



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO**

Proyecto de Investigación  
previo a la obtención del  
título de Licenciada en  
Ecoturismo.

**Título del Proyecto de Investigación:**

“PLAN DE REACTIVACION DE TURISMO CULTURAL EN  
EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO  
2021”

**Autora:**

Srta. Lisbeth Solange Tomalá Macías

**Directora de Proyecto de Investigación:**

Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña M.Sc.

**Quevedo – Los Ríos – Ecuador**

**2021**

## **DECLARACIÓN DE AUTORIA Y GESTIÓN DE DERECHOS**

Yo, **Lisbeth Solange Tomalá Macías**, declaro que la investigación aquí descrita es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este documento, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. \_\_\_\_\_

**Lisbeth Solange Tomalá Macías**

**C.I. # 120553531-1**

# **CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La suscrita, **Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña M.Sc.**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante **Lisbeth Solange Tomalá Macías**, realizó el Proyecto de Investigación de grado titulado “PLAN DE REACTIVACIÓN DE TURISMO CULTURAL EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2021”, previo a la obtención del título de Licenciada en Ecoturismo, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

.....

Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña M.Sc.

**DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



## **CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE CONCIDIENCIA Y/O PLAGIO ACADEMICO**

Yo, Karen Lisbeth Betancourt Ludeña en calidad de Director de Proyecto de Investigación titulado “**PLAN DE REACTIVACION DE TURISMO CULTURAL EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2021**”, me permito manifestar a usted y por intermedio al Consejo Académico de la Facultad lo siguiente: Que la estudiante Lisbeth Solange Tomalá Macías, egresada de la Facultad de Ciencias Ambientales de la carrera Licenciatura en Ecoturismo ha cumplido con las correcciones pertinentes, e ingresado su Proyecto de Investigación al sistema URKUND, tengo a bien certificar la siguiente información sobre el informe del sistema anti plagio con un porcentaje de 4%.

Atentamente,

.....

Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña M.Sc.

**DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

“PLAN DE REACTIVACIÓN DE TURISMO CULTURAL EN  
EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO  
2021”

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa quienes han creído en mí, dándome ejemplo de humildad y superación le agradezco por la vida, salud, por tener a mi familia sana y sobre todo por haberme permitido culminar mi carrera profesional.

Agradezco de todo corazón a mis pilares fundamentales mis Padres Elsa Macías y Luis Tomalá, por sus esfuerzos y constancia, por siempre apoyarme en cada paso que he dado durante todo el proceso de mis estudios universitarios, agradezco a mis hermanos mayores, Jenny, Richard, Fanny y Elisa, quienes son mi ejemplo de superación, a mis hermanos, Luiggi y Nixon por su protección y apoyo, a mis sobrinos Omar, John, Jeremy, Alejandro, Samantha, Aitana y Saylin por su cariño, amor y grandes manifestaciones de afectos que me brindan gracias a ustedes mis deseos de superación son mayores.

De igual manera agradezco a mis amigas Diana, Tatiana, Thalía, Gabriela, Ariel y Melanie por brindarme su amistad incondicional, por su apoyo durante todo este tiempo de estudios y por su ayuda en la realización de mi proyecto de investigación, por otro lado, agradezco a todos mis amigos y amigas del curso Noveno “A” Ecoturismo, por su ayuda durante todos estos años universitarios, agradezco a mis mejores amigos Melissa León y Frixon Palacios por sus consejos y apoyo que me brindan y por ultimo agradezco a cada una de las personas, familiares, amigos cercanos por su ayuda en la realización de mi tesis.

Finalmente agradezco a los docentes de la Facultad de Ciencias Ambientales carrera Licenciatura en Ecoturismo, por su profesionalismo, por transmitimos sus diversos conocimientos a cada uno de mis compañeros, para lograr a ser excelentes profesionales y especialmente agradezco a mi tutora Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña, ya que, sin su guía, ayuda y conocimientos impartidos no hubiese sido posible realizar mi tesis.

## **DEDICATORIA**

El éxito en la vida no se mide por lo que logras, si no por lo que superas, el presente trabajo de investigación está dedicado a Dios ya que gracias a el he logrado culminar mi carrera, a mis padres, por estar a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos, mis hermanos, sobrinos y sobrinas por sus palabras y compañías, se lo dedico a todos mis amigos por su amistad incondicional y por último se lo dedico a mis docentes quienes han sido parte de mi formación académica y para finalizar esta tesis va dedicada a mi abuelo que ya no se encuentra físicamente en este mundo pero en mi corazón siempre estará presente.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, perteneciente a la provincia de los Ríos, con la finalidad de elaborar un plan de reactivación de turismo cultural, debido al poco conocimiento cultural que tiene los habitantes; se realizó un diagnóstico de los atractivos culturales que posee el cantón, donde se identificaron 35 atractivos; 19 son atractivos culturales tangibles y 16 son culturales intangibles, se determinó las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón donde se aplicaron 386 encuestas, dando como resultado que el 87,75% si conocen los atractivos culturales de Quevedo, el 72,28 visitarían los atractivos en compañía de su familia, el 52,85 están dispuestos a pagar de \$1 a 5 para acceder a los atractivos y el 17,54% consideran que la creación de un blog es necesaria para obtener información de los sitios culturales del cantón, como tercer objetivo se elaboró en plan de reactivación cultural estableciendo tres programas donde en cada programa se elaboraban tres proyectos con sus metas, actividades, responsables y presupuesto, dando como resultado que elaborar un plan de reactivación de turismo cultural ayudaría a fortalecer la cultura local, conocimiento cultural, contribuir al desarrollo turístico y económico de la población.

**Palabras claves:** Turismo cultural, atractivos culturales tangibles, atractivos culturales intangibles, plan de reactivación.

## ABSTRACT

This research work was conducted in the canton of Quevedo, belonging to the province of Los Ríos, in order to develop a plan for the reactivation of cultural tourism, due to the little cultural knowledge that the inhabitants have; a diagnosis of the cultural attractions that the canton has was made, where 35 attractions were identified; 19 are tangible cultural attractions and 16 are intangible cultural attractions. The preferences towards cultural tourism of the inhabitants of the canton were determined and 386 surveys were applied, resulting in 87.75% know the cultural attractions of Quevedo, 72.28% would visit the attractions with their families, 52.85% are willing to pay from \$1 to \$5 to access the attractions and 17.54% consider that the creation of a cultural tourism center in Quevedo would be a good idea, 54% consider that the creation of a blog is necessary to obtain information on the canton's cultural sites. As a third objective, a cultural reactivation plan was developed, establishing three programs where in each program three projects were developed with their goals, activities, responsible parties and budget, resulting in the development of a cultural tourism reactivation plan that would help strengthen local culture, cultural knowledge, and contribute to tourism and economic development of the population.

**Key words:** Cultural tourism, tangible cultural attractions, intangible cultural attractions, reactivation plan.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA N°</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORIA Y GESTIÓN DE DERECHOS</b> .....	<b>II</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>III</b>
<b>CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE CONCIDIENCIA Y/O PLAGIO ACADEMICO</b> .....	<b>IV</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>VI</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>VII</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>IX</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>XIV</b>
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>XV</b>
<b>CÓDIGO DUBILN</b> .....	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>3</b>
<b>CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
1.1. Problema de la investigación .....	4
1.1.1. Planteamiento del problema .....	4
1.1.1.1. Diagnóstico .....	4
1.1.1.2. Pronóstico .....	5
1.1.2. Formulación del problema. ....	5
1.1.3. Sistematización del problema .....	5
1.2. Objetivos .....	6
1.2.1. Objetivo general. ....	6
1.2.1. Objetivos específicos. ....	6
1.3. Justificación .....	7
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>8</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>8</b>

2.1. Marco conceptual.....	9
2.1.1. Turismo.....	9
2.1.2. Evolución histórica del turismo.....	9
2.1.3. El turismo en la actualidad.....	10
2.1.3.1. El turismo cultural en la actualidad.....	10
2.1.4. Clasificación de turismo.....	11
2.1.4.1. Clasificación del Turismo según el motivo de viaje.....	12
2.1.5. Turismo cultural.....	13
2.1.6. Cultura.....	14
2.1.7. Desarrollo cultural.....	14
2.1.8. Desarrollo turístico.....	15
2.1.9. Ventajas y desventajas del turismo cultural.....	15
2.1.10. Atractivos turísticos.....	17
2.1.11. Recursos turísticos.....	17
2.1.12. Patrimonio cultural.....	18
2.1.12.1 Patrimonio cultural tangible.....	18
2.1.12.2. Patrimonio cultural intangible.....	19
2.1.13. Plan de reactivación turística.....	21
2.1.14. Reactivación.....	21
2.1.15. Reactivación turística.....	21
2.1.16. Reactivación turística cultural.....	22
2.1.17. Elementos de la reactivación turística.....	23
2.1.18. Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias.....	24
2.1.19 Perfil del turista cultural.....	24
2.1.19.1. Características de las estrategias exitosas de turismo cultural.....	25
2.1.19.2. Importancia del turismo cultural en la decisión de visitar un destino turístico...26	
2.1.19.3. Actividades preferidas por tipo de turista cultural.....	26
2.1.20. Quevedo.....	29
2.1.20.1. Reseña histórica de Quevedo.....	29
2.1.20.2. Turismo de Quevedo.....	30
2.2. Marco referencial.....	31
2.3. Marco legal.....	33

2.3.1 UNESCO .....	33
2.3.2. Constitución de la República del Ecuador 2008 .....	34
2.3.3. Ley Orgánica de la Cultura 2016. ....	35
2.3.4 Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo .....	37
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>41</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>41</b>
3.1. Localización.....	42
3.1.1. Ubicación geográfica. ....	42
3.1.2. Características climáticas.....	43
3.2. Tipo de investigación.....	43
3.2.1. Investigación bibliográfica .....	43
3.2.2. Investigación de campo .....	43
3.2.3. Investigación cualitativa .....	44
3.2.4. Investigación cuantitativa .....	44
3.3. Métodos de investigación .....	44
3.3.1. Método analítico .....	44
3.3.2. Método Inductivo .....	45
3.3.3. Método Deductivo.....	45
3.3.4. Método Descriptivo.....	45
3.3.5. Método sintético .....	46
3.4. Fuentes de recopilación de información .....	46
3.4.1. Trabajo de campo .....	46
3.4.2 Fotografía .....	46
3.4.3. Fuentes primarias .....	47
3.4.4. Fuentes secundarias.....	47
3.6. Diseño de la investigación .....	48
3.6.1. Población.....	48
3.6.2. Muestra.....	48
3.7. Recursos humanos y materiales .....	49
3.7.1. Materiales.....	49
3.7.1.1. Materiales de oficina .....	49
3.7.1.2. Equipos.....	49

3.7.1.3. Software .....	49
3.7.2. Recursos humanos.....	49
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>51</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>51</b>
4.1. Atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón. ....	52
4.2. Preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo. ....	59
4.3. Plan para la reactivación del turismo cultural en el cantón Quevedo. ....	72
4.3.1. Tema:.....	72
4.3.2. Objetivos del Plan: .....	72
4.3.3. Misión: .....	72
4.3.4. Visión .....	73
4.3.5. Programa 1 “Vivir la experiencia del patrimonio edificado de Quevedo” .....	73
4.3.6. Programa 2 “Conocer y disfrutar de los bienes patrimoniales muebles del cantón”	76
4.3.7. Programa 3 “Participación y disfrute de los atractivos intangibles del cantón” .....	78
4.4. Discusión .....	80
<b>CAPITULO V</b> .....	<b>82</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>82</b>
5.1. Conclusiones .....	83
5.2. Recomendaciones .....	84
<b>CAPITULO VI</b> .....	<b>85</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>85</b>
Bibliografía.....	86
<b>CAPITULO VII</b> .....	<b>90</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>90</b>
7.1. Anexo 1. Atractivos culturales tangibles del cantón Quevedo. ....	91
7.2. Anexo 2. Atractivos culturales intangibles del cantón Quevedo .....	95
7.3. Formato de encuesta .....	98
7.4. Certificado Urkund .....	102

## INDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA N°
<b>Tabla 1.</b> Características de las estrategias exitosas de turismo cultural .....	25
<b>Tabla 2.</b> Actividades preferidas por tipo de turista cultural.....	27
<b>Tabla 3.</b> Significado de cada termino según la fórmula de canavos.....	48
<b>Tabla 4.</b> Atractivos culturales tangibles .....	52
<b>Tabla 5.</b> Atractivos culturales intangibles .....	55
<b>Tabla 6</b> Proyecto 1 .....	73
<b>Tabla 7</b> Proyecto 2.....	74
<b>Tabla 8</b> Proyecto 3.....	75
<b>Tabla 9</b> Proyecto 1 .....	76
<b>Tabla 10</b> Proyecto 2.....	76
<b>Tabla 11</b> Proyecto 3.....	77
<b>Tabla 12</b> Proyecto 1 .....	78
<b>Tabla 13</b> Proyecto 2.....	78
<b>Tabla 14</b> Proyecto 3.....	78

## INDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA N°
<b>Figura 1.</b> Clases de Turismo.....	12
<b>Figura 2.</b> Ubicación geográfica del cantón Quevedo .....	42
<b>Figura 3.</b> Género .....	59
<b>Figura 4.</b> Edad .....	60
<b>Figura 5.</b> Ciudad de procedencia .....	61
<b>Figure 6.</b> Nivel de intruccion.....	62
<b>Figura 7.</b> Ocupación .....	63
<b>Figura 8.</b> ¿Conoce usted los atractivos culturales del cantón Quevedo .....	64
<b>Figura 9.</b> ¿Cuál de estos atractivos culturales usted ha visitado?.....	65
<b>Figura 10.</b> ¿En cual de estos atractivos culturales usted ha participado?.....	66
<b>Figura 1.</b> Al visitar los atractivos culturales. Prefiria Hacerlo .....	67
<b>Figura 12.</b> ¿Cuánto usted esta dispuesto a pagar para acceder a los atractivos culturales? .....	68
<b>Figura 13.</b> Que aspectos le motivan a visitar los atractivos culturales .....	69
<b>Figura 14.</b> Que considera que seria importante que brinde un sitio cultural para que sea visitado .....	70
<b>Figura 15.</b> Que tipos de actividades usted consideran que se pueden reactivar aprovechando la cultura local de la ciudad .....	71
<b>Figura 16.</b> Iglesia Santísima Trinidad .....	91
<b>Figura 17.</b> Iglesia San Cristóbal .....	91
<b>Figura 18.</b> Iglesia San José.....	91
<b>Figura 19.</b> Parque Central.....	91
<b>Figura 20.</b> Monumento Héroes del Cenepa.....	92
<b>Figura 21.</b> Monumento Parque a la Madre.....	92
<b>Figura 22.</b> Monumento al Bocachico .....	92
<b>Figura 23.</b> Monumento Juan Montalvo .....	92
<b>Figura 24.</b> Monumento a la Dra. June Guzmán.....	93
<b>Figura 25.</b> Parque el Avión.....	93
<b>Figura 26.</b> Monumentos Eloy Alfaro, José María Velasco Ibarra y León Febres Cordero.....	93

<b>Figura 27.</b> Museo Arqueológico Quevedo .....	94
<b>Figura 28.</b> Piezas históricas del Museo Arqueológico Quevedo .....	94
<b>Figura 29.</b> Puente Jose Maria Velasco Ibarra .....	94
<b>Figura 30.</b> Ritos “Misa en la Ciudadela Mi País” .....	95
<b>Figura 31.</b> Fiestas o Conmemoraciones Religiosas .....	95
<b>Figura 32.</b> Fiestas del día de la Raza .....	95
<b>Figura 33.</b> Practicas Comunitarias “Mingas “ .....	95
<b>Figura 34.</b> Danza Tradicional “Serrana” .....	96
<b>Figura 35.</b> Danza Tradicional “ Costeña” .....	96
<b>Figura 36.</b> Juego “ Baile de la silla” .....	96
<b>Figura 37.</b> Juego “Huevo en la cuchara” .....	96
<b>Figura 38.</b> Juego “ El Ensacado” .....	96
<b>Figura 39.</b> Tecnicas y Saberes Productivas Tradicionales .....	97
<b>Figura 40.</b> Ritos “ Matrimonio” .....	97
<b>Figura 41.</b> Expresiones Orales “Amorfinos” .....	97
<b>Figura 42.</b> Certificado Urkund .....	102

## CÓDIGO DUBLIN

<b>Título:</b>	“Plan de Reactivación de Turismo Cultural en el cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, año 2021”				
<b>Autora:</b>	Lisbeth Solange Tomalá Macías				
<b>Palabras claves:</b>	Turismo cultural	Atractivos culturales tangibles	Atractivos culturales tangibles	Plan de reactivación	
<b>Fecha de publicación:</b>					
<b>Editorial:</b>					
<b>Resumen:</b>	<p>El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, perteneciente a la provincia de los Ríos, con la finalidad de elaborar un plan de reactivación de turismo cultural, dando como problemática el poco conocimiento cultural que tiene los habitantes; se realizó un diagnóstico de los atractivos culturales que posee el cantón, donde se identificaron 35 atractivos; 19 son atractivos culturales tangibles y 16 son culturales intangibles, se determinó las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón donde se aplicaron 386 encuestas, dando como resultado que el 87,75% si conocen los atractivos culturales de Quevedo, el 72,28 visitarían los atractivos en compañía de su familia, el 52,85 están dispuestos a pagar de \$1 a 5 para acceder a los atractivos y el 17,54% consideran que la creación de un blog es necesaria para obtener información de los sitios culturales del cantón, como tercer objetivo se elaboró en plan de reactivación cultural estableciendo tres programas donde en cada programa se elaboraban tres proyectos con sus metas, actividades, responsables y presupuesto, dando como resultado que elaborar un plan de reactivación de turismo cultural ayudaría a fortalecer la cultura local, conocimiento cultural ,contribuir al desarrollo turístico y económico de la población.</p>				
<b>Descripción:</b>	119 hojas, Dimensiones A4 2.5 X 3cm				
<b>URI:</b>					

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de forma acelerada a nivel mundial, que permite conocer sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles y vivir experiencias de crecimiento profesional (Caiza & Molina, 2012). La Organización Mundial de Turismo (OMT) (2020) lo define como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, según el Ministerio de Turismo (2019) el promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció un 4% (1.381.726 visitantes) en el año 2019, a esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (Organización Mundial de Turismo, 2020).

García & Rugel (2016) explican que el turismo cultural es operado por turistas que se enfocan en atracciones culturales mediante la organización de productos de turismo cultural (como museos, exposiciones de arte, eventos programados o eventos que atraen a turistas por razones culturales) u organizando tours, excursiones o paquetes turísticos que se enfocan en atracciones culturales, incluidos los visitantes pueden. Un lugar para observar e interactuar con la historia, el arte, la gastronomía, la literatura, el folclore, la religión y otros recursos. Estas actividades son fundamentales para que los visitantes puedan satisfacer sus necesidades, satisfacer sus expectativas y obtener beneficios adicionales, como aumentar el conocimiento y la experiencia de los sitios que visitan.

El legado cultural ecuatoriano es resultado de una simbiosis producida por varios procesos de aculturación a lo largo de la historia, dando origen a una gran variedad de expresiones propias a nivel nacional, que se visualizan de forma material e inmaterial y que adquirió un valor añadido con las declaraciones en el territorio de ciudades patrimonio de la humanidad. De esta manera, el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres. El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas (Ministerio de Turismo, 2015).

La provincia de los Rios ubicada en el centro del país en la región costa, el nombre se debe a la extensa e importante red fluvial que la baña, su capital es Babahoyo, mientras que la urbe más grande y poblada es el cantón Quevedo. Las actividades principales de la provincia son la ganadería, agricultura, comercio y la industria, el territorio es uno de los más fértiles del Ecuador donde se encuentra pequeños y grandes cultivos de arroz, cacao, banano, palma africana, entre otros, Quevedo es también conocido como la ciudad del río, esta se constituye como uno de los puertos fluviales más importantes del país un lugar turístico con un profundo sentimiento artístico y cultural con una gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales. El objetivo de este trabajo de investigación es elaborar un plan de reactivación del turismo cultural en el cantón Quevedo destacando bienes tangibles e intangibles, para el desarrollo turístico y económico del cantón.

**CAPITULO I**  
**CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Problema de la investigación.**

### **1.1.1. Planteamiento del problema**

En el Ecuador, el Patrimonio Cultural ha dejado de ser visto como una colección de bienes, muebles, monumentos, etc., hoy es una cuestión de identidad, de nuevos usos. Sin olvidar su condición y valor nacional, sin embargo, el turismo en el país sigue siendo el mismo desde hace mucho tiempo atrás, en donde es común la utilización de “atractivos”, para el intercambio económico y “cultural”. La gran problemática del turismo actual radica en el pensamiento absurdo de los turistas nacionales de no valorar ni conocer las historias locales, leyendas, tradiciones, cultura e integración de los pueblos y solamente fijarse en un paisaje vistoso, en actividades de aventura y ocio (Cornejo, 2010).

Quevedo situada en la provincia de Los Ríos mantiene una altura de 80 metros sobre el nivel del mar, es considerado como uno de los principales productores de banano del país. Actualmente el recurso económico de la ciudad es la agricultura, el comercio. Desafortunadamente, el turismo cultural en la ciudad no ha sido fomentado por la falta de recursos económicos y desinterés de su comunidad y el Gobierno Autónomo que claramente se enfoca en la cobertura de otros proyectos turísticos (Kang, 2012).

El cantón Quevedo conocido como la ciudad del Río cuenta con atractivos culturales tangibles e intangibles, que tienen que ser más explotado, ya que existe poco conocimiento por parte de sus habitantes, como consecuencia de esta problemática surge la idea de realizar un plan de reactivación del turismo cultural con la finalidad de rescatar sus costumbres y tradiciones que día a día se están perdiendo.

#### **1.1.1.1. Diagnóstico**

En la actualidad se ha realizado poca promoción de los atractivos culturales lo que ha generado en bajo sentido de pertenencia, ignorancia, o desvalorización de su identidad, lo que se refleja en el deterioro de la mayoría de sitios culturales, etc. Quevedo cuenta con costumbres y tradiciones, juegos populares y vivencias históricas que deberían ser conocidas por sus habitantes y por lo general es importante desarrollar un plan de reactivación de turismo cultural

estableciendo actividades o estrategias para que se desarrolle el turismo cultural y aporte a la economía local.

#### **1.1.1.2. Pronóstico**

La finalidad de este proyecto de investigación es la elaboración de un plan de reactivación de turismo cultural lo que beneficiaría a la comunidad y a los turistas, sobre todo en contribuir con una propuesta diferente para diversificar la oferta turística del cantón aprovechando su riqueza cultural etc, y fomentar el desarrollo turístico y económico del cantón.

#### **1.1.2. Formulación del problema.**

¿Cómo contribuirá la elaboración del plan de reactivación de turismo cultural para el desarrollo del cantón Quevedo?

#### **1.1.3. Sistematización del problema.**

- ¿Cuál será el diagnóstico de los atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón?
- ¿De qué manera se determinará las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo?
- ¿Qué incluirá el plan de reactivación del turismo cultural en el cantón?

## **1.2. Objetivos.**

### **1.2.1. Objetivo general.**

Desarrollar un plan para la reactivación del turismo cultural como estrategia de desarrollo del cantón Quevedo.

### **1.2.1. Objetivos específicos.**

- Diagnosticar los atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón.
- Determinar las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo.
- Elaborar un plan para la reactivación del turismo cultural en el cantón Quevedo.

### **1.3. Justificación**

La provincia de Los Ríos es una provincia eminentemente agrícola que posee una gran historia y donde aún podemos encontrar grandes manifestaciones de la cultura montubia. En ella se encuentran muchos recursos naturales donde se pueden practicar una gran variedad de deportes entre otras actividades, pero su particularidad radica en la forma de vida de sus habitantes que se refleja en todas sus acciones. Estas características hacen de la provincia de Los Ríos un destino con gran potencial para el desarrollo de un turismo cultural que contribuya a la conservación de su patrimonio tangible e intangible y al mejoramiento económico (Barros, 2018).

La presente investigación se enfocará en desarrollar un plan para la reactivación de turismo cultural en el cantón Quevedo y tiene como finalidad rescatar la riqueza cultural del cantón, ya que lamentablemente hoy en día las manifestaciones culturales son pocas promocionadas y difundidas y dan énfasis al turismo de naturaleza y de aventura mediante actividades deportivas con fines recreativos, además por la situación de la pandemia denominada Covid-19, se ha visto necesario reactivar la esencia cultural de la ciudad a fin de aportar a su desarrollo. Así, el presente trabajo permitiría mostrar los atractivos culturales tangibles e intangibles que tiene y profundizar los conocimientos culturales sobre la costumbre, tradiciones, juegos populares, vivencias históricas, bienes patrimoniales, casas, Iglesias históricas, museos y los conocimientos propios del cantón fluminense, además de ofrecer una mirada integral sobre la aculturación producido por el crecimiento tecnológico y la poca importancia que le dan, ayudando a mantener las costumbres y tradiciones de la población local.

