpretación:** El patrimonio cultural inmaterial juega un papel importante en las comunidades porque representa parte de la identidad de sus pobladores, por este motivo los visitantes en su gran mayoría concuerdan que trasciende sobre otros

aspectos culturales pero esto no determina que lo demás no sea fundamental sino por el contrario todos deben complementarse.

**11. ¿Considera que el patrimonio cultural puede sufrir un desplazamiento por parte de la actividad de turismo comunitario?**

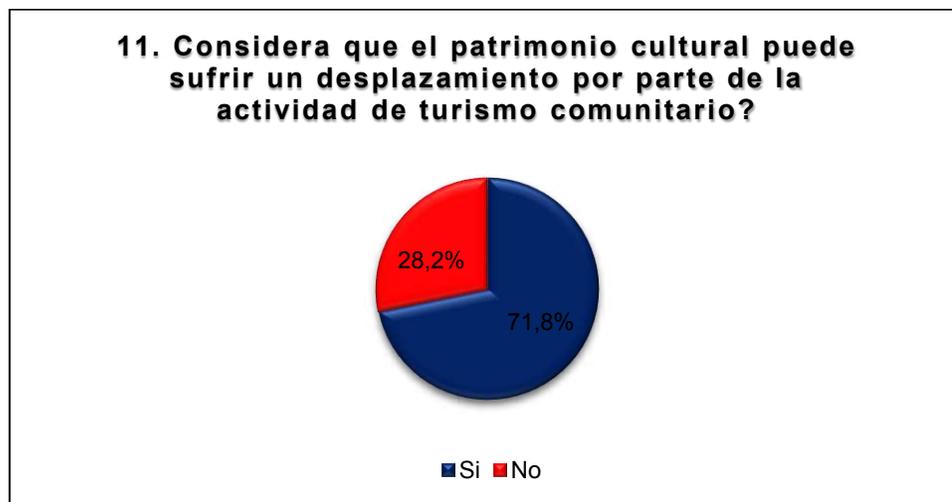
**Tabla 17.**

*El patrimonio cultural sufre un desplazamiento*

<b>Pregunta N° 11</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	89	71,80%
No	35	28,20%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 20.**

*El patrimonio cultural sufre un desplazamiento*



**Interpretación:** Conforme a los resultados obtenidos se establece por mayoría que el turismo comunitario puede generar un desplazamiento al patrimonio cultural ya que existen varias actividades centradas en los recursos naturales o en la parte

económica que de cierta manera consiguen mayor énfasis por consiguiente es necesario desarrollar estrategias que integren todos los recursos de la comunidad.

## 12. Bajo su criterio ¿Consideraría realizar turismo comunitario en Yunguilla a futuro?

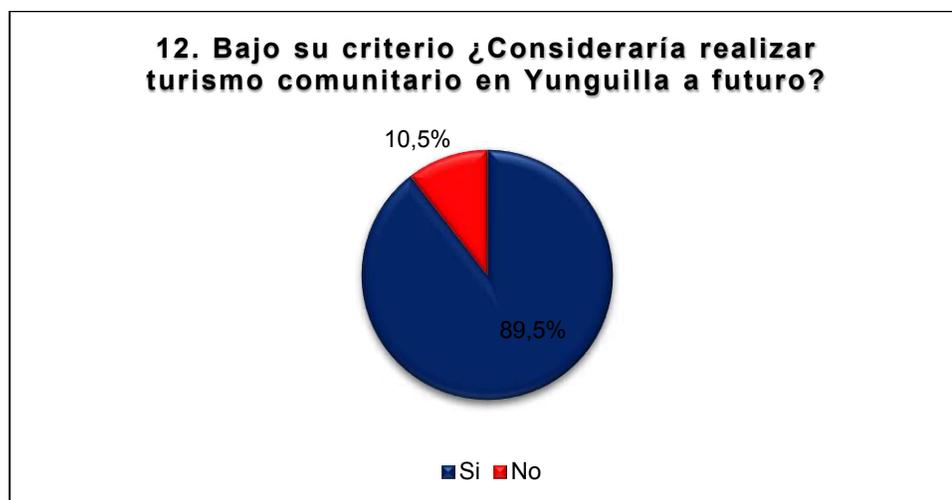
**Tabla 18.**

*Realizar turismo comunitario a futuro*

<b>Pregunta N° 12</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	111	89,50%
No	13	10,50%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Figura 21.**

*¿Realizaría turismo comunitario a futuro?*



**Interpretación:** Existe un gran porcentaje de personas dispuestas a realizar turismo comunitario en la población de Yunguilla próximamente puesto que la pandemia aún sigue presente y esto dificulta realizar turismo sin duda esto nos deja como referencia la intención de los turistas por disfrutar de estas actividades.

## Capítulo III

### Alternativas para el desarrollo del turismo comunitario y aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial

#### 3. Propuesta de la Investigación

##### 3.1 Introducción

Yunguilla es un sector privilegiado por su belleza natural y su riqueza cultural sin duda un lugar apto para la aplicación de turismo comunitario, en donde la conjugación de varios recursos permiten generar ingresos para el beneficio de sus pobladores al mismo tiempo esto representa una responsabilidad en mantener un desarrollo constante dado que cada vez existen formas novedosas de ofrecer servicios y actividades turísticas.

En la comunidad trabajan con distintas áreas que abarcan lo ambiental, productivo, gastronómico, turístico y cultural, de tal manera que logran ofertar actividades para diferentes gustos de sus visitantes; de las que más sobresalen es su comida típica, los tours, las caminatas y talleres para elaboración de productos artesanales en efecto esto ha fortalecido su desarrollo local mediante la constante preparación y adaptación a los cambios en el sector turístico.

Para los habitantes de Yunguilla este tipo de turismo más que una actividad económica ha sido un nuevo estilo de vida, puesto que les permitió cambiar su forma de subsistencia radicalmente, pero, ¿Cuál fue el costo? de cierta manera el enfoque que maneja el turismo comunitario abarca varios elementos pero a su vez descuida otros, uno de ellos es el patrimonio cultural debido a que las responsabilidades que adquieren los pobladores para la gestión turística a través de sus organizaciones y el proceso de globalización relega gran parte de sus tradiciones de modo que van quedando en el

olvido con los adultos mayores, quienes representan ese legado patrimonial evidentemente ellos mantienen esa identidad que los hace tan únicos, desde su famoso saludo “buenas tardes de dios” una frase que por la modernidad se ha quedado atrás, la comida, las golosinas, sus historias de contrabando, sus preparaciones antiguas, sus técnicas de construcción que han trascendido año tras año y que por el advenimiento del turismo comunitario las nuevas generaciones no parecen estar interesadas en preservar el patrimonio por consiguiente su destino es ser olvidados.

El turismo comunitario permitió afianzar los lazos entre los adultos y su patrimonio que poco a poco se quedó encapsulado en ellos; su cultura, sus tradiciones, sus historias, su forma de vida, es algo que no cambiará con el pasar de los años, pero sí terminarán por desaparecer con ellos sino se generan alternativas para vincularlos en la oferta turística.

### **3.2 Estrategia para el desarrollo del Turismo comunitario**

De acuerdo a los resultados obtenidos durante el análisis de los instrumentos aplicados se ha identificado el impacto que causa el turismo comunitario frente al patrimonio cultural, por consiguiente se considera la propuesta de una estrategia que promueva la integración del legado cultural inmaterial de la comunidad como parte esencial de la oferta turística.

Se debe tomar en cuenta que la estrategia abordará varias acciones que aprovechan los recursos culturales de la comunidad al mismo tiempo que contribuirá al crecimiento turístico y económico de la zona.

### **3.3 Objetivo estratégico general**

Diseñar una estrategia que permita el desarrollo del turismo comunitario utilizando acciones encaminadas al fortalecimiento del Patrimonio Cultural, para generar una sensibilización de la importancia del patrimonio cultural.

#### **3.3.1. Objetivos estratégicos específicos**

- Aprovechar el Patrimonio Cultural mediante la identificación de los sitios turísticos de la comunidad para la creación de actividades turísticas.
- Diseñar productos turísticos por medio de las actividades comunitarias con el propósito de fortalecer el vínculo entre la parte patrimonial y el turismo.
- Sensibilizar sobre la importancia del Patrimonio Cultural a través de propuestas y actividades con el fin de concientizar a las personas y estimular su preservación.
- Promocionar la oferta turística de la comunidad de Yunguilla mediante el manejo de redes sociales y medios tradicionales, para aumentar el alcance de sus productos turísticos