La inquietud de investigar este problema residió en el deseo de enriquecer los conocimientos sobre la cultura y las actividades que se desarrollan para que este sea reactivado ya que el turismo cultural presenta una gran oportunidad para el desarrollo del cantón Quevedo.

**CAPITULO II**  
**FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. Marco conceptual.**

### **2.1.1. Turismo.**

El turismo permea gran parte de la actividad humana y de la economía mundial y es entendido por los turistólogos como “El fenómeno de salida del ser humano de su lugar habitual de residencia y de retorno al mismo, por motivos revelados u ocultos lo cual presupone hospitalidad encuentro y comunicación con otras personas, así como la utilización de la tecnología, entre otras muchas condiciones lo que genera experiencias variadas e impactos diversos (Panosso, 2012).

Como lo manifiesta el ex-Secretario General de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, Sr. Francesco Frangialli, el turismo comprende “las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (Guerrero & Ramos, 2014).

### **2.1.2. Evolución histórica del turismo.**

El enfoque histórico sobre el turismo, está determinado a partir de la apreciación de un proceso trascendental que involucra todos los bienes tangibles e intangibles; que se manifiestan en los sucesos pasados y costumbres (estructuras, edificaciones y personajes) valorados auténticamente y recordados por la sociedad, sometidos a narrativas o recreaciones interesantes, dignos de memoria, que se relacionan en una misma sociedad y en un determinado lapso de tiempo. Y que, al haberse creado, modificaron las regiones produciendo y determinando la riqueza de su historia como zonas, sitios paleontológicos, arqueológicos e históricos, obras de arte, o costumbres, conocimientos, sucesos, habilidades, etc. Importantes situaciones que fueron dando forma apropiándose y acumulándose en la historia sin hablar de cultura. Al saber de todos estos sucesos o estructuras nos permitirá entender hasta donde hemos llegado y a donde queremos llegar. esto hace que el turismo sea una de las industrias más apoyadas y vinculadas con el contenido y forma de historia, lo que permite el cuidado de este tipo de recursos y con ello su preservación a futuros, además con ello crea productos turísticos atractivos para el visitante (Guerrero & Ramos, 2014).

### **2.1.3. El turismo en la actualidad.**

El turismo es una de las actividades económicas que ha sufrido una mayor expansión en las últimas décadas. El turismo, por sus peculiares características, es un fenómeno variable tanto en número como en intensidad. Esta movilidad viene fundamentalmente motivada por la demanda, que se ve afectada por multitud de factores internos a la misma, como pueden ser: el tiempo libre, la renta disponible, la clase social, la edad del turista; así como por otros factores externos, entre los que podemos citar: las guerras, el terrorismo, la incertidumbre política, la inseguridad ciudadana, el tipo de cambio, la inflación y, por supuesto, el clima (Nieto, Roman, Bonillo, & Nastute, 2016).

La Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OECD) muestra el desarrollo del turismo de los últimos años como parte de la globalización económica, basado primordialmente en los tres siguientes factores:

- El dinamismo de la economía mundial, que ha visto emerger nuevos poderes económicos, unido al hecho de que los países industrializados han seguido mostrando un crecimiento apreciable, lo que ha llevado a un aumento de los ingresos.
- El desarrollo de nuevos medios de transporte, así como su abaratamiento.
- El uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el turismo y su impacto en la creación de cadenas de valor (Nieto et al., 2016).

Asimismo, apunta que la imagen del turismo se ha transformado en al menos tres aspectos:

- Por el lado de la oferta, la competencia entre los destinos se ha agudizado.
- Por el lado de la demanda, han aparecido nuevos clientes internacionales.
- Por el lado de la demanda, la gente realiza más viajes, pero por períodos más cortos (Nieto et al., 2016).

#### **2.1.3.1. El turismo cultural en la actualidad.**

El turismo ha estado muy vinculado al patrimonio y a la cultura de un destino, desde siempre. Este vínculo se hace aún más fuerte desde los años setenta, cuando la UNESCO desarrolló la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural”, que reconocía el

deterioro del patrimonio a nivel del mundo y se planteaba preservarlo de forma activa y favorecer el conocimiento y reconocimiento de este legado para las generaciones futuras (Global Informadores, 2019).

El día de hoy hay más de mil lugares o sitios Patrimonio de la Humanidad, de los que 802 son culturales, 197 naturales y 32 mixtos, localizados en más de 160 países, siendo los primordiales destinos con patrimonio Italia, China y España. hoy el término de recurso cultural es considerablemente más extenso y abarca tanto elementos materiales, como inmateriales, incluyendo, por ejemplo, danzas tradicionales, artesanía, gastronomía local o bien técnicas textiles o agrícolas (Global Informadores, 2019).

Así como se ha ampliado la oferta turística, se han ido identificando y potencializando diferentes nichos, como el turismo patrimonial, el urbano, el rural, el comunitario, el religioso o bien el etnoturismo, entre otros. (Global Informadores, 2019).

#### **2.1.4. Clasificación de turismo**

Existen diversas formas de hacer turismo; debido a esto la tipología del turismo se basa en diferentes elementos para llevar a cabo una clasificación, tomando como principal determinante el motivo del viaje, que debido al propósito de éste se podrán ordenar respectivamente dentro de las modalidades turísticas (Ibañez & Cabrera, 2011).

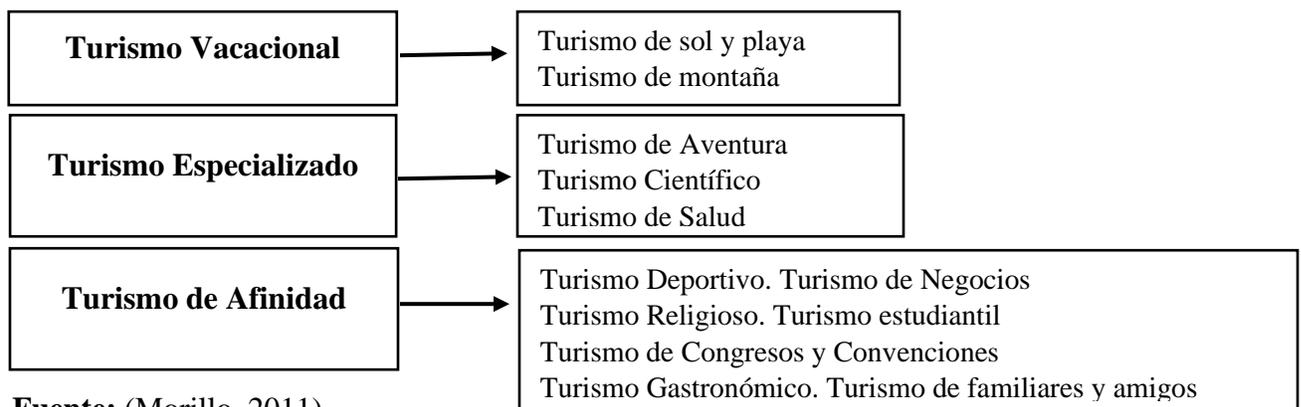
La clasificación del turismo válida para el turismo emisor, receptor e interno, corresponde a diversas formas de segmentar el mercado según las actividades practicadas en los destinos, estilos de vida, motivaciones y necesidades de los visitantes (variables demográficas, psicográfica y socioeconómicas) (Morillo, 2011).

- **Turismo emisor:** El turismo receptor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor o de un viaje turístico interno (OMT, 2020).
- **Turismo interior:** El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales (OMT, 2020).

- **Turismo internacional:** El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (OMT, 2020).
- **Turismo interno:** El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (OMT, 2020).
- **Turismo nacional:** El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2020).
- **Turismo receptor:** El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (OMT, 2020).

#### 2.1.4.1. Clasificación del Turismo según el motivo de viaje

**Figura 1.** Clases de Turismo



**Fuente:** (Morillo, 2011).

Teniendo en cuenta estas tres categorías de los tipos de turismo planteada por este autor y a través de un análisis de los modos de vida, motivaciones de las personas y sobre todo de las variables demográficas, psicológicas y socioeconómicas de los turistas las empresas turísticas buscan satisfacer de múltiples formas las necesidades de los visitantes en sus diferentes

movimientos y de esta manera los operadores turísticos pueden divulgar y brindar orientaciones al mercado objetivo (Suntaxi, 2019).

Por lo tanto, de manera general para el desarrollo de la presente investigación se enfoca en el turismo cultural como una de las actividades que se relacionan con lo tradicional de una localidad por la variedad de manifestaciones que posee y que a su vez pueden ser expuestas para el visitante (Suntaxi, 2019).

### **2.1.5. Turismo cultural.**

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, cultura (UNESCO) puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Organización de las Naciones Unidas, 2012).

La European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) lo define como «el movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales (Moragues, 2006).

El doctor Lluís Bonet, de la Universidad de Barcelona afirma que el turismo cultural «emerge como una consecuencia del propio mercado turístico y su necesidad de diversificación y de la creciente importancia de la nueva clase media urbana, con un alto nivel de estudios, interesados en conocer y experimentar algo especial diferente de la oferta turística masiva, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico (Bonet, 2005).

En la actualidad cuando hablamos de turismo cultural nos estamos refiriendo a algo más específico, a los intereses concretos que determinados turistas tienen al visitar ciertos lugares. Se incluye dentro del turismo alternativo, en el que se ofrecen otras posibilidades al margen del descanso en un lugar más o menos hermoso con un clima atractivo. El turismo cultural está definido por La Organización Mundial del Trabajo como la posibilidad que las personas tienen de adentrarse en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones (Pastor, 2003).

### **2.1.6. Cultura**

El concepto de cultura como modo de vida de un pueblo, una comunidad, una nación o un grupo humano es amplio y abarca muchas cosas. En la clásica definición de E. B. Taylor, la cultura es un todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, leyes, usos, costumbres y otras capacidades adquiridas por el hombre en tanto miembro de una sociedad. Para Ralph Linton, la cultura es el conjunto de ideas, respuestas emocionales condicionadas y pautas de conducta que los miembros de una sociedad adquieren mediante educación o imitación, y que comparten en cierto grado. La cultura se trasmite y se comparte, es la herencia social que reciben los individuos. Desde esta perspectiva, la cultura incluye: el conjunto de ideas, creencias, valores y actitudes; los objetos e instrumentos materiales; las normas, leyes y hábitos; y las pautas de comportamiento de los miembros e instituciones de una comunidad. En suma, comprende la cultura inmaterial, la cultura material y la conducta de individuos y organizaciones (Bericat, 2016).

### **2.1.7. Desarrollo cultural.**

Desarrollo cultural se puede definir como un proceso a través del cual un estado -o cualquier ámbito territorial, incluyendo el municipio, la comunidad y en una escala más reducida, el barrio- incrementa la participación de la población en la vida cultural y promueve la creatividad de todos los ciudadanos. De igual modo define su identidad y diversidad, ajustándose a las condiciones históricas concretas de su contexto y a un proyecto de futuro (Salazar, 2019).

Al pensar el desarrollo desde una concepción cultural, se sugiere tener en cuenta las realidades, valores y aspiraciones de las grandes mayorías de las poblaciones en las que los procesos de desarrollo han de tener lugar, y por tanto proponer un paradigma que se corresponda con estas realidades. Existen elementos de indiscutible importancia que subyacen en el proceso de desarrollo cultural en tanto indicador para el cambio cualitativo a nivel social, que contiene y exige la participación como factor dinamizador para la creación, la conservación, difusión y la percepción de los valores culturales (Salazar, 2019).

### **2.1.8. Desarrollo turístico**

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicio idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. Esta definición, puede dividirse en dos partes: la primera hace referencia a la estructura socio- productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que lo han motivado su desplazamiento. La segunda parte se refiere al impacto económico de la actividad turística, que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo, y empleos (Varisco, 2008).

### **2.1.9. Ventajas y desventajas del turismo cultural.**

El turismo cultural contribuye al desarrollo económico de un destino, así como a la integración social y al acercamiento entre los diferentes pueblos.

#### **Ventajas**

- El turismo cultural no tiene estacionalidad, es decir, se puede desarrollar durante todo el año. Esto promueve que el tanto la actividad laboral que se genera directamente como otras actividades relacionadas con el turismo cultural sean más estable que en otros segmentos (Global Informadores, 2019).
- A su vez, el desarrollo turístico de los recursos históricos y patrimoniales, se debe hacer de una manera planificada, responsable y controlada, para no poner en riesgo el futuro de los mismos, por lo que se hace necesario implementar una administración sustentable del turismo cultural (Global Informadores, 2019).
- Beneficios Numerosos. Inmateriales, como la preservación del patrimonio cultural y artístico, la prosperidad de lugares que no son destinos turísticos tradicionales o el establecimiento de lazos entre distintas culturas. Y materiales, como el impacto en la economía y el empleo. Los gastos que realizan los viajeros culturales revierten muy positivamente, tanto a nivel monetario como en la creación de puestos de trabajo en sectores como el hostelero, el comercial y el cultural (Iberdrola, 2021).

## Desventajas

Es importante reconocer que existen ciertas amenazas que padece el turismo cultural, algunas son:

- **Mercantilización de la cultura.** La oferta cultural no se fundamenta solo en la esencia abstracta de la belleza o bien el talento del autor, sino más bien en su capacidad de producir interés y captar público (Global Informadores, 2019).
- **Banalización de la cultura.** Cuando el turismo masivo lleva a la puesta en escena y teatralización de tradiciones y costumbres locales, solamente para su consumo por los turistas (Global Informadores, 2019).
- **Gentrificación.** Proceso por el que, fruto de una renovación urbana, la población original de una zona o bien distrito estropeado (que ha mejorado), es apartada y sustituida por otra población de mayor nivel adquisitivo, conforme se renueva la zona (Global Informadores, 2019).
- **Sobreoferta cultural.** Un inconveniente que se ve en muchos destinos, es el aumento considerable de su oferta de espacios culturales (que en muchas ocasiones está sobre la demanda). Muchas urbes han construido en los últimos tiempos, grandes circuitos y equipamientos culturales atractivos y en algunos casos costosos, donde la arquitectura ya es de por si acaso un reclamo (Global Informadores, 2019).

Este desarrollo de la oferta de recursos culturales hace que muchos de estos nuevos espacios estén subutilizados y se deban mantener económicamente de las subvenciones públicas. Si se quiere crear nuevas propuestas y espacios culturales es importante ser realmente creativo y también renovador en la propuesta que se hace, así como buscar usos alternativos que produzcan mayores y diversos ingresos atípicos para hacer sustentable a nivel económico el proyecto cultural (Global Informadores, 2019).

- **Falta de coordinación.** En muchos destinos hay una falta de coordinación entre las instituciones públicas relacionadas con la cultura y las relacionadas con el turismo, lo que resta potencial de posicionamiento internacional. Asimismo, hay que promover la cooperación público-privada con el fin de producir sinergias y mayor proyección internacional (Global Informadores, 2019).

- **Pérdida de identidad.** La masificación de determinados sitios históricos, puede hacer que se pierda la atmósfera prácticamente mística que los caracteriza, lo que les resta valor turístico (Global Informadores, 2019).

#### **2.1.10. Atractivos turísticos.**

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Los atractivos turísticos inciden en la decisión de los turistas, por tal motivo se realizan inversiones en cada uno de ellos para ser reconocidos y tener la afluencia de viajeros a cada uno de ellos, ya que es importante para la economía y el desarrollo de una localidad. Los atractivos turísticos incluyen atractivos naturales y culturales (Carvajal & Lemoine, 2017).

#### **2.1.11. Recursos turísticos.**

Se define como los «elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad En una publicación de la OMT (Organización Mundial del Turismo) y con base en Zimmermann (1933) se entiende por recurso turístico a «todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico (Navarro, 2015).

Los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico (Covarrubias, 2015).

### **2.1.12. Patrimonio cultural.**

El concepto de patrimonio cultural ha cambiado sustancialmente en las últimas décadas, debido en gran parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes (Irigary, 2013).

En general se define al patrimonio, como lo que se hereda de los padres y de la naturaleza, y lo que queremos heredar a nuestros hijos y a las generaciones futuras. El término patrimonio viene del latín *patrimonium*, palabra utilizada por los romanos para referirse a la herencia material que los padres legaban a sus hijos. En la lengua española, se entiende por patrimonio, al conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica. Otra acepción plantea que es el conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012).

El patrimonio es parte de la herencia cultural de un pueblo o Estado y constituye los valores que se transmiten a generaciones futuras. Cabe mencionar que existen valores determinantes del patrimonio cultural como son el de autenticidad y el de integridad, en algunos casos el patrimonio constituye un recurso no renovable ya que este no puede volver a su primer estado temporal, por lo que debe ser preservado y adecuadamente manejado por el sector público, privado y comunitario. Patrimonio y tiempo. El patrimonio es un activo valioso que transcurre del pasado al futuro, relacionando a las distintas generaciones. Los objetos actúan como emisarios, haciendo del patrimonio histórico un mensajero de la cultura. La transmisión de valores de generación en generación, es un factor importante, que se traspa a través de la tradición oral, costumbres, ritos, maneras de comportarse, entre otros (MCP, 2012).

#### **2.1.12.1 Patrimonio cultural tangible**

La UNESCO define los bienes culturales tangibles como “inestimables e irremplazables”, pues representan un testimonio y simbología histórico-cultural para los habitantes de una cierta comunidad. Al ser elementos de valor excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano,

arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico, requieren su conservación, rehabilitación y difusión, donde se cuente la historia, se validen sus recuerdos y se afirme y enriquezca las identidades culturales, y el legado común, confiriendo rasgos característicos a cada lugar (Chaparro, 2018).

- **Patrimonio mueble**

Conjunto de objetos que han sido elaborados de manera material o conceptual para un fin específico, como piezas útiles, como obras artísticas o como recursos para el conocimiento; este se caracteriza principalmente porque puede trasladarse de un lugar a otro sin perder su esencia patrimonial, ejemplo, pinturas, esculturas, libros, maquinaria, equipo de laboratorio, objetos domésticos, objetos de trabajo y objetos rituales, entre otros (Lopez, 2019).

- **Patrimonio inmueble**

Hace referencia a los bienes producidos por culturas anteriores, edificaciones y conjuntos arquitectónicos, monumentos, pinturas, esculturas y artes decorativas y toda producción generada por el hombre y la cual no puede trasladarse, según la Universidad Interamericana para el Desarrollo (Lopez, 2019).

#### **2.1.12.2. Patrimonio cultural intangible**

El patrimonio cultural inmaterial o “patrimonio vivo” se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación.

El patrimonio inmaterial proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales (UNESCO, 2019).

Son Patrimonio Cultural Inmaterial (en adelante PCI) las tradiciones y expresiones orales, incluidas las modalidades y particularidades lingüísticas como vehículo del patrimonio cultural inmaterial, así como la toponimia tradicional como instrumento para la concreción de la denominación geográfica de los territorios. En esta modalidad se incluyen el idioma (lenguas y

sus dialectos, jergas, léxicos y toponimias) así como todas aquellas producciones sonoras sujetas a un código que sirvan, entre otras cosas, a la comunicación colectiva: los toques de campana, silbos, etc. También se incluyen en este apartado la literatura popular (literatura de cordel, romances, cuentos, leyendas, relatos míticos, canciones, refranes, proverbios, dichos, jaculatorias, oraciones, dictados tópicos, humor, metáforas, formas conversacionales), la historia oral y los relatos de vida (Castro & Avila, 2015).

Son PCI las artes del espectáculo. Se incluyen en esta tipología las representaciones teatrales y parateatrales, cuando se trata de espectáculos que distinguen y separan a los actores de los espectadores. Coreografías, danzas y paloteos, bailes, etc. También los juegos y deportes tradicionales. Formas tradicionales de recreo, juegos infantiles y de adultos con sus instrumentos, etc. (Castro & Avila, 2015).

Son PCI los usos sociales, rituales y actos festivos y las formas de socialización colectiva y organizaciones. Creencias relacionadas con la naturaleza y el medio (la flora, la fauna, el medio ambiente, la meteorología,) así como las que se asocian a la protección del individuo o la comunidad frente a la naturaleza. Creencias sobre factores o personas que generan males y enfermedades, formas de prevención y profilaxis, procedimientos de diagnóstico, tratamientos de salud y sanación. Rituales del ciclo de la vida: ritos de cortejo, noviazgo, matrimonio, boda, concepción, embarazo, parto, nacimiento, defunción y formas de duelo. Especial relevancia tienen por su complejidad y capacidad aglutinadora de elementos culturales los rituales participativos, tanto los relacionados con el trabajo y sus actividades, como los específicamente festivos, sean de carácter profano, religioso o híbrido (Castro & Avila, 2015).

Son PCI la gastronomía, elaboraciones culinarias y alimentación. Se refiere esta tipología espacialmente a los conocimientos culinarios y dietas, las formas de conservación, condimentación y elaboración de alimentos según el ciclo anual y los platos y su consumo en el ciclo diario. Igualmente engloba las preferencias y tabúes en la nutrición y los espacios, motivos y ritos de comensalismo (Castro & Avila, 2015).

Son PCI las manifestaciones sonoras, música y danza tradicional. En esta tipología se incluyen las composiciones musicales y ejecución instrumental, el canto individual, a dúo o en agrupaciones musicales tradicionales, así como orfeones y coros (Castro & Avila, 2015).

### **2.1.13. Plan de reactivación turística**

La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse (Bernal, 2012).

Indudablemente la planificación turística es una herramienta de desarrollo local, puede contribuir al bienestar de los pueblos, por su constante crecimiento, dinamismo económico y fundamentalmente por la relación entre el visitante y la población local que surge de la actividad. El turismo produce sensibilización de los visitantes y anfitriones sobre los problemas ambientales y dependencia del turismo a la exigencia de los visitantes por entornos intactos, zonas naturales, culturas auténticas y gentes acogedoras (Yumisaca , Mendoza, & Peralta, 2019).

### **2.1.14. Reactivación**

La reactivación es el proceso que implica reanimar, regenerar, dar nuevo impulso a una institución, situación o proyecto, que haya quedado en el olvido o estancado. A través de la reactivación se puede volver hacer funcionar algo que fue de mucha utilidad en el tiempo (Ruiz, 2017).

Para Daltabuit, Vaquez, & Ruiz (2016) la reactivación se implementa una vez que se efectúa una identificación de la situación actual de una empresa, comunidad, región o hecho específico, en la cual se identifican problemas y se determina la existencia de inactividad. Los responsables que llegan a esta conclusión emiten un informe a las autoridades, quienes toman la decisión de reactivar, de tal manera que les permita obtener beneficios económicos y/o sociales.

### **2.1.15. Reactivación turística.**

Se refiere a los esfuerzos organizados, combinados de los organismos nacionales de turismo y/o de los negocios del sector turístico de una zona internacional, nacional o local para lograr el

crecimiento del mismo mediante la maximización de la satisfacción de los turistas. De este modo, las organizaciones de turismo y las empresas esperan recibir los beneficios (Barros, 2018).

Para referirse a la reactivación turística se hace referencia a aquellos destinos turísticos que se encuentran en decadencia o que no poseen una respectiva planificación, que estos deben ser puestos en manos de expertos en el tema, entre ellos los profesionales, la sociedad civil, agentes sociales quienes por medio de la ayuda de autoridades competentes ayuden a la puesta en marcha de las políticas públicas desarrolladas para de esta manera activar a los destinos turísticos que puedan ser difundidos por medio de la promoción turística, teniendo como finalidad mejorar la calidad de vida de los habitantes y la conservación de la cultura de una localidad (Suntaxi, 2019).

La reactivación turística abarca un conjunto de procedimiento o pasos para impulsar el desarrollo turístico de los recursos naturales o culturales que posee una ciudad, región o país y que con el tiempo han sido abandonados, suspendido o simplemente tienen limitada importancia turística, pero sin embargo son recursos turísticos que podrían ser de mucha importancia para reestablecer el turismo dentro de una ciudad (Machado, 2020).

La activación turística patrimonial, como proceso, comienza primero con la puesta en valor del referente patrimonial. Debe contar además con un entorno adecuado para su conservación y contemplación, además del respaldo y voluntad del poder político si la iniciativa surge desde un actor social. En todo proceso de activación turística patrimonial, la preservación, la articulación con otras políticas regionales y nacionales, la participación de la sociedad local y el capital humano serán factores claves en una planificación responsable que contribuya a diversificar la propuesta turística de un territorio concreto y que pueda contribuir a generar alguna incidencia positiva de orden social y económica en la zona (Quintana & Stagno, 2009).

### **2.1.16. Reactivación turística cultural.**

La reactivación turística cultural comprende tres aspectos principales:

- Etapa I o Análisis: implica la elaboración de un diagnóstico de la realidad de la localidad en la cual se realizará la reactivación turística, es decir la definición de las fortalezas,

debilidades, oportunidades y amenazas de la localidad en la cual se realizar la reactivación.

- Etapa II o Elaboración de Estrategias: en base a la información obtenida se plantea estrategias que permitan posicionar los atractivos turísticos de la comunidad ofreciendo a los visitantes una verdadera experiencia turística cultural.
- Etapa III o Métodos de Control: es importante establecer los métodos a través de los cuales se realizará la medición de la efectividad de las estrategias implementadas, a fin de garantizar que el proceso de reactivación turística cultural se desarrolle de manera adecuada.