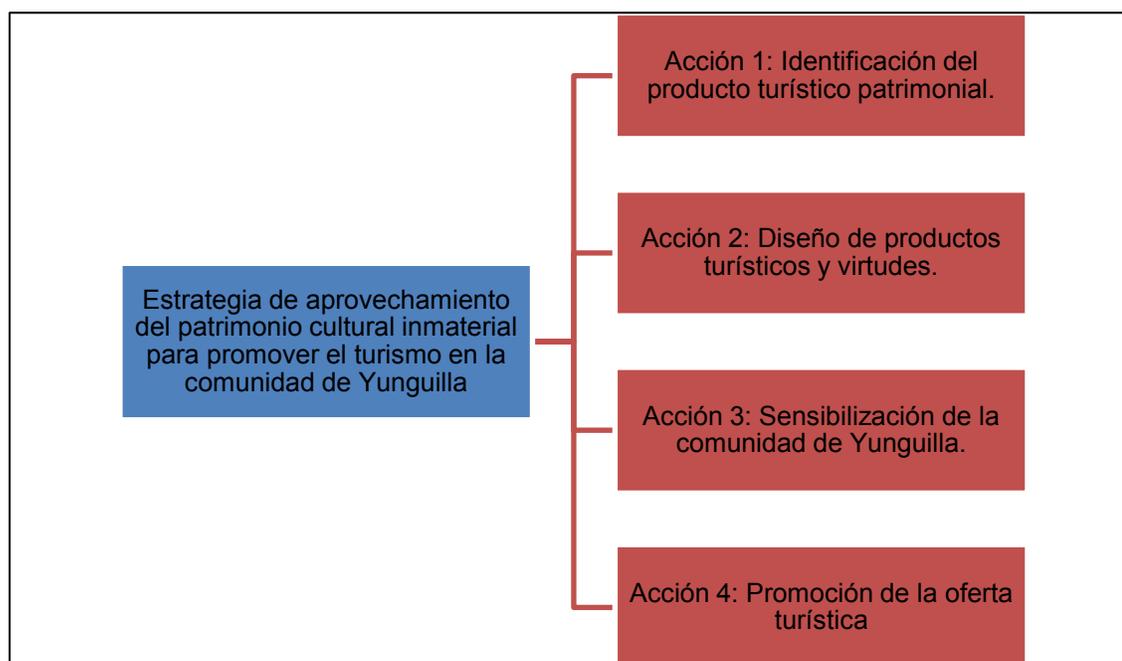
Líneas de investigación:

- Aprovechamiento del patrimonio cultural
- Diseño de productos turísticos
- Sensibilización del Patrimonio Cultural.
- Promoción de la oferta turística de Yunguilla

**3.4. Estrategia para el desarrollo del Turismo comunitario por medio de acciones encaminadas al aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial con el fin de promover el turismo en la comunidad de Yunguilla.**

**Figura 22.**

*Acciones de la estrategia*



**3.4.1. Acción 1: Identificación del producto turístico patrimonial**

**3.4.1.1. Descripción de los sitios turísticos de Yunguilla.**

Es preciso destacar una vez más que la comunidad está ubicada en un lugar privilegiado que posee diferentes sitios naturales y de carácter cultural facilitando su identificación como potencial turístico para la creación de nuevas actividades que impulsen el patrimonio a través del turismo. Yunguilla cuenta con una estructura social

clasificada y mapeada de tal forma que su organización es correctamente distribuida como se presenta a continuación:

**Figura 23.**

*Mapa geográfico de Yunguilla*



**Nota.** La fotografía representa la distribución de zonas turísticas, rutas y hogares.

El territorio de Yunguilla cuenta con los siguientes sitios turísticos

- Casas comunales familiares por apellidos; En Yunguilla se puede encontrar las casas de todos quienes conforman la comunidad, separadas por apellidos y con numeración ya que ayuda a ubicarse de forma rápida.
- Canchas comunitarias; En estas canchas la comunidad se reúne, realizan eventos, en donde comparten novedades y realizan un juego amistoso sea de

ecuavoley o fútbol permitiendo reflejar un espacio para experimentar de cerca parte de su vida social.

- Casas ancestrales; las casas ancestrales son catalogadas las casas más antiguas de la comunidad, dichos hogares están habitados en su mayoría por los adultos mayores y esto permitirá que los visitantes tengan un acercamiento más real sobre la historia.
- La casa de los abuelitos; esta casa es un proyecto que aún está en proceso, este espacio se va a destinar para compartir y fomentar el legado histórico cultural a través de los adultos mayores.
- Huerto orgánico; este huerto conserva la forma de cultivar que ha trascendido cerca de 20 años, en esta parte se puede lograr un vínculo entre lo antiguo y lo moderno
- Restaurante mirador Yunguilla; Es el lugar más actual y el último en ser construido gracias a su infraestructura y sus materiales hacen de él un lugar muy atractivo que crea un realce entre la comunidad y su bosque nublado.
- Tienda comunitaria: En la tienda se puede conocer cómo fueron construyendo y consolidando un lugar para expender sus productos, además de entender cómo se realiza el abastecimiento y qué sucedía con el trueque entre comunidades.
- Culuncos antiguos; Estos trayectos son el tradicional camino de los Yumbos y como tal de Yunguilla por su privilegiada ubicación tienen acceso a ellos y su trayectoria ha estado arraigada a su vida cotidiana.
- Mini culuncos alrededor del territorio; Estos caminos son una ejemplificación perfecta de la estructura que contienen los trayectos más grandes y comprenden una forma interesante para realizar actividades de interés para los visitantes.
- Granja comunal; En ella se podrá encontrar animales domesticados que sirven para toda la comunidad y también para que los visitantes conozcan cómo se

crían los animales, como los alimentan y cómo conviven con ellos en sus propios hogares.

- Senderos de caminata de varias dificultades; los senderos tienen diferentes ubicaciones que servirán para que los visitantes puedan escoger el nivel que deseen, sin embargo todos tienen una característica en común que es su construcción.
- Antiguas rutas de contrabando; Estas rutas fueron diseñadas y usadas años atrás por los contrabandistas de licor, quienes básicamente eran los mismos comuneros que antes se dedicaban a la agricultura, sin duda estas rutas han quedado como parte de su legado histórico en los alrededores de la comunidad.
- Fábrica de queso; Las fábricas corresponden un ejemplo del cambio de la matriz productiva de Yunguilla, en donde se transformaron de carboneros al sector turístico comunitario.
- Fábrica de mermeladas; Al igual que la fábrica de quesos permitió generar una fuente de ingresos y otorgar una actividad para las mujeres de la comunidad contribuyendo al cambio y evolución.
- Taller de artesanías; Estos talleres son comprendidos y utilizados por los adultos mayores para crear servilleteros, adornos y más que han servido para compartir su historia, fue creado como otra alternativa para generar ingresos.
- Zona medicinal; Espacio que está alrededor de la casa de los abuelos en donde las adultas mayores van a sembrar diferentes plantas medicinales que servirán para ejemplificar cómo eran los remedios caseros en la antigüedad, sin tecnología y sin especialistas.
- Bosque de pava de monte; Este bosque es un sector claramente identificado en donde los habitantes saben que se encuentra la pava de monte y también las fechas cuando se las puede avistar.

- Mirador comunal; Este mirador está ubicado dentro de los senderos para poder visualizar la misma comunidad junto con las montañas que lo rodean y también otras comunidades que se encuentran alrededor de Yunguilla.
- Zona de recreación; Es un lugar que está ubicado dentro de una casa de la comunidad en donde junto con juegos tradicionales se puede llamar la atención para los niños que visiten el lugar.
- Las carboneras: En este lugar se realizaba el carbón que comprendía su primera actividad extractivista y de deterioro del bosque, estos servirán para brindar conocimientos y experiencia del daño que no pueden volver a causar en el bosque.
- La primera casa ecoturística; Esta casa tiene historia y un legado que enriquece claramente la vista y el bosque, en ella se alojaron los primeros turistas y fue el primer lugar utilizado para restaurante.
- Rutas agro culturales; Esta ruta está comprendida entre el ganado y la cosecha que sirve para dar a conocer el proceso por el que se obtiene la leche y otros productos que llegan a la mesa de cada uno.
- El bosque nublado; Es el principal atractivo de la comunidad, al autodenominarse los guardianes del bosque nublado, se cataloga como la esencia y la razón para que la comunidad cambie su forma de vida y su generación de ingresos.
- La ruta de los osos; Estas rutas fueron evaluadas junto con estudios y con profesionales la ruta que realizan los osos en el bosque.
- La casa de los venados; Al igual que las otras rutas, los venados tienen sitios específicos en donde buscan alimento y pueden ser vistos.

- Zona de interpretación; Esta zona puede ubicarse en el exterior de la Casa Tahuallullo para que tenga un contexto atractivo en donde se pueda conocer e interpretar la flora y fauna del sector.
- Sendero ornitológico; Estas rutas se encuentran a lo largo de la comunidad y a lo largo del bosque en donde se puede visualizar la mayor cantidad de aves, dependiendo lugares y temporadas por tanto también se comprenderá la ruta de desplazamiento de las aves.
- Las granjas lecheras; Estas granjas están compuestas por el ganado de los comuneros que caracterizan como tal su bien común y apoyará a la realización de actividades para otorgar experiencias a los turistas.
- El inicio de los culuncos; Es el inicio de las rutas de los Yumbos y tiene gran relevancia ya que este es un conector principal a los caminos mejor conservados de toda la Reserva a la que pertenece Yunguilla.

#### **3.4.1.2. Acción 2: Producción turística en la comunidad de Yunguilla**

Mediante esta acción se pretende crear nuevas actividades turísticas enfocadas en la incorporación del patrimonio cultural inmaterial como parte de la oferta del turismo comunitario.

Para ello se ha decidido establecer rutas turísticas, debido a que representan la mejor forma aprovechar al máximo todo lo que dispone la comunidad, generando así la dinamización de las áreas hotelera, gastronómica y cultural.

Otro de los productos que se pretende crear son las catas de Chilguacán y otros frutos comunitarios ya que permitirán llegar a un público más joven y con diferentes intereses gracias a una oferta novedosa.

Luego de exponer estas propuestas de forma general, a continuación se va a detallar las rutas turísticas y cata por áreas:

#### **3.4.1.2.1. Turística.**

En la oferta de rutas turísticas se pretende incluir a la casa de los abuelos y la casa Tahuallullo como productos dentro del itinerario sin que perciban un costo adicional de la visita ya que representan una parte esencial de la historia por ende es mejor incursionarlas como parte de los paquetes y no de forma individual.