La reactivación turística cultural contempla la realización de actividades enfocadas a rescatar el patrimonio de una determinada localidad. Implica conocer de manera acertada los elementos propios de una población, así como la revalorización de los rasgos que les permiten conocer su identidad (Suntaxi, 2019).

### **2.1.17. Elementos de la reactivación turística.**

La reactivación turística cultural comprende el rescate de las tradiciones y las raíces propias de una localidad. Pastor (2003) señala que los elementos principales a tomar en cuenta son: la arquitectura, las artesanías, la gastronomía, los lugares más representativos y de mayor tradición, las historias, la tradición oral.

Los factores principales que se consideran para la realización de una reactivación turística cultural son aquellas señas particulares que dan cuenta de la identidad de una comunidad. Son aspectos que diferencian a una localidad de otra ya que entran en juego condiciones como la cosmovisión, así como también su realidad política y social. Los elementos a considerar dentro de la reactivación turística cultural son aquellos que brindan al turista una experiencia diferente. Constituyen los bienes tangibles e intangibles que dan cuenta de la cosmovisión que envuelve a un determinado lugar y configura las formas de vida de su población, la cual es compartida con las personas que llegan desde otros lugares. Se lleva a cabo cuando una comunidad requiere dar a conocer su patrimonio como un ejercicio de confirmación de su identidad y como un mecanismo que les permite mejorar sus condiciones de vida (Suntaxi, 2019).

### **2.1.18. Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias.**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las motivaciones de viaje prevalecen en actividades de ocio, recreación y vacaciones, de forma generalizada, sin embargo en cada destino se reciben turistas con diferentes perfiles y rasgos distintivos en el aspecto sociodemográfico como (procedencia, edad, género), y con gustos, preferencias, motivaciones de viaje, atractivos a visitar, sin olvidar al conjunto de gestores (restaurantes, agencias de viaje, empresas de transporte, etc.) haciendo alusión al gasto promedio de los turistas en el destino

El perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico. Dicha caracterización se basa principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. Estos autores afirman que mediante el previo estudio de ciertas variables se pueden conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, mejorando la oferta de productos especializados a turistas cada vez más exigentes (Andrade, 2016).

El perfil de un turista se puede analizar considerando diversos tipos de segmentación de mercado: la primera basándose en la localización de los turistas, estos poseen características mensurables y accesibles; las características demográficas son necesarias para establecer la edad, el género, el ingreso y la escolaridad; al analizar las características psicodemográficas se pueden obtener dimensiones de personalidad, atributos con pensamientos, sentimientos y conductas de los viajeros, así como estilo de vida y valores y por último al analizar las características comportamentales podremos conocer el comportamiento del viajero con relación a producto turístico (Andrade, 2016).

### **2.1.19 Perfil del turista cultural**

La motivación del turista cultural ha sido analizada en profundidad por la literatura especializada, considerándose como los viajes que se realizan hacia destinos donde es destacable el patrimonio histórico-artístico, donde se celebran festivales musicales o folclóricos, e incluso los viajes religiosos u otros que revistan cierta curiosidad; en definitiva, conocer otras cosas con un atractivo cultural, principalmente (Mondejar, Cordente, Mendejar, & Meseguer, 2009).

El turista de motivación cultural es el que interesa atraer a los destinos turísticos culturales, por su característica de una estacionalidad menos marcada que en los destinos de sol y playa; en los mercados turísticos culturales, la temporada alta se identifica con la primavera y el otoño, media temporada en verano y baja temporada en invierno. Este turista también es interesante para las ciudades históricas por su mayor capacidad de gasto y su menor impacto ambiental. Es un visitante experimentado viajero que exige calidad (Mondejar, et al., 2009).

Los gastos que realizan los viajeros culturales revierten muy positivamente, tanto a nivel monetario como en la creación de puestos de trabajo en sectores como el hostelero, el comercial y el cultural, estos son algunos perfiles de los turistas culturales (Iberdrola, 2021).

- Nivel formativo y cultural alto.
- Desde millenials hasta senior (todos los segmentos de edad).
- Interesados en aspectos locales como gastronomía.
- Se muestran preocupados por el medio ambiente.
- Aprecian las diferencias culturales entre países.
- Viajan de forma frecuente y valoran la calidad y la conformidad.
- Buscan conocer a la población local y su forma de vida (Iberdrola, 2021).

#### **2.1.19.1. Características de las estrategias exitosas de turismo cultural**

- Cuento una historia
- Haga que la experiencia sea participativa
- Centrarse en la calidad
- Haga que la experiencia sea relevante para el turista
- Haga que sea relevante para el turista (Du Cros & Mckercher, 2015).

**Tabla 1.** Características de las estrategias exitosas de turismo cultural

CONSUMIDOR
Agente de viajes
Tour mayorista
Operador turístico receptivo

Acompañante guía turístico
Operador turístico local / otros expertos locales
Centro de información turística / para visitantes
Medios turísticos / incluidas las redes sociales
Medios comerciales
Amigos y familia
Guía turística en el sitio
<b>PRODUCTO</b>

**Fuente:** (Du Cros & Mckercher, 2015).

### **2.1.19.2. Importancia del turismo cultural en la decisión de visitar un destino turístico**

- Turista cultural fortuito
- Turista cultural con propósito
- Turista cultural incidental
- Turista cultural casual
- Turista cultural de visita (Du Cros & Mckercher, 2015).

### **2.1.19.3. Actividades preferidas por tipo de turista cultural**

La probabilidad de que los factores subyacentes se traduzcan en diferentes actividades preferidas y las explican, como se muestra en el cuadro. Turista cultural de propósito se sienten motivados a visitar para conocer el patrimonio cultural de un destino, pero buscan experiencias cualitativamente diferentes por ese motivo (Du Cros & Mckercher, 2015).

El turista cultural intencionado es el mayor consumidor de experiencias museológicas, en general, y de museos de bellas artes, galerías de artes, museos de cerámica y alta cultura en particular, también elige visitar templos y bienes patrimoniales menos conocidos y busca sumergirse en la cultura local al ir a los mercados de alimentos local y tiende a pasar mucho tiempo en cada lugar, aprendiendo sobre sus características (Du Cros & Mckercher, 2015).

El turista cultural de visita por otra parte, está más interesado, en recoger una amplia gama de experiencias que en perseguir a turistas culturales, la cantidad de experiencias consumió más que la experiencia, este turistas es sobre todo propenso a visitar atracciones e iconos y es la

profundidad de cualquiera, también es más propenso a viajar ampliamente por todo el destino, visitar lugares turísticos y absorber las actividades populares reportadas, son los más activos y prefieren visitar lugares turísticos a ir de compras, serán los que tengan más fotos en sus blogs y el paisaje callejero de las redes sociales son sitios de las principales atracciones y experiencias de turismo cultural (Du Cros & Mckercher, 2015).

Los turistas serendípicos prefieren experiencias culturales de bajo compromiso que destacan la diversión, el disfrute y la oportunidad de pasar tiempo con los familiares y amigos, quieren experiencias altamente mercantilizadas como parques temáticos, festivales, galerías y museos, sus preferencias tienden hacia la cultura popular, las grandes artes públicas y la actuación, un impresionante patrimonio edificado físicamente o arquitectónicamente les atrae, mientras que las compras son tan importantes como visitar sitios culturales (Du Cros & Mckercher, 2015).

El turista cultural casual está dispuesto a visitar lugares turísticos y tomar fotos que el turista cultural incidental, también aparece más pero menos intensamente que el turista cultural con propósito. Los turistas culturales casuales visitan atracciones basadas en la conveniencia ubicadas en los nodos turísticos no son fáciles de consumir y no son particularmente desafiantes, emocionalmente o intelectualmente, los museos de Seace y de ciencias son atractivos al igual que las experiencias de los parques temáticos, pero solo si se consideran unas de las atracciones icónicas del destino, la experiencia será superficial (Du Cros & Mckercher, 2015).

El comportamiento de los turistas culturales incidental es el más difícil de describir en términos generales, sus experiencias parecen incluir un elemento de exploración mediante el cual el individuo se encuentran en un lugar, una atracción o una actuación y se sienten cautivado por ellos (Du Cros & Mckercher, 2015).

A continuación, se presentan las características y actividades preferidas por cada tipo de turista:

**Tabla 2.** Actividades preferidas por tipo de turista cultural

<b>Ubicación del autor</b>	<b>Intencionado</b>	<b>De visita</b>	<b>Serendípico</b>	<b>Casual</b>	<b>Incidental</b>
<b>Liu (2013) Taiwan</b>	Cultura viva	Cultura viva Cultura popular	Cultura viva	Herencia alta cultura	Patrimonio artístico
<b>Kantanen y</b>	Museos de arte contemporáneo	Fortalezas	Fortalezas	Museos de opera	Museos de opera

**Tikkanen  
(2006)  
Finland**

<b>Vong (2013b) Macau</b>	Mayor tiempo de visita atracciones patrimoniales visitas turísticas/ locales comida callejera visitó menos lugares de interés sitios explorados	Comida callejera turismo visitó el menor número de sitios		Atracciones patrimoniales Menos tiempo comprando	Patrimonio se visita más largo Atracciones Turismo Comida callejera local
---------------------------	---	---	--	--	---

**Le y Perace (2011) Vietnam**

<b>Croes y Semrad (2013) Aruba</b>	Compras en las playas Algunos lugares culturales o históricos	Poco interés por las atracciones culturales	Paisaje natural Parque nacional Visita edificios históricos	Recorrido por las islas Sitios de patrimonio Gastronomía Mas playas Compras	Visite un sitio cultural Participe en eventos de comida local Visite museos galerías Las playas, las compras y el turismo fueron menos atractivo Eventos
------------------------------------	---	---	---	---	--

**Niemczyk (2013) Poland**

<b>Sintas y Alvarez (2005) España</b>		Dedica muy poco de su tiempo libre a asistir o ir a algún espectáculo	Asistencia a espectáculos populares, pero casi sin asistencia a espectáculos de alto nivel	Demanda insaciable de una variedad de géneros culturales	Asistencia al culto actuaciones en particular conciertos de música clásica ópera
---------------------------------------	--	---	--	--	--

					ligera y danza ballet
<b>Mckercher (2002) Hong Kong</b>	Muy personal	Atracciones basadas en la conveniencia	Templos principales Atracciones culturales	Turismo Coleccionar experiencias Viajan ampliamente	Museos galerías de arte sitios menos conocidos
<b>Mckercher y du Cros (2003) Hong Kong</b>		Parque temático teatro IMAX tiendas de marca	Atracciones coloniales británicas en el centro de la ciudad	Turismo general Viajar ampliamente	Colonial británico Herencia china Prefiero los museos a las compras Lugares apartados Mercados locales

**Fuente:** (Du Cros & Mckercher, 2015).

## 2.1.20. Quevedo

Quevedo, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Quevedo, así como la urbe más grande y poblada de la Provincia de Los Ríos. Se localiza al centro de la región litoral del Ecuador, en una extensa llanura, atravesada por el río Quevedo, a una altitud de 74 msnm y con un clima lluvioso tropical de 28°C en promedio (Alcaldía Quevedo, 2019).

El nombre de Quevedo, se debe al agrimensor Timoteo Quevedo que llegó a medir estas tierras, por petición de su propietaria Catalina Estupiñán. A partir del año 1857, en esta zona se empieza a explotar el caucho, y entonces se formó una pequeña población en «Las tierras de Quevedo» (Alcaldía Quevedo, 2019).

### 2.1.20.1. Reseña histórica de Quevedo

En 1838 las tierras de Quevedo eran despobladas y sin uso, y el poblado más cercano era Zapotal; es por eso, que cuando Don José Camilo Calixto quiso hacerse con estas tierras, pidió autorización a Zapotal. Después, Calixto vende gran parte de los terrenos a Catalina Estupiñán y juntos pidieron al agrimensor Timoteo Quevedo, que haga un levantamiento topográfico y

parcelación. El 22 de septiembre de 1852 en Guayaquil, se eleva a Quevedo a la categoría de parroquia rural del cantón Pujilí

En 1885 Quevedo pasó a pertenecer al cantón Latacunga. El 6 de octubre de 1860, García Moreno creó la provincia de Los Ríos y Quevedo pasó a pertenecer al cantón Vinces. En 1861 Quevedo pasó nuevamente a ser parte del cantón Pujilí. Pero, el 24 de febrero de 1869, definitivamente se anexa al cantón Vinces. El 7 de octubre de 1943, se creó el Cantón Quevedo. En 1948, se inició el auge del banano, con esto se incrementó el desarrollo de la ciudad, que crecía cada vez más (Alcaldía Quevedo, 2019).

#### **2.1.20.2. Turismo de Quevedo.**

Quevedo, cantón de Los Ríos, es una de las localidades con la economía más dinámica en toda la provincia. Esta urbe, conocida como “La Ciudad del Río” posee encantos naturales que cautivan a propios y extraños. Quevedo es una ciudad donde las oportunidades de hacer negocios se combinan con la agricultura y la naturaleza. Según la historia esta urbe toma su nombre el año de 1838, cuando el agrimensor Timoteo Quevedo ingresó en las abruptas y vírgenes montañas a realizar las mediciones y planos por orden de don José Calixto, dueño de las tierras. En este cantón fluminense también se encuentra una de las colonias chinas más grandes del país. Los chinos arribaron a Ecuador en la época de los 60’s, en primera instancia a la ciudad de Guayaquil, pero luego se fueron esparciendo por todo el territorio ecuatoriano. Una gran parte decidió radicarse en Quevedo ya que lo consideraban de clima agradable y tierra fértil. La ciudad también es un potencial agrícola, posee al menos 25 mil hectáreas de banano y otros cultivos como palma africana, arroz, maíz, cacao, café y gran variedad de frutas. Todas estas plantaciones crean un hermoso paisaje lleno de verdor que se observa desde los cuatro puntos cardinales.

Otras de las opciones que posee este lugar es el Museo Arqueológico Municipal, que presenta una muestra física de las artesanías de los antepasados. Son más de 470 piezas arqueológicas pertenecientes a las culturas del período preincaico las que se exhiben en este lugar (Ministerio de Turismo, 2018).

## **2.2. Marco referencial.**

En el año 2019 la autora Wendy Karina Suintaxi Suintaxi realizó el proyecto de investigación titulado “Plan de reactivación turística cultural para la Ciudad de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha”, sus objetivos fueron: Fundamentar un marco teórico que sustente la investigación y permita el análisis de teorías adecuadas para la formulación de la propuesta; Diagnosticar la problemática real y las características turísticas con las que cuentan los visitantes de la ciudad de Sangolquí, aplicando metodología cualitativa y cuantitativa; Interpretar los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, para el desarrollo de un plan de reactivación turístico patrimonial para la ciudad de Sangolquí; Desarrollar un plan de reactivación turística para el incentivo del turismo cultural y patrimonio de la ciudad de Sangolquí. La investigación se enfoca en contribuir en el desarrollo de turismo cultural de la ciudad de Sangolquí, a través de la implementación de un plan de reactivación turística, basado en el patrimonio cultural del cantón (Suintaxi, 2019).

En cuanto a la metodología la autora detalló que tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, el tipo de investigación que usó en el proyecto es: bibliográfico documental para desarrollar la tesis, en el estudio de campo aplicó las encuestas para recabar la información a través de un cuestionario dirigido a un segmento de la población, los métodos de investigación de campo que planteó para la ejecución del proyecto donde el método cualitativo lo utilizó para la recopilación de información con relación a los procesos históricos de la ciudad de Sangolquí mientras que el método cuantitativo le ayudó a evaluar y justificar la realidad existente en la ciudad de Sangolquí, por medio de la recopilación de información. Las estrategias del plan de reactivación turística se enfocaron en mejorar la atención del centro de información, la identificación de sitios turísticos a través de la elaboración de un inventario, la difusión de la gastronomía del lugar, la elaboración de un plan de seguridad y el marketing turístico (Suintaxi, 2019).

En el año 2018 el autor Manuel Alejandro Barros Valencia realizó el proyecto de investigación titulado “Turismo cultural como reactivación turística del Cantón Pueblo Viejo Provincia de Los Ríos”, sus objetivos fueron: Diagnosticar la situación del turismo dentro del cantón Pueblo Viejo; Determinar el potencial turístico del patrimonio cultural del área de estudio; Diseñar Valorar el turismo cultural como reactivación turística del Cantón Pueblo Viejo; Establecer la propuesta de

solución para la problemática planteada este proyecto de investigación se enfocada en la Valoración del turismo como reactivación turística del Cantón Pueblo Viejo que no solo aportará a la comunidad local , sino también permitirá ingresos extras mediante el flujo de turistas promoviendo a mejorar la calidad de vida y rescatar las costumbres y tradiciones del sitio de investigación, el proyecto de investigación tuvo como propósito valorar la cultura, y que por medio de la misma se genere afluencia de turistas reactivando el turismo, adaptando los bienes culturales, desde las costumbres y tradiciones, personajes históricos, bienes patrimoniales y la vasta historia que posee la localidad aporte al desarrollo turístico del cantón (Barros, 2018).

Barros como último punto planteó una propuesta a través de la aplicación de los resultados en donde planteó un tema en cual fue “Diseño de un plan de Marketing Turístico para promover el turismo Cultural dentro del Cantón Pueblo Viejo provincia de Los Ríos”, en donde buscó el aprovechamiento de los recursos culturales que posee el cantón como método de implementación haciendo énfasis en las festividades culturales y lugares en donde disfrutar de actividades relacionadas a lo cultural, lo cual este tema dio a conocer y a la vez concientizar sobre lo desfavorable que puede ser la falta de información y el desaprovechamiento de los recursos culturales que posee el sector, al ser atractivos culturales basados en la historia y el arraigo de un pueblo son de gran importancia para el desarrollo de un pueblo y de un país (Barros, 2018).

En el año 2014 la autora Karla Elizabeth Cifuentes Valencia realizó el proyecto de investigación con el tema a tratar “Plan de desarrollo de turismo cultural para la parroquia de San Antonio de Ibarra de la Provincia de Imbabura” sus objetivos fueron: Fundamentar teóricamente las estrategias y procesos para realizar un Plan de Desarrollo de Turismo Cultural; Diagnosticar la situación actual de la actividad del turismo cultural de la parroquia de San Antonio de Ibarra; Definir los componentes del Plan de Desarrollo de Turismo Cultural para la parroquia de San Antonio de Ibarra; Validar la propuesta mediante criterios de expertos, este proyecto de investigación tuvo como finalidad potenciar al turismo, ya que la mayor parte de la población depende del ingreso de turistas, además de potenciar la cultura y tradiciones que tiene la parroquia (Cifuentes, 2014).

La metodología que empleó Cifuentes fue cuantitativa y cualitativa, en donde la cuantitativa la utilizó para determinar la cantidad exacta de encuestas y entrevistas que le aplicó a la población

y la cualitativa la aplicó como muestra para la investigación partiendo de datos reales, el autor utilizó la investigación descriptiva, correlacional, explicativa y bibliográfica; en los métodos de investigación utilizó el método histórico- lógico, el inductivo-deductivo y analítico sintético, como resultados obtuvo la propuesta del diseño del plan de desarrollo de turismo cultural, en donde redactó la información de los atractivos naturales y culturales de la localidad (Cifuentes, 2014).

## **2.3. Marco legal**

### **2.3.1 UNESCO**

- **Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural**

#### **Definiciones del patrimonio cultural y natural**

##### **Artículo 1**

**A los efectos de la presente Convención se considerará "patrimonio cultural":**

- Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, 1972).

## **II. Protección nacional y protección internacional del patrimonio cultural y natural**

**Artículo 4.-** Cada uno de los Estados Partes en la presente Convención reconoce que la obligación de identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural y natural situado en su territorio, le incumbe primordialmente. Procurará actuar con ese objeto por su propio esfuerzo y hasta el máximo de los recursos de que disponga, y llegado el caso, mediante la asistencia y la cooperación internacionales de que se pueda beneficiar, sobre todo en los aspectos financiero, artístico, científico y técnico (UNESCO, 1972).

### **2.3.2. Constitución de la República del Ecuador 2008**

**Art. 4.-** El territorio del Ecuador constituye una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales. Este territorio comprende el espacio continental y marítimo, las islas adyacentes, el mar territorial, el Archipiélago de Galápagos, el suelo, la plataforma submarina, el subsuelo y el espacio supra yacente continental, insular y marítimo. Sus límites son los determinados por los tratados vigentes. El territorio del Ecuador es inalienable, irreductible e inviolable. Nadie atentará contra la unidad territorial ni fomentará la secesión

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

**Art. 59.-** Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

### 2.3.3. Ley Orgánica de la Cultura 2016.

#### TÍTULO II.- de los derechos, deberes y políticas culturales

##### Capítulo 1.- De los derechos culturales

**Art. 5.-** Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:

**a) Identidad cultural.** Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural y estética, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalia por elegir, identificarse, expresar o renunciar a una o varias comunidades culturales.

**b) Protección de los saberes ancestrales y diálogo intercultural.** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, al reconocimiento de sus cosmovisiones como formas de percepción del mundo y las ideas; así como, a la salvaguarda de su patrimonio material e inmaterial y a la diversidad de formas de organización social y modos de vida vinculados a sus territorios.

**c) Uso y valoración de los idiomas ancestrales y lenguas de relación intercultural.** El Estado promoverá el uso de los idiomas ancestrales y las lenguas de relación intercultural, en la producción, distribución y acceso a los bienes y servicios; y, fomentará los espacios de reconocimiento y diálogo intercultural.

**d) Memoria social.** Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y difundir su memoria social, así como acceder a los contenidos que sobre ella estén depositados en las entidades públicas o privadas.

**e) Libertad de creación.** Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones artísticas y culturales tienen derecho a gozar de independencia y autonomía para ejercer los derechos culturales, crear, poner en circulación sus creaciones artísticas y manifestaciones culturales.

**f) Acceso a los bienes y servicios culturales y patrimoniales.** Todas las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones tienen derecho a

acceder a los bienes y servicios culturales, materiales o inmateriales, y a la información que las entidades públicas y privadas tengan de ellas, sin más limitación que las establecidas en la Constitución y la Ley.

**g) Formación en artes, cultura y patrimonio.** Todas las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones tienen derecho a la formación artística, cultural y patrimonial en el marco de un proceso educativo integral.

**h) Uso, acceso y disfrute del espacio público.** Todas las personas tienen derecho de participar y acceder a bienes y servicios culturales diversos en el espacio público.

**j) Derechos culturales de las personas extranjeras.** En el territorio ecuatoriano se garantiza a las personas extranjeras los mismos derechos y deberes que los ciudadanos ecuatorianos para la creación, acceso y disfrute de bienes y servicios culturales y patrimoniales. Se reconocen todas las manifestaciones culturales, siempre que sean compatibles con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y las disposiciones constitucionales.

**k) Derechos culturales de las personas en situación de movilidad.** Se reconoce el derecho de las personas en situación de movilidad a promover la difusión de bienes y servicios culturales por ellas generados, para mantener vínculos con sus comunidades, pueblos y nacionalidades.

**l) Derecho a disponer de servicios culturales públicos.** Las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho al uso y disfrute de servicios públicos culturales eficientes y de calidad

**Art. 7.-** De los deberes y responsabilidades culturales. Todas las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen los siguientes deberes y responsabilidades culturales:

**a)** Participar en la protección del patrimonio cultural y la memoria social y, en la construcción de una cultura solidaria y creativa, libre de violencia;

**c)** Poner en conocimiento de la autoridad competente, para fines de registro e inventario, la posesión, tenencia o hallazgo de bienes del patrimonio cultural nacional; **d)** Mantener, conservar y preservar los bienes culturales y patrimoniales que se encuentren en su posesión, custodia o tenencia y facilitar su acceso o exhibición de acuerdo con la Ley

**Art. 8.-** De la Política Cultural. Las entidades, organismos e instituciones del Sistema Nacional de Cultura ejecutarán políticas que promuevan la creación, la actividad artística y cultural, las expresiones de la cultura popular, la formación, la investigación, el fomento y el fortalecimiento de las expresiones culturales; el reconocimiento, mantenimiento, conservación y difusión del patrimonio cultural y la memoria social y la producción y desarrollo de industrias culturales y creativas (Ley Orgánica de la Cultura, 2016).

### **2.3.4 Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo**

#### **Ordenanza Municipal**

#### **CAPITULO II**

**Art5 Clasificación general para efectos de aplicación de la presente Ordenanza se entenderá por:**

El patrimonio cultural está formado por:

- a) **Bienes inmuebles:** Obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro por su génesis estructural o por su relación con el terreno

En esta categoría se clasifican: los pueblos y ciudades, plazas, puentes, túneles, vías, caminos y las arquitecturas: civil ( edificaciones, estatales, palacios presidenciales, ministerios, gobernaciones, prefecturas, palacios municipales, estaciones de ferrocarril, aduanas entre otros); religiosa ( adoratorios, basílicas, catedrales, iglesias, capillas, conventos, monasterios, recoletas, santuarios, entre otros); militar ( cuarteles, fortalezas, fortines, polvorines, murallas, pucarás, atarazanas, entre otros); monumental, moderna, vernácula y prehispánica; los cementerios, haciendas, molinos que provienen de diversos momentos de la historia, desde la época colonial hasta nuestros días y que desde sus características estéticas, tecnológicas, constructivas, de autenticidad, pueden ser únicos y de mucho valor.