#### ***La casa de los abuelos.***

#### **Figura 24.**

*Casa de los Abuelos*



La casa de los abuelos es un proyecto que han ido diseñando los adultos mayores de la comunidad, porque ellos se han visto en la necesidad de compartir sus tradiciones y el conocimiento que lo han ido adquiriendo año tras año y que a causa de la modernidad se han ido relegando, lo mejor será proponer alternativas como:

1. Cocina en leña
2. Relato de historias
3. Medicina ancestral
4. Elaboración de paredes, bahareque
5. Historias de mitos y leyendas
6. Preparación de alimentos
7. División de trabajo
8. La vida antes de la modernidad.
9. Fotografías antiguas
10. De donde somos, nuestro origen
11. La cultura Yumbo

Como se mencionó anteriormente el valor de la visita no tendrá un costo, pues al ser un nuevo producto turístico se busca crear una concientización mediante el involucramiento de los adultos mayores en el turismo comunitario.

### ***La casa Tahuallullo y su mágico legado.***

**Figura 25.**

*Casa Tahuallullo*



Al ser parte de la historia turístico comunitaria se conservará y se difundirá como su primera casa de alojamiento, como centro de operaciones del turismo y el corazón de la comunidad, en esta casa se empezó todo lo relacionado con la actividad turística, aquí se compartirán las experiencias de que la unión comunal puede lograr todo lo que se proponga. La visita a la casa Tahuallullo no tendrá un costo extra, debido a que es parte de la historia por ende tendrá el mismo principio que la casa de los abuelos, con el fin de fortalecer su identidad cultural, por el contrario para el hospedaje en ella se cobrará el valor monetario establecido.

Los tours propuestos son los siguientes:

***Los mágicos culuncos, el legado de la historia.***

Mediante este producto se busca impulsar la trayectoria cultural de la comunidad, pues estos caminos antiguos sirvieron a sus antepasados e inclusive hasta los adultos mayores que hoy en día tienen un nuevo estilo de vida gracias a las oportunidades que ofrece el sector turístico.

Para la ruta se propone el siguiente itinerario de trabajo:

**Tabla 19.***Itinerario los mágicos culuncos*

<b>Los mágicos culuncos, el legado de la historia</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres para emprender ruta hacia los culuncos	
Entrada a los culuncos	1 hora 30 minutos	Llegada del transporte hacia la ruta de los culuncos	Sitio Natural
Comienzo del Tracking	1 horas	Tracking hacia los culuncos	Sitio Natural
Ruta de los culuncos	2 horas	Guianza a lo largo de los culuncos	Sitio Natural y manifestación cultural
Fin de los culuncos	1 hora	Almuerzo	
Retorno hacia Yunguilla	2 horas	Regreso hacia la comunidad de Yunguilla	
Llegada a casa de los abuelos	1 hora 30 minutos	Acercamiento con los Taitas y Mamas de la comunidad	Manifestación Cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour sin alojamiento</b>			
División de turistas al alojamiento	30 minutos	División de turistas con las familias de la comunidad	Manifestación Cultural
<b>Descanso</b>			
Desayuno en la comunidad	1 hora	Desayuno	Manifestación Cultural
Visita a la fábrica de quesos y mermeladas	1 hora 30 minutos	Visita guiada por la familia de la comunidad	Manifestación Cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

***El camino legendario de un pueblo olvidado.***

**Figura 26.**

*Caminos históricos*



Para esta ruta se propone una introspección que recorre toda la comunidad en donde se entablará un diálogo entre jóvenes, adultos y adultos mayores, recorriendo todo el lugar para posteriormente realizar senderismo en la comunidad en donde se va a conocer como era su vida antes, como vivían en comunidad, esta caminata estará envuelta en relatos, historias y experiencias que van desde el aprendizaje de los abuelos de sus abuelos para cultivar las tierras, cosechar sus productos y como el turismo llegó a su vida para generar un cambio drástico que se ocasionó por diferentes problemas de la ciudad, entre ellos el cambio de gobierno, el cambio de moneda en el año 2000 entre otras más que afectaron de buena y mala manera a la comunidad, con esta ruta se busca fortalecer los cimientos de su historia y de la parte olvidada de sus tradiciones y costumbres para finalmente visitar la casa de una familia y servirse una bebida tradicional junto con pan.

El tour comprenderá lo siguiente:

**Tabla 20.**

*Itinerario de camino legendario de un pueblo olvidado*

<b>El camino legendario de un pueblo olvidado</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres	
Conversatorio en la comunidad	1 hora 30 minutos	Caminata en toda la comunidad.	Manifestación cultural
Senderismo en Yunguilla	2 horas	Introspección en la historia	Manifestación cultural
Descanso en 1 de los miradores	1 hora	Descanso y conversatorio	Manifestación cultural
Almuerzo	1 hora	Restaurante mirador Yunguilla	
Punto tradicional	1 hora	Actividad cultural hacia los turistas	Manifestación cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

### ***El Quito milenario de los Yumbos.***

**Figura 27.**

*Transición entre pueblos*



Para esta planificación se propone que se realice un recorrido entre las comunidades aledañas pasando de la urbanidad de Quito, la ruralidad de Nanegalito y otras poblaciones aledañas, con el fin de sensibilizar el crecimiento tan grande que tienen hoy en día y del cómo sus cambios son evidentes desde la forma de vida y generación de recursos hasta el replegamiento de su identidad propia, para finalmente recorrer la población de Yunguilla en donde se podrá contrastar de mejor manera cómo la comunidad gracias al turismo comunitario ha podido mantener ciertos rasgos singulares que los hacen únicos en esa parte del territorio, este recorrido va desde la seguridad como comunidad hasta las entrañas del sector, para las actividades se plantea:

**Tabla 21.***Itinerario del Quito milenario de los Yumbos*

<b>El Quito milenario de los Yumbos</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Nanegalito	30 minutos	Punto de encuentro	
Desayuno	1 hora	Desayuno en Nanegalito	
Recorrido por comunidades	1 hora 30 minutos	Nanegal y Nanegalito	Manifestación Cultural
Nanegalito	1 hora	Traslado a la comunidad de Yunguilla, recibimiento en la comunidad	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Recorrido por la comunidad tipos de casas y familias	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Participación en la vida diaria de una familia comunitaria	Manifestación Cultural
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Almuerzo	
Restaurante mirador Yunguilla	2 horas	Caminata por senderos, historia de los culuncos y su importancia de mantenerlos	Manifestación Cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

### ***El bosque y los niños salchichas.***

**Figura 28.**

*Bosque nublado*



Para este tour se propone una ruta que será 80% caminatas por el bosque en donde gracias a la creación de los senderos se podrá explorar más el bosque y recorrer sus rutas por donde pasaban las personas extrañas y secuestraban a niños para hacerlos salchichas según las leyendas familiares, hasta llegar a un riachuelo en donde nos espera una familia de la comunidad con comida para almorzar, en esta parte se utiliza jóvenes para que compartan sus momentos históricos y experiencias sobre cómo sus papás y abuelos los atemorizaban para que eviten acercarse a extraños, para esta ruta se propone utilizar calzado adecuado, debido a que se recorre algunos senderos con dificultades varias y también llevar hidratación suficiente para la caminata.

Para las actividades se ha determinado lo siguiente:

**Tabla 22.***Itinerario el bosque y los niños salchichas*

<b>El bosque y los niños salchichas</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres	
Comunidad	1 hora 30 minutos	Recorrido por la comunidad e inicio de las leyendas e historias de los niños salchichas	Manifestación cultural
Comunidad	2 horas	Senderos en la comunidad hasta la llegada al riachuelo	Manifestación cultural
Riachuelo	1 hora	Almuerzo tradicional de un día de campo de la comunidad	Manifestación cultural
Riachuelo	1 hora	Conversatorio con jóvenes y niños que compartan sus historias	Manifestación cultural
Riachuelo	1 hora	Leyendas rurales de Yunguilla	Manifestación cultural
Yunguilla	30 minutos	Regreso a la comunidad	
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

## De carboneros al turismo comunitario.

Figura 29.

### Reseña carboneros



Este tour está más enfocado en la historia del cambio de la comunidad a través del tiempo en donde fueron evolucionando de carboneros como su actividad tradicional hasta el ecoturismo comunitario, esta historia enriquecida de relatos, experiencias, aciertos y desaciertos lo cargan de riqueza, además enseñan la transformación que han tenido con el apoyo de organismos internacionales y el propio comunitario, para este tour se utiliza varios recortes de la prensa de ese entonces y también se demuestra todos los reconocimientos con los que cuenta la comunidad tanto a nivel internacional como nacional, demostrando el apoyo variado que han tenido a lo largo de su creación como asociación, un aspecto primordial es que para llevar a cabo este producto turístico se necesita de la casa Tahuallullo, puesto que forma parte de dicha historia que

trasciende de generación en generación, también se va a incluir conversaciones con quienes fueron los pioneros en el turismo asimismo conocer ese famoso impacto generado por la actividad, lo esencial será rescatar el patrimonio cultural y fomentarlo día a día, buscando una concientización para las futuras generaciones. Entre las actividades del tour se ha determinado lo siguiente:

**Tabla 23.**

*Itinerario de carboneros al turismo*

<b>De carboneros al turismo comunitario</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres	
Yunguilla	2 horas	Visita a las rutas carboneras de los pobladores	Manifestación Cultural
Carboneras	1 hora	Sus primeros pasos al ecoturismo	Manifestación Cultural
Carboneras	1 hora	La casa Tahuallullo, el pequeño gran paso	Manifestación Cultural
Casa Tahuallullo	1 hora	Consolidación y cambio al turismo comunitario	
Casa Tahuallullo	1 hora 30 minutos	El golpe de lo comunitario en el patrimonio cultural inmaterial	Manifestación Cultural
Los primeros del turismo comunitario	1 hora	Conversatorio en la comunidad con los carboneros y creadores de lo comunitario	Manifestación Cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