- b) **Bienes muebles:** Se conocen como bienes patrimoniales muebles a todos los bienes móviles de producción social, que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza que tienen un valor arqueológico (objetos), histórico, artístico, científico o técnico. Incluye todos los bienes culturales que puedan trasladarse de un lugar a otro. Son la evidencia material de un proceso de evolución de los pueblos

y su entorno y la expresión artística, social, económica y cultural de un periodo histórico y un ámbito geográfico determinado. Se clasifican en:

- Objetos y bienes culturales producidos por las artistas antiguos, reconocidos o anónimos y de contemporáneos laureados
- Religiosos y ceremoniales
- Artesanales y tecnológicos e industriales

Si bien su tipificación como bien patrimonial no es la misma que para los anteriores, a efectos de su intervención se comprenden en esta clasificación de los siguientes:

- Objetos arqueológicos y etnográficos
- Documentos y objetos de significación histórica y cultural
- Impresos, manuscritos y mapas antiguos e incunables, ediciones raras, y libros e impresos actuales de significación cultural
- Partituras, archivos sonoros y discos especiales
- Numismáticos y filatélicos
- Gráficos, fotográficos, cinematográficos y multimedia

**c) Bienes arqueológicos:** Comprende los vestigios (lugares u objetos), dejados por antiguas civilizaciones que ocuparon el actual Cantón, antes de la llegada de los europeos. Pueden encontrarse aislados o agrupados y corresponder a un asentamiento simple o complejo. Estas evidencias dan cuenta de la vida de los grupos de sus estructuras habitacionales, centros ceremoniales y administrativos. Los bienes arqueológicos pueden encontrarse en la superficie, enterrados o bajo las aguas.

**d) Bienes documentales:** Tienen el objeto de registrar, transmitir y conservar información de las actividades realizadas por las personas o instituciones públicas o privadas, en un lugar y fechas determinadas. Constituidos por libros, documentos de archivo, manuscritos y otros documentos que contienen información de valía histórica, o que por su calidad de materia constitutiva única (pergamino, cuero, papel de trapo, de algodón, entre otros) o por su tecnología de fabricación (artesanal, manual), tienen calidad

histórica y que por sus particulares características son considerados de valor patrimonial (Gobierno Municipal de Quevedo, 2020).

También son considerados como tal el conjunto de documentos de épocas anteriores conservados o reunidos en el ejercicio de su función por cualquier organismo o entidad de carácter, público, privado y religioso, particular, que formen parte de la memoria de la nación.

**Patrimonio intangible.** - Son todos los valores, conocimientos, sabidurías, tecnológicas, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, en general todas las manifestaciones que tienen las personas, colectividades, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblo afro ecuatoriano y pueblo montubio, que conforman el mosaico cultural del Estado intercultural y plurinacional. El patrimonio cultural intangible es objeto de salvaguardia del Estado. A los efectos del presente instrumento, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y/o con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. El patrimonio intangible o inmaterial se puede manifestar en los siguientes ámbitos (Gobierno Municipal de Quevedo, 2020).

- Tradiciones, expresiones orales y lenguas nativas: es el conjunto de conocimientos y saberes expresados en mitos, leyendas, cuentos, plegarias, expresiones literarias, así como narraciones de la memoria local y otras que tengan un valor simbólico para la comunidad y que se transmiten oralmente de generación en generación.
- Artes del espectáculo: es la categoría referente a las representaciones de la danza, la música, el teatro, los juegos y otras expresiones vinculadas a espacios rituales o cotidianos, públicos y privados que tengan un valor simbólico para la comunidad y que se transmiten de generación en generación
- Usos sociales, rituales y actos festivos: considerados como el conjunto de prácticas, manifestaciones y representaciones culturales desarrolladas en un contexto espacial y temporal, como celebraciones religiosas y profanas. Son ritualidades asociadas al ciclo vital de grupos e individuos que se transmiten de generación en generación con la finalidad de propiciar la cohesión social de los grupos.

- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo: es el conjunto de conocimientos, técnicas y prácticas que las comunidades desarrollan y mantienen en interacción con su entorno natural y que se vinculan a su sistema de creencias referentes a la gastronomía, medicina tradicional, espacios simbólicos, técnicas productivas y sabiduría, ecológica, entre otros. Se transmiten de generación en generación y tienen un valor simbólico para la comunidad.
- Técnicas artesanales tradicionales: se refiere a las técnicas artesanales y constructivas tradicionales y a su dinamismo. Son un conjunto de actividades de carácter esencialmente manual que incluyen los instrumentos para su elaboración. Los conocimientos y el saber hacer se transmiten de generación en generación y tienen un valor simbólico para la comunidad (Gobierno Municipal de Quevedo, 2020).

**Preservación cultural.** – Conjunto de actuaciones de conservación, a largo plazo, motivadas por conocimientos prospectivos del patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón, sobre el objeto considerado y sobre las condiciones de su contexto ambiental, con el fin de prevenir y precautelar su deterioro de posibles riesgos.

**Mantenimiento cultural.** - Conjunto de acciones recurrentes en los programas de intervención, encaminadas a mantener el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón e las condiciones óptimas de integridad y funcionalidad, especialmente después de que hayan sufrido intervenciones excepcionales de conservación y/o restauración

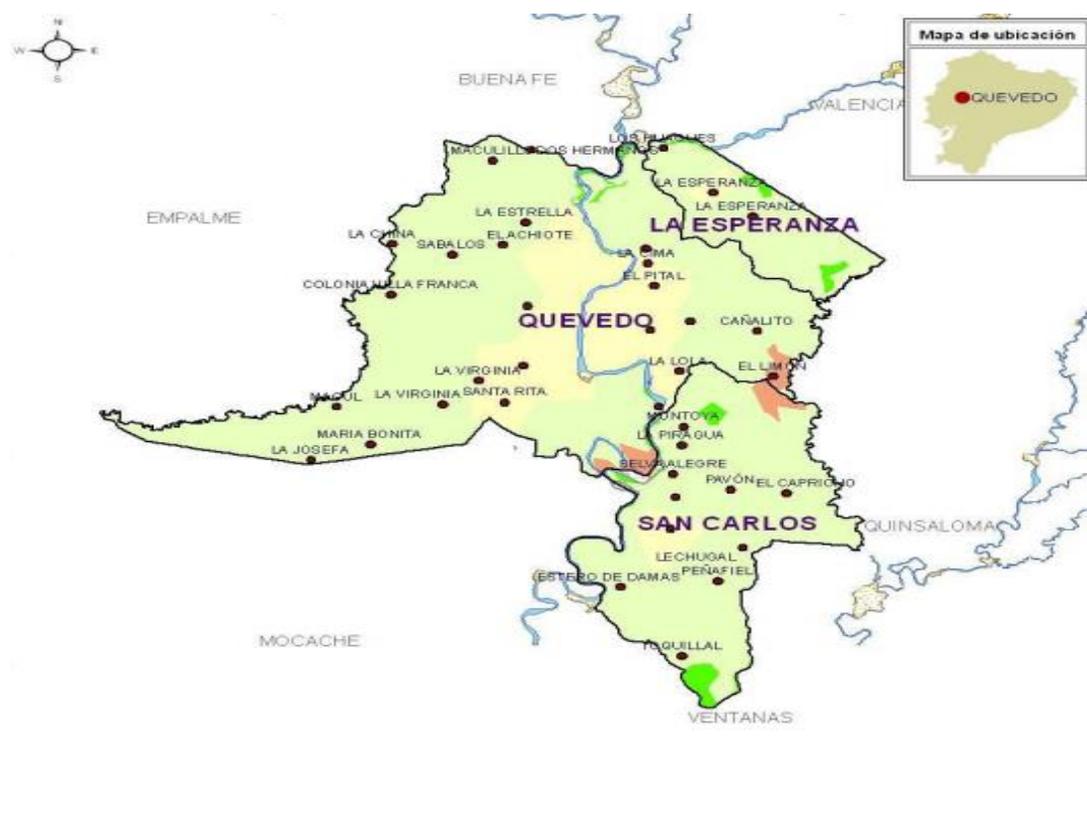
**Difusión cultural.** - Es transmitir todos los conocimientos inherentes a la preservación y mantenimiento de los bienes patrimoniales, a través de los sistemas de información y comunicación, sensibilización y educación (Gobierno Municipal de Quevedo, 2020).

**CAPITULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### 3.1. Localización

Quevedo está ubicado en la costa ecuatoriana, en la provincia de Los Ríos, es considerada como la novena ciudad más importante del Ecuador. Esta ciudad es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia, constituyéndose como uno de los puertos fluviales más importantes del país.

**Figura 2.** Ubicación geográfica del cantón Quevedo



**Fuente:** (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Quevedo, 2014).

#### 3.1.1. Ubicación geográfica.

**Latitud:** -1.024411

**Longitud:** -79.466092

**Altitud:** 74 m s. n. m.

**Clima:** 28° C

### **3.1.2. Características climáticas**

**Precipitación promedio:** 2162 mm

**Temperatura media anual:** 22 °C – 31 °C

**Humedad relativa:** 72%

## **3.2. Tipo de investigación**

### **3.2.1. Investigación bibliográfica**

Según Gómez, Navas, Aponte, Mayor, & Betancourt (2014) la búsqueda bibliográfica debe hacerse desde una perspectiva estructurada y profesional, por tanto, se hace necesario delimitar la búsqueda y saber cuándo parar, aunque exista un sin número de preguntas por responder antes de abordar el tema principal del proyecto.

Se utilizó este tipo de investigación para comparar y profundizar los enfoques teóricos para la realización de la introducción, marco teórico, marco referencial y marco legal, recolectando información mediante libros, revistas científicas, artículos periódicos informes páginas web relacionadas con el tema de investigación que se está realizando.

### **3.2.2. Investigación de campo**

Según el autor Arias (2012) define: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

Mediante este tipo de investigación se logró observar el problema que se encuentra presente en la localidad, al fin de determinar el poco conocimiento e importancia de la cultura, la limitada promoción de turismo cultural, recogiendo información en el mismo lugar que se producen los hechos a través de entrevistas y encuestas.

### **3.2.3. Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para comprender la vida social por medio de significados y desde una perspectiva holística, pues se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno (Mejia, 2004).

Se utilizó este tipo de investigación para realizar el marco teórico, marco referencial y marco legal, también sirvió para desarrollar el diagnóstico de los atractivos culturales tangibles e intangibles que posee el cantón.

### **3.2.4. Investigación cuantitativa**

Una investigación cuantitativa, es aquella que emplea magnitudes numéricas para expresar su trabajo, mediante técnicas experimentales o estadísticas, cuyos resultados son representables luego matemáticamente (Raffino, 2020).

Se utilizó la investigación cuantitativa para realizar la muestra y obtener el número de personas encuestadas, además sirvió para efectuar los resultados de las encuestas y poder plantear conclusiones.

## **3.3. Métodos de investigación**

### **3.3.1. Método analítico**

Según la autora Hernández (2017) el método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Con este método se logró analizar toda la información recopilada y a través de esto se realizó la encuesta online para saber las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo.

### **3.3.2. Método Inductivo**

Bernal (2010) explica que el método inductivo es un método basado en el razonamiento, el cual permite pasar de hechos particulares a los principios generales fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría

En este método se logró hacer un análisis de la problemática y así se permitió conocer las falencias existentes en el turismo cultural del cantón por medio de una previa investigación realizada, de este modo se formuló un modelo de encuesta que permitió cerciorarse y examinar la problemática además de estudiar las preferencias del turismo cultural de la población.

### **3.3.3. Método Deductivo**

Es importante destacar que este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría (Bernal, 2010).

Este método se utilizó para analizar el problema existente y las posibles soluciones que se pueda generar en la localidad, también se utilizó para realizar la problemática, introducción, la sistematización de la problemática y las conclusiones y establecer posibles soluciones existentes en el cantón.

### **3.3.4. Método Descriptivo**

Según el autor Abreu (2014) el método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia.

En este método se encontró las razones y causas del problema, se describió porque se da la problemática en la localidad, en base a ello se pudo realizar los criterios más amplios sobre la elaboración de un plan de reactivación de turismo cultural para el desarrollo turístico y económico de la localidad.

### **3.3.5. Método sintético**

El Método Sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras, debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades (Jalal, Ramos, Ajeue, Lorenty, & Dieguez, 2015).

Este método fue utilizado para realizar el tercer objetivo planteado en este proyecto de investigación el cual constituye la elaboración de un plan de reactivación de turismo cultural del cantón Quevedo.