***Entre Yumbos y Yumbadas a la ruralidad.***

Con el fin de incitar una participación más inclusiva se planea generar diálogo entre las comunidades aledañas para que revivan esta tradición que por el tiempo y el relego fueron olvidados por la comunidad, esta es una de las estrategias principales para poder recuperar de a poco rasgos que se han desplazado con el tiempo, una vez comprendida esta Yumbada se recordará la historia de los yumbos que circulaban por Yunguilla y que un día decidieron asentarse fuera de su territorio común cambiando de la gran ciudad Quito hasta un pueblito en las afueras de la capital Inca. Los relatos se explicarán y definirán en base a los adultos mayores y posteriormente se creará una base de información para compartir y dejar documentado este legado cultural que se recuperará gracias al trabajo conjunto con las comunidades aledañas quienes comparten singularidades. Para la ruta se ha considerado el siguiente itinerario:

**Tabla 24.***Itinerario entre Yumbos y Yumbadas*

<b>Entre Yumbos y Yumbadas a la ruralidad</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres	
Yunguilla	2 horas 30 minutos	Visita a las comunidades reviviendo las tradicionales Yumbadas	Manifestación cultural
Nanegalito	2 horas	La historia de los Yumbos en Yunguilla de las Yumbadas	Manifestación cultural
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Almuerzo	
Yunguilla	1 hora 30 minutos	Las Yumbadas desde los abuelitos	Manifestación cultural
Casa de los abuelos	1 hora 30 minutos	Las afueras de la capital Inca y las Yumbadas	Manifestación cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

#### **3.4.1.2.2. Gastronómica.**

##### ***La ruta del contrabando.***

Para esta ruta con tintes gastronómicos y contraste patrimonial se plantea un recorrido en donde su principal atractivo será el licor, que día tras día gracias a los comuneros transitaba por sus tierras hasta llegar a Quito para el consumo de los quiteños. Para esta propuesta se plantea un half day que tendrá una mezcla entre historia y licores que amenizaron los lugares y sectores de la población, durante la cata

se necesitarán los licores de parroquias y lugares aledaños, junto con licores conocidos por la población, a futuro se plantea presentar la posibilidad de que la comunidad pueda elaborar una cerveza artesanal en base a los productos locales y las frutas con el fin de ofrecer un nuevo producto a los turistas.

Después de la primera degustación se dirigirán hacia el mirador de la comunidad que nos va a servir para poder guiarnos y conocer cómo se realizaba el contrabando y cómo se transportaba el licor por las montañas, ríos y colinas en la oscuridad y casi arriesgando su vida los habitantes de la comunidad.

Y así llegamos a la segunda degustación que será en casa de una familia de la comunidad, en donde nos vamos a servir los licores que tomaban años atrás, junto con relatos de borracheras y copas, este tour permitirá adentrarse en la cultura e historia de Yunguilla, es muy común que ahora nos cause una sonrisa esta forma de contrabandear, pero años atrás hacer esta ruta, les costaba ciertos sacrificios, de modo que servirá para conocer la dura vida de los campesinos, sus cambios drásticos y como las costumbres se fueron perdiendo.

**Tabla 25.***Itinerario la ruta del contrabando*

<b>La ruta del contrabando</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y aprovisionamiento de víveres	
Desayuno	1 hora	Desayuno en Nanegalito	
Yunguilla	3 horas	Primera cata, licores aledaños al sector de comunidades aledañas	Manifestación Cultural
Almuerzo	1 hora	Restaurante mirador Yunguilla	
Yunguilla	1 hora	Recorrido a la comunidad y visita a las familias del cómo se realizan las festividades	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Visita a una familia de la comunidad, relatos de borracheras y copas	Manifestación Cultural
Yunguilla	2 horas	Segunda cata, licores de la comunidad de Yunguilla	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	La vida de los campesinos y el contrabando de aguardiente	Manifestación Cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

***Cata al chigualcan o de frutos de la comunidad.***

**Figura 30.**

*Mermeladas*



Al contar con una variedad de frutos y con su característico chigualcan se podrá realizar una cata en donde el principal protagonista serán los productos endémicos de su zona que decidan probar los visitantes, en ella se presentarán diferentes combinaciones tanto de sal como de dulce a lo largo del día, en este caso la primera degustación va a partir de su primer producto que empezaron a cultivar, después se realizará un paseo por la comunidad en donde se organizará una representación sobre cómo los productos fueron descubiertos y utilizados para generar recursos además de representar una oportunidad para que las mujeres de la comunidad puedan colaborar con la evolución del turismo comunitario.

Lo característico de este paquete es cómo se van a utilizar los frutos entre sabores, también se contará con una combinación de los productos propios que se elaboran por los pobladores con el objetivo de incluir la mayor cantidad de actividades comunitarias y la participación de sus habitantes.

Esta degustación necesitará de la participación de los jóvenes de la comunidad, debido a que su conocimiento técnico y profesional hará de esta nueva propuesta un éxito que además puede apoyarse en la academia.

**Tabla 26.** *Itinerario cata al chigualcan y otros frutos*

<b>Cata al chigualcan o de frutos de la comunidad</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y compra de víveres	
Huerto orgánico	1 hora	Historia del chigualcan, fruta, beneficios forma de cultivo	Manifestación Cultural
Restaurante mirador Yunguilla	2 horas	Cata al chigualcan o frutos de la comunidad	Manifestación Gastronómica
Almuerzo	1 hora	Restaurante mirador Yunguilla	
Yunguilla	1 hora	Recorrido a la comunidad y visita a las familias del cómo se realizan las festividades	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Visita a una familia de la comunidad, relatos de la agricultura	Manifestación Cultural
Yunguilla	2 horas	Segunda cata, utilización frutos de la comunidad de Yunguilla	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Los campesinos y la producción de frutos	Manifestación Cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

### ***La experiencia de productos lácteos.***

Para esta aventura se necesitará de los abuelitos que viven en la comunidad para que puedan explicar el proceso de ordeño de vacas, del acopio de los horarios más acordes para obtener la leche que es la base de esta aventura, también se toma muy en cuenta el proceso aplicado para obtener la mejor materia prima, ya que la comunidad conserva una ley de vida en una vaca, que es la regla 3-1 la misma que ha permitido dar una sostenibilidad a los animales y a la supervivencia en relación con la comunidad.

Para esta ruta es necesario que se cuente con las familias de la comunidad y la participación de quienes han conservado ese legado para producción de quesos y yogures que se han consolidado como una fuente de ingresos que ha ido creciendo a la par del turismo comunitario, gracias a esta participación se genera un balance único y mágico que trabaja en armonía con todo aquello que influye para la preparación de los productos.

**Tabla 27.***Itinerario de experiencia con productos lácteos*

<b>Experiencia de productos Lácteos</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y compra de víveres	
Granja comunitaria	1 hora	Historia de productos lácteos, su historia, el inicio y su forma de vida	Manifestación Cultural
Fábrica de quesos y mermeladas	2 horas	Cata de quesos y mermeladas de la comunidad	Manifestación Gastronómica
Almuerzo	1 hora	Restaurante mirador Yunguilla	
Yunguilla	1 hora	Recorrido a la comunidad y visita a las familias del cómo se realizan las festividades	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Visita a una familia de la comunidad, su historia de los productos lácteos	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Los campesinos y las granjas de ordeño, la regla 3 y 1	Manifestación Cultural
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

### ***La cocina de la abuelita.***

Esta experiencia está catalogada para aquellos amantes de la gastronomía y quieren tener un acercamiento a una historia milenaria, que data desde la preparación

de los Yumbos, esta cocina estará mezclada entre la vida diaria de las personas generando así un acercamiento para que los visitantes puedan palpar la historia.

Estará adaptada en base al día a día, por ejemplo los desayunos que preparaba cada familia, este conocimiento se consolidarán como una experiencia para que los visitantes puedan tener un acercamiento a la tan ansiada cocina tradicional que llama la atención de propios y extraños, por su parte este proceso refleja cómo se cosechan y como se realizaba el trueque con sus vecinos, intercambiando varios de sus productos entre toda la comunidad para así completar todo lo necesario para el almuerzo de todos los días, igualmente podrán visitar las comunidades aledañas en donde se denotará la forma de trueque, por último se podrá conocer cómo empezaron la idea de la elaboración de artesanías en la comunidad como un ingreso extra.

**Tabla 28.***Itinerario de experiencia en la cocina de la abuelita*

<b>Experiencia la cocina de la abuelita</b>			
<b>PUNTO DE PARTIDA</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Restaurante mirador Yunguilla	1 hora	Visita a la comunidad y compra de víveres	
Yunguilla	1 hora	Historia de la cocina milenaria y la preparación de la vida Yumbo	Manifestación Cultural
Comunidad	3 horas	Cocina tradicional con las mujeres de la comunidad	Manifestación Gastronómica
Almuerzo	1 hora	Casa de la familia de la comunidad	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Recorrido a la comunidad y visita a las familias del cómo se realizan las festividades	Manifestación Cultural
Yunguilla	1 hora	Visita a una familia de la comunidad, su historia y como conservar su gastronomía	Manifestación Gastronómica
Yunguilla	1 hora	El trueque y su forma de vida en comunidad	Manifestación Gastronómica
Visita a la familia	1 hora	Despedida y visita final	Manifestación cultural
Retorno a Quito	30 minutos	Regreso a Quito	
<b>Fin del tour</b>			

**Nota.** Incluye almuerzo, guía, actividades complementarias y entrega de recuerdo por la visita.

### **3.4.1.2.3. Virtudes de los productos turísticos de la comunidad de**

#### **Yunguilla.**

A continuación se detallarán las virtudes de cada producto turístico:

**Producto turístico:** Tours*Virtudes*

- Consolidar, diversificar y fortalecer los principales atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad.
- Competitividad e innovación en la creación de los productos turísticos centrando su atención en el eje comunitario y patrimonial
- Aumento exponencial de la llegada de turistas.
- Incremento de la oferta turística.
- Diversificación de la demanda, es decir un reordenamiento de los flujos turísticos, evitando así el turismo de masas.

**Producto turístico:** Degustación de licores*Virtudes*

- Fortalecimiento de la identidad gastronómica de la comunidad y una revitalización de su patrimonio cultural
- Incremento de la oferta turística
- Diversificación de la demanda por medio de un reordenamiento de tendencias.
- Consolidar y revivir parte de sus tradiciones y cultura
- Enriquecer la gestión cultural por medio de la gastronomía
- Intervenciones planificadas en base a ejes culturales y comunitarios.

**Producto turístico:** Cata de chigualcan y frutos rojos*Virtudes*

- Implementación de un sistema de bitácoras que se maneje para actividades como estas
- Documentación de combinaciones, mixes y ejercicios que componen la parte gastronómica
- Fortalecer y consolidar la parte agrícola por medio de la utilización de los productos en catas.
- Fomentar la generación de ideas creadas en la comunidad, por medio de un espacio de convergencia que cree oportunidades por igual.
- Generar un sistema de gestión que maneje la parte gastronómica de la comunidad.

**Producto turístico:** Casa de los abuelos y Casa Tahuallullo

*Virtudes*

- Documentación física e inmaterial de la historia del turismo en la comunidad
- Reivindicación de la identidad cultural de la comunidad
- Concientizar a la comunidad de la responsabilidad que tienen como guardianes de la parte patrimonial
- Heredar una parte tangible a las futuras generaciones para que así se pueda contar con herramientas que evidencien su legado cultural

### 3.4.1.3. Acción 3: Sensibilización de la comunidad de Yunguilla

Con el paso del tiempo en la comunidad se han ido descuidando gran parte de las características patrimoniales que poseen gracias a diferentes factores que influyeron desde la perspectiva turística, social y económica, este tipo de afecciones son algo que se presentaría tarde o temprano, sea en la comunidad o con la aplicación de turismo comunitario y dependerá de todos poder resolverlos. Sin embargo, este hecho permite centrar nuevamente el interés de los pobladores para salvaguardar su legado.

**Sensibilización de la comunidad de Yunguilla para fortalecer el patrimonio cultural inmaterial.**

**Figura 31.**

*Sensibilización y sus propuestas*



La sensibilización es el pilar fundamental para entender lo que está ocurriendo con la parte patrimonial de la comunidad, por medio de ella se establecerán medidas

que incentiven a sus habitantes a destacar sus manifestaciones culturales en la oferta turística al mismo tiempo que va a trascender de familia en familia posibilitando que el legado no solamente quede en sus generaciones pasadas; en este sentido, se toman en cuenta los siguientes aspectos:

***El patrimonio cultural inmaterial como parte de la esencia de Yunguilla.***

Las características culturales de los habitantes han cambiado producto de la evolución de la sociedad ya que cada vez existen nuevas necesidades para la supervivencia, por esta razón Yunguilla se ha visto influenciada por la globalización, la calidad de vida, los estándares profesionales que requiere la gestión turística e inclusive la misma migración de varios de sus integrantes.

La mejor forma de demostrar a la comunidad sobre los cambios que han influido en ellos gracias a la sociedad es mediante la ejemplificación del trabajo de otras comunidades aledañas, ya que esto permite ver errores y posibles consecuencias a futuro sobre las manifestaciones culturales dejando en evidencia que los hábitos y comportamientos adaptados en su medio están modificando parte de su particularidad comunitaria.

Por lo mencionado anteriormente es ideal que la comunidad y sus pobladores concienticen sobre su riqueza cultural inmaterial , centrando el interés en su vida local, en sus actividades diarias, en su entorno y en él como ellos mantienen una identidad tan arraigada a su historia; una vez que se logra este enfoque en la parte local se podrá hacer un levantamiento de las características que comparten entre personas y su sociedad de tal manera que permitirá crear un patrimonio único que aporte al fortalecimiento de su identidad y a la vez conjugue un atractivo turístico para mostrar a los visitantes. Un claro ejemplo de la importancia que representa sensibilizar a nivel

comunal es su forma tradicional para cocinar utilizando esencias, especias, ingredientes, técnicas y tiempo, ya que esto no solo involucra a una persona sino a todos quienes conforman esa población.

Los puntos coincidentes generarán un espacio para que la comunidad afiance su identidad que tienen como familia; al ser un número limitado de familias genera rasgos en común entre cada una y con toda la comunidad, dicho punto será el corazón de todo y a partir de él se emana la riqueza cultural en su máximo esplendor amparando el empoderamiento de su historia, su legado y toda la esencia que los caracteriza como una comunidad única, básicamente estos puntos de coincidencia componen la remembranza de su vida y su forma de compartir dando apertura a la creación de nuevas ofertas turísticas.

Por otra parte la continuidad es y será la clave para que los cambios de los que tanto se han hablado en este trabajo de titulación se puedan mantener a lo largo del tiempo, esto debe ser uno de los motores que muevan el desarrollo comunitario, para ello es fundamental que la comunidad comprenda que son el principal atractivo del lugar, gracias a su historia, estilo de vida, forma de ser y demás características propias que resaltan junto con la heterogeneidad los convierte en un destino turístico extraordinario.

***Fortalecimiento de las relaciones con las entidades públicas y privadas de Yunguilla y proyección con organismos o personas influyentes.***

Se ha evidenciado que la mayor parte del apoyo que ha recibido la comunidad es producto de entidades extranjeras y profesionales de organizaciones que prepararon a sus habitantes para la aplicación de turismo comunitario pero esto no ha sido suficiente para su crecimiento.

Al momento de tratar con organizaciones, grupos y resto de comunidades que apliquen esta actividad turística comunitaria se podrá evidenciar que se está haciendo bien y que faltaría por mejorar como comunidad y asociación de turismo, pues al compartir historias de éxito y fracaso de turismo se produce una forma de definir claramente los aspectos que se pueden renovar y crear diferentes estrategias para poner a prueba, ya que con esto se podrá incrementar la calidad del servicio, la calidad de vida de los pobladores y enriquecer el producto turístico ofrecido por la misma población. Entre otros de los principales beneficios es tratar con organizaciones que no son afines a la actividad turística porque esto les permitirá encontrar públicos objetivos para elaborar un producto turístico a futuro con metas alcanzables debido a que al conocer sus gustos, inclinaciones y preferencias permite que los habitantes puedan optar por presentar productos nuevos y variados lo que también ayuda a conocer la percepción de cómo ven a la comunidad desde una perspectiva no turística, por consiguiente la alternativa de este turismo se consolidará manteniendo contacto con diversas organizaciones quienes enriquecerán el portafolio de sus actividades turísticas realizables.

Además se debe proyectar los beneficios que se pueden obtener, teniendo en cuenta de que los organismos manejan una red de contactos a nivel nacional e internacional que desde luego pueden generar un apoyo hacia las comunidades que aplican este turismo consistente. Entre otros de los tantos beneficios, es tener una mente más retadora hacia las estrategias, por una parte aumenta su alcance de publicidad y de reconocimiento encontrando un público objetivo más específico y por otra parte esto aumentará la cantidad de visitantes, ya sea para probar nuevas experiencias o para comprobar lo que mencionan las personas, en otras palabras se concretará un marketing de boca a boca que a la larga tendrá un rendimiento que pocos

pueden conseguir, además al relacionarse con personas y organismos se puede ampliar una cartera de clientes y con ella se puede trabajar basado en temporadas ofreciendo productos turísticos hechos a la medida sumado con la participación de toda la comunidad de forma más activa.

### ***Manejo adecuado de lo tradicional y su relación con lo moderno.***

En efecto la comunidad demuestra una conjunción de ambos enfoques pero la idea es que mantenga un equilibrio y en esta instancia se deslinda del ideal puesto que con los avances tecnológicos la mayoría de personas prefieren optar por transformar parte de su forma de vida.

Establecer armonía entre lo cotidiano y lo moderno es necesario para que los individuos no desplacen su patrimonio; este balance puede ser compartido entre un punto de empuje y el otro de fortaleza, puesto que la modernidad tiene que ser un impulso con el objetivo de que el patrimonio se conserve y este genere un beneficio directo a la comunidad y a los individuos ya que gracias a esta herencia cultural obtienen un ingreso que les permitirá sustentarse y los va a incentivar a mantenerlo intacto tomando en cuenta que para los visitantes representa un atractivo que resalta la identidad de un lugar, así que no se debe ver como un enemigo a lo moderno sino más bien como un instrumento que despunta ambos factores como estrategia para la expansión del turismo comunitario.

### **Beneficios de los emprendimientos locales.**

Cuando una comunidad en unión generaliza las necesidades y profundiza en las problemáticas principales influyen en que el compromiso de cada individuo sea real y la misma comunidad se sienta identificada, una de las primordiales es conservar la

identidad y evitar su pérdida, por otra parte una motivación sería no perder una fuente de ingresos ya que el turismo llegó a sustituir las actividades primarias que se realizaban desde un principio en Yunguilla pero esto tiene que pasar de forma general a una singular dado que al entregar una pequeña responsabilidad a cada individuo favorece a que posean metas realizables y gestionables.

Al momento en que la comunidad reconoce y es consciente del legado que están olvidando por la globalización y otros factores, ayudará a que los pobladores se sientan comprometidos con el patrimonio, por otra parte el autoconsumo también tiene un papel predominante, porque cuando una población se está auto consumiendo por lo general moderniza sus tradiciones, evolucionan sus costumbres y trascienden a sus generaciones provocando que el turismo comunitario reemplace sus expresiones culturales y con el pasar del tiempo se utilicen como un atractivo complementario y no como uno principal, por esta razón es vital generar un compromiso comunal de valorar y visibilizar su identidad, considerando que esto parte de la introspección individual encaminada hacia un todo como comunidad logrando tomar la posta como guardianes de sus recursos inmateriales que va desde la cultura Yumbo hasta la actualidad.

Los beneficios ayudarán a encontrar un balance entre la comunidad y patrimonio definiendo un acuerdo ganar-ganar, en donde la comunidad conserva su identidad, mejora su vida e impulsa un desarrollo; la mejor forma de lograrlo es creando una ventaja que afecte directamente a la comunidad, es decir si la población mantiene su patrimonio, esto les va a generar visitas de mayor estancia y de mejores servicios, a su vez proyectará una trazabilidad que no será afectada con el pasar de los años; sin embargo, para que funcione aquí es importante la responsabilidad, apoyo y supervisión de todos los pobladores con respecto al patrimonio cultural pues al priorizar y mejorar

los puntos entre los participantes permitirán que los beneficios se vean a nivel individual y comunitario.

**Actividades para llevar a cabo la sensibilización:**

**-Organizar eventos:** Esto servirá para que los habitantes de la comunidad conozcan la situación actual del patrimonio.

A continuación se presentan algunos tipos:

- Comidas tradicionales para la comunidad e invitados especiales
- Ferias sobre el legado cultural en colaboración con organizaciones que patrocinen los eventos.
- Exposición fotográfica con recopilación de momentos relevantes en la historia de la comunidad es una forma de aproximarse a la realidad.
- Fijar una celebración de aniversario en donde abran sus puertas e inviten a la academia, entidades públicas y privadas para que puedan conocer lo que se ha mejorado en la comunidad de manera anual, también se puede contar con la participación de otras comunidades para intercambiar experiencias y tener retroalimentación.
- Las charlas o conferencias explicativas incitan a la reflexión de las personas porque les ayuda a solidarizarse y comprometerse con la preservación del patrimonio cultural, en ellas se debe explicar de qué trata el patrimonio y porqué es importante salvaguardarlo acompañado de una dinámica de preguntas y respuestas para despejar inquietudes.

- Foros comunales con la participación de profesionales y líderes comunitarios que puedan presentar diferentes temas, un ejemplo “Platicando sobre el legado cultural inmaterial desde mi experiencia”.
- Concursos sobre la mejor leyenda dramatizada.

**- Creación de una guía turística de esperanzas comunitarias:** Esta guía va a constar de datos que van desde la actualidad hacia el pasado de esta forma se podrá involucrar a toda la comunidad para tener una mejor comprensión de su evolución histórica y gracias a ella cubrir todas las áreas necesarias con el objetivo de prevalecer todo el patrimonio cultural con el que cuenta la comunidad. Lo valioso de esta guía es la recopilación de la memoria oral de los taitas y mamas de la comunidad así como también la recopilación fotográfica de los lugares emblemáticos y turísticos que poseen. Además se puede contar con la participación significativa de la academia, gracias a su aporte en preparación técnica y profesional facilitarán un mejor levantamiento.

Entre las principales ventajas de realizar esta guía son:

- Levantamiento de información del presente y del pasado.
- Al generar una bitácora sobre la vida en la comunidad Yunguilla y de su historia se genera un flujo de ingresos.
- El ámbito cultural va a contar con una documentación que pueda respaldar la existencia de las tradiciones, costumbres y demás que la componen.
- Para la sociedad genera un sentido de pertenencia hacia su cultura e identidad.

**-Involucramiento de toda la comunidad:** Es elemental la participación de todas las personas de la comunidad desde niños, adolescentes, jóvenes, adultos hasta los adultos mayores, dado que unidos posibilitará la difusión de esa herencia cultural

que poseen ante los visitantes, entidades públicas, organismos y demás personas interesadas en el rol del turismo comunitario.

#### **3.4.1.4. Acción 4: Promoción de la oferta turística**

##### **Fijación de precio.**

Para la decisión de un precio se ha buscado estandarizar la mayor cantidad de tours con el fin de presentar al cliente varias opciones en el mismo rango de precios y de esta forma el costo no sea un limitante. En cambio para los tours más especializados, se ha empleado un valor un poco más alto por la logística y manejo de recursos que aumenta, sin embargo se ha intentado mantener un rango mínimo para que también sea atractivo para los visitantes.

##### **Tours:**

- a) Los mágicos culuncos, el legado de la historia.
- b) La experiencia de productos lácteos

**Tabla 29.**

*Precios de Tours a & b*

Descripción	Valor	Porcentaje
Almuerzo	\$ 6.50	Fijos
Guía	\$ 3.50	Fijos
Familia	\$ 4.00	Fijos
Aporte asociación	\$ 5.10	20%
Recursos especiales	\$ 4.34	17%
Imprevistos	\$ 2.06	8.08%
<b>Total</b>	<b>\$ 25.50</b>	<b>100%</b>

**Tours:**

- c) El camino legendario de un pueblo olvidado
- d) El Quito milenario de los Yumbos
- e) El bosque y los niños salchichas
- f) De carboneros al turismo comunitario
- g) Entre Yumbos y Yumbadas a la ruralidad
- h) La cocina de la Abuelita
- i) Cata al chigualcan

**Tabla 30.***Precios de tours del c - i*

Descripción	Valor	Porcentaje
Almuerzo	\$ 6.50	Fijos
Guía	\$ 3.50	Fijos
Familia	\$ 4.00	Fijos
Aporte asociación	\$ 3.15	14%
Recursos especiales	\$ 3.55	15.77%
Imprevistos	\$ 1.80	8%
Total	\$ 22.50	100%

Tour:

j) La ruta del contrabando

**Tabla 31.**

*Precio del Tour j*

Descripción	Valor	Porcentaje
Almuerzo	\$ 6.50	Fijos
Guía	\$ 3.50	Fijos
Familia	\$ 4.00	Fijos
Aporte asociación	\$ 6.00	20%
Recursos especiales	\$ 7.45	24.8%
Imprevistos	\$ 2.55	8.50%
Total	\$ 30.00	100%

#### **Difusión de los productos turísticos.**

Cabe mencionar que la comunidad ya cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok pero no las han potenciado constantemente para tener un mayor alcance ya que requieren de cierta inversión para llegar a un público más amplio y mantener informados a quienes les interesa su página.

Para la comercialización de los productos turísticos se ha planteado generar campañas publicitarias por redes sociales como Facebook e Instagram para ello es importante considerar que ambas cuentas deben estar vinculadas como cuentas empresariales, seguido se requiere que puedan iniciar el proceso de promocionar publicaciones e ingresen los datos correspondientes como elegir el público, una vez realizado este paso se puede determinar que al principio se invierta un porcentaje

mínimo de \$5, ya después se irá incrementando progresivamente de acuerdo a las necesidades de alcance, seguido se indicará la duración en días que se desea poner, luego se realiza el pago y por último se promocionará la publicación una vez que se apruebe por Facebook.

Entre las principales fotos que se pueden utilizar para esta campaña de publicidad en Facebook e Instagram son los culuncos, el bosque nublado, su flora y fauna, las casas comunales, el alojamiento y restaurante, su gastronomía, sus productos (mermeladas, quesos, artesanías), entre otros. Una vez identificado esto se puede establecer que para la promoción se suba el contenido con varias fotos en una sola publicación o también se elaboren collage llamativos que refieran promociones o algo en especial para disfrutar en Yunguilla como el ejemplo que se presenta en la figura 32, dichas publicaciones deben tener alta calidad con tamaño en pixeles de 1200 x 630px en formato JPG o PNG, para el diseño de un post promocional se podría utilizar la aplicación Canva en versión gratuita, pudiendo reconocer un valor de \$4 por cada 6 post a quien los elabore. También puede haber interacción por medio de videos, mostrando las experiencias de otros turistas, el itinerario de un tour o exponer los atractivos y productos, para la resolución de videos debe poseer 1080 x 1080px y se recomienda el formato MP4, de igual forma el costo de su elaboración no supera los \$8.

Por otra parte las publicaciones deben ser frecuentes para notar el crecimiento de la página por tanto se pueden realizar desde 2 a 3 veces al día y también deben ser constantes dado que siempre deben mantener el interés de sus clientes actuales y nuevos.

A continuación se presenta un post para Facebook:

**Figura 32.**

*Post promocional de cata al chigualcan y frutos*



A partir de la red social Tik Tok se pretende captar el interés de nuevos públicos para ello se plantea crear una red de videos cortos que puedan generar atención en quienes lo ven y también un deseo por viajar, la ventaja de esta red es que el costo de inversión no va a superar los \$8,00 por video además supone un costo accesible para poder incursionar en esta red y ampliar el alcance para promocionar los productos turísticos, también puede incrementar la visualización del contenido pues la aplicación puede llegar a nuevos espectadores gracias al manejo de hashtags (marcación de palabras clave para publicaciones), esta red está presente en los 5 continentes por lo que su audiencia aumentará, impactando así notablemente a la población.

Para la creación de estos videos se puede considerar lo siguiente:

- La narración de una persona que explique las actividades que se pueden realizar en la comunidad de forma breve proyectando un video que incluya un recorrido con el itinerario de cualquier tour u otra actividad que ofrecen y cerrar con una despedida amable pero a la vez comercial.

- Otra alternativa sería utilizar audios delicados que vayan acorde al video que se pretende viralizar, puede proyectarse la parte gastronómica como incentivo para captar visitantes.

-También se puede buscar colaboraciones con personas influyentes de la plataforma presentes en Ecuador, ya que esto incrementará el número de espectadores.

Para la resolución de videos en la plataforma se requieren 1080x1920px, además se debe tomar en cuenta que los videos pueden ser cortos de 1 minuto hasta máximo 3 minutos.

### *Demanda*

El público al que se pretende llegar va desde los 20-35 hasta 56 años en base al perfil que se obtuvo de la encuesta aplicada constituyendo el nicho de mercado principal para la comunidad de Yunguilla no obstante los productos turísticos están diseñados para todo tipo de personas, en esencia las redes sociales permiten presentar publicidad de forma entretenida que logra buenos resultados.

## **Conclusiones**

Para referencia de la investigación se consideró libros, papers y publicaciones más recientes que permiten contextualizar una realidad sobre el tema tratado al mismo tiempo se tomó en cuenta estudios de veinte años atrás, a razón de que poseen información valiosa sobre antecedentes y evolución de turismo comunitario y patrimonio inmaterial.

La teoría y demás conceptos aplicados en esta investigación proporcionan un enriquecimiento educativo puesto que los avances de estos estudios corroboran información actualizada que se puede comparar entre el presente y pasado de las dimensiones social, cultural, económica y turística.

La metodología que se aplicó dentro de la investigación fue muy productiva para recabar los datos que se necesitaban para comprender la situación del patrimonio cultural inmaterial frente al turismo comunitario obteniendo de esta manera los resultados que permitieron proponer medidas para disminuir el impacto evidenciado.

Cuando se procedió a recolectar información de campo, la comunidad estuvo muy abierta al estudio y a los proyectos que son ofrecidos, la comunidad considera que la información de campo permite generar estrategias más reales.

El turismo comunitario juega un rol importante para cada comunidad, pero el turismo puede también ser clasificado como selectivo cuando su aplicación se enfoca en ciertos ejes y relega los otros, ocasionando un impacto negativo para el desarrollo de la comunidad.

Para la elaboración de propuestas se considera un orden lógico y continuo que aborde todos los aspectos necesarios para mejorar con el fin de generar una correcta aplicabilidad y crear el mejor beneficio para los habitantes de la comunidad.

El turismo en general ayuda y contribuye a un mejoramiento de la calidad de vida de todos los involucrados, porque genera un flujo de recursos tanto económicos como sociales, esta actividad es una alternativa muy sonada para las poblaciones que desean demostrar su riqueza y compartirla con los visitantes para no ser olvidados.

La comunidad de Yunguilla es un referente a nivel nacional y regional de turismo comunitario, esto conlleva una gran responsabilidad de demostrar la gestión y el manejo con el que cuenta, su riqueza histórica y material crean una gama de experiencias al visitante por esa parte se generan productos turísticos que satisfagan expectativas del cliente.

## **Recomendaciones**

Es importante considerar a las fuentes de información primarias y secundarias dado que aportan referencias con alta veracidad para la elaboración de la investigación.

Se debe considerar utilizar libros, papers, revistas y trabajos de grado de años recientes ya que esto permitirá aportar con información novedosa que se inclina a las necesidades del presente.

Cuándo se apliquen herramientas de recolección de información es aconsejable tomar en cuenta varias perspectivas de la investigación como la del presente tema que requiere la percepción de turistas y la comunidad para consolidar una buena estrategia.

La información que se obtendrá de encuestas, fichas de observación y entrevistas debe tener un objetivo así como nutrirse de la información del capítulo 1 y generar propuestas acordes a la realidad para crear un beneficio directo para todos los involucrados.

Cuando se evidencie una problemática en la aplicación de las modalidades de turismo, se debe analizar la base de lo que está sucediendo para entender su posición y de esta manera poder proponer alternativas que disminuyan su impacto y mantengan continuidad de las propuestas cooperando a la vinculación de todos los recursos existentes.

Al momento de elaborar propuestas para la comunidad se debe generalizar las necesidades y en base a ellas partir de una priorización que responda a la realidad de la población y esto mejore la aplicabilidad del turismo teniendo en cuenta que cada individuo debe ser partícipe de la actividad turística.

Para la aplicabilidad del turismo comunitario se puede tomar como base las comunidades aledañas y regionales, esto con el fin de contrastar e identificar puntos a favor y en contra de como se ha efectuado el turismo desde diferentes realidades además funciona para fomentar ejes que integran a toda la población al mismo tiempo que crea varios beneficios.

## Bibliografía

- Alfonso, J. (2001). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/997/99717904012.pdf>
- Arechua Vergara, M. I. (2015). *PLAN DE PROMOCIÓN DE LA RUTA ECOLÓGICA YUNGUILLA EL BENEFICIO DE LA COMUNIDAD EN LA PARROQUIA DE CALACALI, PROVINCIA DE PICHINCHA* (Bachelor's thesis).
- Asociación de Estados del Caribe. (s.f.). *El Turismo Comunitario*. Obtenido de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20se%20asoma,cotidianas%2C%20utilizando%20los%20recursos%20culturales%2C>
- Ballesteros, E. R., & Carrión, D. S. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador, Desarrollo y sostenibilidad social*. Obtenido de <https://animacionsociocultural2013.files.wordpress.com/2013/05/turismo-comunitario-en-ecuador.pdf>
- Burbano, A. (Abril de 2009). *EL ECOTURISMO, UNA ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS POBLACIONES LOCALES*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2397/4/TFLACSO-ABT2009.pdf>
- Collaguazo Vaca, L. G. (2012). *“Yunguilla, 15 años de trabajo comunitario construyendo nuestro modelo de desarrollo local sostenible”* (Bachelor's thesis).
- Collaguazo, D., & Vinuesa, S. (2010). *Estandarización y mejoramiento del servicio de alojamiento comunitario*. Obtenido de Tesis de licenciatura, Universidad de especialidades turísticas: Quito. 2010

Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador. (s.f.). *Producción de Pichincha*. Obtenido de <https://conagoparepichincha.gob.ec/economica>

Corporación Microempresarial Yunguilla. (2010). *Sistematización de la Información Biofísica y Cartográfica de la Zona de Yunguilla*. Quito.

Corporación Microempresarial Yunguilla. (s.f.). *La propuesta sustentable de turismo comunitario*. Obtenido de <https://porlatierra.org/docs/d63d0e4e3bd564a208a467ed55f48007.pdf>

Crespial. (2008). Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial. En P. Morales, Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial-Ecuador (págs. 235-278). Cuzco: Crespial.

Delegación permanente de España ante la Unesco. (s.f.). *Patrimonio inmaterial*. Obtenido de <http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/unesco/es/unescoenespa%C3%B1a/Inscripciones/Paginas/PatrimonioInmaterial.aspx>

Entorno Turístico. (25 de Julio de 2015). *Los 6 elementos del sistema turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-6-elementos-del-sistema-turistico/#:~:text=6.-,La%20comunidad%20receptora,contacto%20con%20la%20comunidad%20tur%C3%ADstica>.

Gestión de comunicación Ma. (29 de Agosto de 2017). *DATOS DE LA PROVINCIA*. Obtenido de <https://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/96-geografia>

- Go Raymi. (2019). *La Esperanza turismo comunitario*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/colta/gestores-comunitarios/esperanza-turismo-comunitario-anrryc0y3>
- Go Raymi. (s.f.). *Shuyun tsáchila turismo comunitario*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/santo-domingo-de-los-tsachilas/santo-domingo/gestores-comunitarios/shuyun-tsachila-turismo-comunitario-a1a430251>
- Gobierno de Ecuador. (s.f.). *Ministerio de Turismo | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mintur>
- Gobierno de México. (14 de Mayo de 2015). *Turismo Cultural*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Gómez. (2007). *Definición de*. Obtenido de <https://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Pilar, B. (10 de Mayo de 2003). *Enfoques metodológicos*. Obtenido de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/blanco\\_s\\_nl/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf)
- Herrera Morales, D. S. (2019). *Levantamiento del Patrimonio Gastronómico de Yunguilla*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/11220/1/UDLA-EC-TLG-2019-30.pdf>
- Herrera, I. (2013). *Desarrollo de un plan de turismo sostenible como herramienta económica social en la comunidad Yunguilla, ubicada en el DM Quito Parroquia Rural Calacalí* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Israel, 2013).

Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General de Turismo: Un enfoque Global y Nacional*. Ciudad de México: Comité Editorial de Serie Didáctica.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Fascículo provincia de Pichincha*.  
Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2010). *Guía de bienes culturales del Ecuador*.  
Obtenido de <https://downloads.arqueo-ecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-GuiaPichincha.pdf>

Instituto Vasco de Estadística. (s.f.). *Zona Geográfica*. Obtenido de  
[https://www.eustat.eus/documentos/opt\\_0/tema\\_101/elem\\_4816/definicion.html](https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_101/elem_4816/definicion.html)

Jacinto, J. (2020). Diagnóstico del Sistema Turístico en base al modelo de Molina, distrito de Catacaos - Perú, 2020. Obtenido de  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51517/Jacinto\\_CJJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51517/Jacinto_CJJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

La Esperanza. (2018). *Turismo Comunitario "La esperanza"*. Obtenido de  
<https://www.turismoesperanza.com/es/>

Líder, L. T. (s.f.). *Sistema Turístico*. Obtenido de <https://lilytourlider.com/introduccion-al-turismo/sistema-turistico/>

Lifeder. (s.f.). *Herencia Cultural: Definición, Características y Ejemplos*. Obtenido de  
<https://www.lifeder.com/herencia-cultural/>

Lloreda, E. F. (2007). *PATRIMONIO, IDENTIDAD, TERRITORIOS Y SUSTENTABILIDAD UNA MIRADA DESDE LAS CIENCIAS DE LA*

COMPLEJIDAD. Obtenido de

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/410/404>

Madariaga, C. J., & Asencio, F. S. (2018). *PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD Y TURISMO*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640383>

Marchioni, M. (1999). *Comunidad, participación y desarrollo*. Madrid: Editorial Popular, 27.

Martínez, V. (2013). *Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales*. Obtenido de [http://www.revista-](http://www.revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/view/126/pdf)

[rio.org/index.php/revista\\_rio/article/view/126/pdf](http://www.revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/view/126/pdf)

Medina, A. C. (s.f.). *Introducción al turismo y la gastronomía*. Obtenido de

[https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19643/INTRODUCCI%  
c3%93N%20AL%20TURISMO%20Y%20LA%20GASTRONOM%c3%8dA%20v3.pdf?se-  
quence=4&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19643/INTRODUCCI%c3%93N%20AL%20TURISMO%20Y%20LA%20GASTRONOM%c3%8dA%20v3.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Mesías, G., & Oliva, A. (2004). *Revisión y Fortalecimiento del Proyecto Ecoturismo Comunitario Yunguilla, Encaminado a una óptima aplicación del Plan de Marketing subsistente. Tesis de Licenciatura*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Minalla, C. (2011). *Avances Tecnológicos en Ecuador*. Obtenido de

[https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos\\_  
de\\_clases/26954\\_2011\\_PASANTIAS\\_TRECALDE\\_000000682.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos_de_clases/26954_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000682.pdf)

Ministerio de Turismo. (2017). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL*

*ECUADOR 2017*. Obtenido de

[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)

Molina, Sergio. (1986). *Planificación del Turismo*. México: Nuevo Tiempo Libre.

Molina, Sergio. (2006). *El Posturismo. Turismo y Posmodernidad*.

Montecristi, A. C. (2015, 6 agosto). *Defensoría Pública del Ecuador - Biblioteca digital:*

*Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de

<https://biblioteca.defensoria.gob.ec/handle/37000/823>

Moreno, M. J. (2016). *Manual para la introducción de la perspectiva de género y*

*juventud al desarrollo rural*. Obtenido de <https://docplayer.es/112008736-Manual-para-la-introduccion-de-la-perspectiva-de-genero-y-juventud-al-desarrollo-rural.html>

Municipio de Quito. (2017). *Diagnóstico estratégico-Eje Ambiental*. Obtenido de

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Sesiones%20del%20Concejo/2015/Sesi%C3%B3n%20Extraordinaria%202015-02-13/PMDOT%202015-2025/Volumen%20I/3.%20Diagn%C3%B3stico%20Ambiental.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Sesiones%20del%20Concejo/2015/Sesi%C3%B3n%20Extraordinaria%202015-02-13/PMDOT%202015-2025/Volumen%20I/3.%20Diagn%C3%B3stico%20Ambiental.pdf)

Nájar, A. (16 de Octubre de 2015). *Qué son los “Pueblos Mágicos” de México y por qué*

*todos quieren serlo*. Obtenido de

[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151016\\_mexico\\_pueblos\\_magicos\\_cultura\\_turismo\\_an](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151016_mexico_pueblos_magicos_cultura_turismo_an)

Neudel, Y. (Septiembre de 2015). *La experiencia del turismo comunitario en Yunguilla,*

*Ecuador y su impacto sociocultural en la comunidad*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5444083>

Oaxaca. (2019). *Carpeta de permanencia al programa federal de pueblos mágicos de México*. Obtenido de <https://www.oaxaca.gob.mx/sectur/wp-content/uploads/sites/65/2020/12/87.-Carpeta-San-Pablo-Villa-de-Mitla-ok.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Patrimonio Cultural*. Obtenido de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Expresiones culturales tradicionales*. Obtenido de <https://www.wipo.int/tk/es/folklore/#:~:text=Pueden%20considerarse%20las%20formas%20en,transmiten%20de%20generaci%C3%B3n%20en%20generaci%C3%B3n.>

Organización Mundial de Turismo. (2007). *Entender el turismo: Glosario básico*. Madrid. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2016). *Red de Gastronomía de la OMT Plan de Acción*. Obtenido de [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/46789/gastronomy\\_action\\_plan\\_print\\_2\\_es\\_web\\_0.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/46789/gastronomy_action_plan_print_2_es_web_0.pdf)

- Osorio García, Maribel. (2000). Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas. México: Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, vol. 7, núm.23.
- Patzet, E. (1996). Flora del Ecuador. Banco Central del Ecuador. Obtenido de Edit. Banco Central del Ecuador, 1996.
- Peña, P., & Miguel, J. (2013). El patrimonio cultural, bibliográfico y documental de la humanidad: Revisiones conceptuales, legislativas e informativas para una educación sobre patrimonio. *Cuicuilco*, 20(58), 31-57.
- Pizzinato, S. (2020, 19 febrero). *¿Qué es el CULTURAL? MERCOSUR*. Obtenido de <https://www.mercosur.int/que-es-el-mercosur-cultural/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Calacalí. (2015). *PDOT Parroquia Calacalí 2015-2019*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1768117730001\\_DIAGNOSTICO%20PDOT%20CALACALI%202015-2019\\_30-10-2015\\_23-39-24.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1768117730001_DIAGNOSTICO%20PDOT%20CALACALI%202015-2019_30-10-2015_23-39-24.pdf)
- Pueblos Mágicos. (s.f.). *El Mazunte*. Obtenido de <http://www.oaxaca.travel/index.php/es/pueblos-magicos/item/42-el-mazunte>
- Querol, M. Á. (2010). *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid: Akal.
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143.

- Ramírez, J. C. (2003). *El Convenio Andrés Bello: reseña histórica de un organismo de integración cultural, científica y educativa en el área andina\**. Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-25082003000300009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082003000300009)
- Rodríguez Martínez, L. M., & Quiroga Dallos, I. A. (2020). *Patrimonio gastronómico de la Provincia de Yarigües (Santander)*. Obtenido de <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-PatrimonioGastronomicoDeLaProvinciaDeYarigüesSant-7453305.pdf>
- Romero, E. d., & Peña, V. M. (2019). *El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000200178](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178)
- Ruiz Ballesteros, E., & Solís Carrión, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Abya Yala.
- Ruiz, E., Hernández, M., & Coca, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418.
- Sánchez, D. (2010). "GUÍA TURÍSTICA EN FORMATO IMPRESO PARA DINAMIZAR LACORRIENTE TURÍSTICA QUE VISITA EL CANTÓN CEVALLOS PERÍODO MAYO – JUNIO DEL 2009". Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2508/1/t\\_ma\\_eco\\_819.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2508/1/t_ma_eco_819.pdf)
- Secretaría de Turismo. (3 de Enero de 2014). *San Pablo Villa de Mitla*. Obtenido de <https://www.visitmexico.com/oaxaca/san-pablo-villa-de-mitla>

Secretaría de Turismo. (s.f.). *Pueblos Mágicos*. Obtenido de

<http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>

Tamayo, D. (2013). *Áreas Protegidas Municipales en el Distrito Metropolitano de Quito: Declaratoria y Planificación de la Zona de Yunguilla*. Obtenido de

[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5721/T-PUCE-](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5721/T-PUCE-5876.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[5876.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5721/T-PUCE-5876.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tamayo, D., Ulloa, R., & Martínez, C. (2012). Plan de Manejo Yunguilla. Conservación

Internacional Ecuador, Comité de Gestión Yunguilla, Corporación

Microempresarial Yunguilla, Secretaría de Ambiente del DMQ y EcoFondo.

Quito, Ecuador.

Universidad Cooperativa de Colombia. (s.f.). *Ejes Estratégicos*. Obtenido de

<https://www.ucc.edu.co/Plan-Estrategico/Paginas/ejes-estrategicos.aspx>

Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE". (2015). *Filosofía*. Obtenido de

<https://espe->

[el.espe.edu.ec/filosofia/#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Fuerzas%](https://espe-el.espe.edu.ec/filosofia/#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Fuerzas%20Armadas%2D%20ESPE%20es%20reconocida%2C%20como,de%20servicio%20a%20la%20comunidad.)

[20Armadas%2D%20ESPE%20es%20reconocida%2C%20como,de%20servicio](https://espe-el.espe.edu.ec/filosofia/#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Fuerzas%20Armadas%2D%20ESPE%20es%20reconocida%2C%20como,de%20servicio%20a%20la%20comunidad.)

[%20a%20la%20comunidad.](https://espe-el.espe.edu.ec/filosofia/#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Fuerzas%20Armadas%2D%20ESPE%20es%20reconocida%2C%20como,de%20servicio%20a%20la%20comunidad.)

Villavicencio, B. P., Zamora, J. G., & Pardo, G. L. (2016). *El turismo comunitario en la*

*Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en*

*territorios indígenas*. Obtenido de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006)

[90362016000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006)

Westreicher, G. (Agosto de 2020). *Estrategia y su composición*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

**Anexos**