## **3.4. Fuentes de recopilación de información**

### **3.4.1. Trabajo de campo**

Se realizó visitas a los atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón ya que sirvieron para recolectar información de su situación actual, se realizó encuestas para determinar las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes de Quevedo, lo que sirvió para elaborar el plan de reactivación turístico de la ciudad.

### **3.4.2 Fotografía**

Permitió capturar o tomar imágenes de la visita a los atractivos culturales tangibles del cantón y así servir de evidencia para la información obtenida.

### **3.4.3. Fuentes primarias**

Se aplicó una encuesta dirigida a la población para conocer sus preferencias hacia el turismo cultural, además se entrevistó a los encargados de los atractivos culturales del cantón y a los miembros del GAD Municipal.

### **3.4.4. Fuentes secundarias**

En esta investigación se recabó información de libros, revistas científicas, artículos, tesis, información proporcionada por el GAD municipal y periódicos dando paso al desarrollo del proyecto de investigación.

## **3.5. Instrumentos y técnicas de investigación.**

### **3.5.1. Observación directa.**

Mediante las salidas de campo a los atractivos culturales tangibles e intangibles que se realizó en el cantón se observó que estos atractivos se encuentran desvalorizado debido al poco conocimiento y poca difusión e importancia que tiene la población.

### **3.5.2. Encuestas.**

Las encuestas permitieron recolectar información para la realización de los resultados del objetivo 2 y determinar las preferencias hacia el turismo cultural que tienen los habitantes del cantón.

### **3.5.3. Entrevistas.**

Se realizaron entrevistas a los encargados de los atractivos culturales tales como el Museo Municipal de Quevedo y el Museo Héroe del Cenepa, a su vez se realizó la debida entrevista a uno de los miembros del GAD municipal quienes son los encargados del catastro de los atractivos del cantón.

### 3.6. Diseño de la investigación

#### 3.6.1. Población

Quevedo según el INEC 2010, una población aproximada de 173.575 habitantes, una tasa de crecimiento poblacional anual de 2,41%. Con una Población Económicamente Activa –PEA muy interesante, en el año 2001 comprende el valor de 48390, en el 2002 el valor de 49697 y así se ha incrementado significativamente al 2010 con el valor de 68367 (INEC, 2010).

#### 3.6.2. Muestra

Se realizó el cálculo de la muestra de acuerdo a la fórmula de Canavos, cuyo total es de 68367 habitantes se usó como universo, en el resultado se obtuvo un total de 382 encuestas. A continuación, se presenta la respectiva fórmula:

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

**Tabla 3.** Significado de cada termino según la fórmula de Canavos

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
<b>o</b>	Desviación estándar de la población	<b>0,5</b>
<b>N</b>	Tamaño de la población económicamente activa del cantón Quevedo	<b>68.367</b>
<b>Z</b>	Valor obtenido de la distribución normal para un nivel de confianza del 95 %	<b>1.96</b>
<b>e</b>	Limite aceptable del error muestral	<b>0,05</b>
<b>n esperado</b>	Tamaño de la muestra	<b>382</b>

$$n = \frac{68\ 367 (0,5)^2(1,96)^2}{(68\ 367 - 1)0,05^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{68\ 367 (0,25)(3,8416)}{68\ 366 (0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{65659,6668}{171,8754}$$

$$n = 382 \text{ encuestas}$$

Se aplicó la formula canavos teniendo en cuenta la población económicamente activa del cantón Quevedo lo que permitió identificar una muestra de 382 encuestas las mismas que servirán para la realización de este proyecto de investigación

### **3.7. Recursos humanos y materiales**

#### **3.7.1. Materiales**

##### **3.7.1.1. Materiales de oficina**

- Hojas de papel bond.
- Tintas, cartuchos.
- Cd
- Carpeta
- Libreta de campo.

##### **3.7.1.2. Equipos**

- Computadora portátil (laptop).
- Impresora.
- Dispositivo USB.
- Cámara digital

##### **3.7.1.3. Software**

- Microsoft Word 2016.
- Microsoft Excel 2016
- Microsoft Publisher 2016.
- SPSS

#### **3.7.2. Recursos humanos**

- **Tutora:** Ing.Karen Lisbeth Betancourt Ludeña.

- **Investigadora:** Lisbeth Solange Tomalá Macías.
- **Coordinadora de carrera:** Ana Noemí Moreno Vera.
- Personal de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Quevedo.
- Habitantes del cantón Quevedo.

**CAPITULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### 4.1. Atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón.

Para el diagnóstico de los atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón, se obtuvo información de las visitas realizadas a los atractivos y los datos proporcionados por el GAD Municipal del cantón Quevedo y que se presenta a continuación:

**Tabla 4.** Atractivos culturales tangibles

Nombre del atractivo	Tipo	Categoría	Año de creación	Estado actual	Principales características	Potencial turístico
<b>Museo Arqueológico Quevedo</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2000	Bueno	Está dedicado especialmente a la cultura Milagro-Quevedo que se desarrolló entre el año 500 d.C al 1.500 D.C.	Recorrido por el museo guiado por el encargado del lugar.
<b>Museo Héroes del Cenepa</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2006	Bueno	Tiene un área destinada a albergar un archivo fotográfico del conflicto ECUADOR – PERÚ – La Guerra Del Cenepa, en la entrada existen 3 monumentos que reflejan esta historia.	No ofrece actividades turísticas, sin embargo se puede ingresar al lugar con previa solicitud al encargado del lugar.
<b>Monumento Héroes del Cenepa</b>	Atractivo Cultural Tangible	Manifestación cultural	2008	Bueno	Homenaje de recordación de los Héroes de la batalla del alto Cenepa.	Se realizan anualmente eventos cívicos de la Batalla del Cenepa (año)
<b>Monumento al Bocachico</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2012	Bueno	El bocachico es un pez considerado endémico por la contaminación	Se realizan bailoterapias, indor, básquet, juegos infantiles etc.

					del río Quevedo, es considerado el alimento predilecto de los quevedeños	
<b>Monumento a la Dra. June Guzmán</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2002	Bueno	Distinguida matrona de Quevedo a cuya gestión se le debe la construcción del Hospital Sagrado Corazón de Jesús.	Se realizan de manera anual (fiestas de Quevedo) actos cívicos.
<b>Monumento Eloy Alfaro</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2006	Bueno	Se le reconoce su gestión laboral durante su Gobierno	Junto al monumento se encuentran los parqueaderos, área de recreación, locales de venta de productos alimenticios.
<b>Monumento José María Velasco Ibarra</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2006	Bueno	Se le reconoce por la construcción del puente que hoy en día lleva su nombre	Junto al monumento se encuentran los parqueaderos, área de recreación, locales de venta de productos alimenticios.
<b>Monumento León Febres Cordero</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2006	Bueno	En gratitud porque en su presidencia Quevedo se benefició grandemente con la construcción de importantes obras.	Junto al monumento se encuentran los parqueaderos, área de recreación, locales de venta de productos alimenticios.

<b>Monumento Juan Montalvo</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2003	Bueno	Se creó en memoria de representación Al ilustre escritor ensayista y maestro ecuatoriano Juan Montalvo	No ofrece actividades turísticas
<b>Casa de Hacienda</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1890	Malo	Utiliza materiales tradicionales de madera y su estado de conservación es malo	No ofrece actividades turísticas.
<b>Iglesia San José</b>	Atractivo cultural tangible	Iglesia	1885	Bueno	Casa de adoración que tiene más de 50 años ofreciendo servicios religiosos	Celebración de fiestas religiosas y patronales que atraen a turistas nacionales
<b>Iglesia San Cristóbal</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1967	Bueno	Utilizada para dar misas, bautizos, confirmas	Celebración de fiestas religiosas y patronales que atraen a turistas nacionales
<b>Iglesia Santísima Trinidad</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2000	Bueno	Realizan ceremonias religiosas	Celebración de fiestas religiosas y patronales que atraen a turistas nacionales
<b>Local de artesanías de Bejucos</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1958	Bueno	Elaboran su propia artesanía utilizando los medios que le brinda la naturaleza como el bejuco.	Ventas de artesanías a los ciudadanos y turistas
<b>Parque Central</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1950-1960	Bueno	fue creado con el fin de dar esparcimiento familiar y poder disfrutar al aire libre y representa el	Se realizan actividades de esparcimiento familiar.

						corazón de los quevedeños	
<b>Parque el Avión</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1995	Bueno	Homenaje a los soldados del ejército ecuatoriano radicados en Quevedo	Se ofrecen actividades de esparcimiento, canchas deportivas.	
<b>Puente Velasco Ibarra</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	1955	Regular	Puente sobre el río en sus inicios construido en balsa, en la actualidad denominado José María Velasco Ibarra en homenaje a su gestor	No ofrece actividades turísticas	
<b>Monumento Parque de la Madre</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	_____	Bueno	La escultura rinde homenaje a la madre	No ofrece actividades turísticas	
<b>Piezas históricas del museo</b>	Atractivo cultural tangible	Manifestación cultural	2000	Bueno	Muestras arqueológicas de las culturas Tolita, Daule Tejar, Milagro Quevedo, Chorrera, Machalilla, Carchi, Manteña, Valdivia, Jama Coaque y varios implementos de la cultura montubia	Se pueden observar y conocer las piezas mediante un recorrido por el museo municipal de Quevedo.	

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

**Tabla 5.** Atractivos culturales intangibles

Nombre de atractivo	Tipo	Categoría	Año de creación	Estado actual	Principales características	Potencial turístico
<b>Leyendas Religiosas y Sobrenaturales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Contiene leyendas tales como: Fe infinita a San Antonio,	No realizan actividades turísticas con estas leyendas

					La leyenda de los muertos, La cinta roja, etc.	
<b>Leyendas Urbanas</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Contiene leyendas tales como: Pedro Vincos Timoteo Quevedo	No realizan actividades turísticas
<b>Mitos Locales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Contiene mitos tales como: La llama del tesoro La gallina negra La lechuza	No realizan actividades turísticas
<b>Expresiones Orales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se realizan amorfinos, alabados y rezos a santos locales, dichos y proverbios	No realizan actividades turísticas
<b>Danza Tradicionales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Las expresiones de danza en Quevedo contienen dos expresiones, la serrana y la montubia, la segunda será identificada como la expresión propia del cantón de Quevedo	Se realizan danzas tradicionales solamente en eventos artísticos.
<b>Juegos Cotidianos y Festivos</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se realizan juegos festivos y cotidianos tales como: Baile del tomate La madrina etc.	No realizan actividades turísticas

<b>Música Popular</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	La música de la provincia de Los Ríos puede ser clasificada como popular, dado que sostiene “la capacidad transformadora del pueblo que reinventa, crea y recrea la música para proyectar su identidad	La música popular se expresa solamente cuando son las fiestas importantes del cantón o a nivel nacional
<b>Teatro</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se ha convertido en el medio de construcción de la identidad de Quevedo	Actualmente las actividades en este sitio están suspendidas
<b>Fiestas o Conmemoraciones Religiosas</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se realizan fiestas o conmemoraciones religiosas tales como: Fiesta de San Antonio Fiesta de la Virgen de la Merced Fiesta del día de la raza Cantonización Quevedo etc.	No realizan actividades turísticas solamente presentaciones artísticas durante la celebración de estas fiestas
<b>Prácticas Comunitarias</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se realizan prácticas comunitarias tales como: Compadrazgo Padrino Mingas etc.	No realizan actividades turísticas solamente se practica entre los ciudadanos locales.
<b>Ritos</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Se realizan ritos tales como: El matrimonio Cumpleaños Ritos funerarios Los entierros	No realizan actividades turísticas solamente se practica entre los ciudadanos locales.

<b>Técnicas y Saberes Productivos Tradicionales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Realizan técnicas de pesca Proceso de producción agrícola	No realizan actividades turísticas solamente lo practican los agropecuarios
<b>Gastronomía Tradicional</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Realizan platos gastronómicos tales como: Sancocho de bocachico Mazamorra Chontilla	Son platos que muy poco se ofrecen en la oferta gastronómica de la ciudad.
<b>Medicina Tradicional tipos de procesos o plantas</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Uso de plantas para curar enfermedades tales como: Susto Mal aire Dieta para el parto etc.	No realizan actividades turísticas solamente son de uso local como medicina.
<b>Toponimia</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	El nombre de Quevedo, debe al agrimensor Timoteo Quevedo	No realizan actividades turísticas
<b>Técnicas artesanales</b>	Atractivo cultural intangible	Manifestación cultural	2014	Bueno	Artesanías elaboradas en madera, redes tejidas manualmente con hilo de cabuya etc.	No realizan actividades turísticas solamente los productos son comercializados

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

### **Análisis del objetivo:**

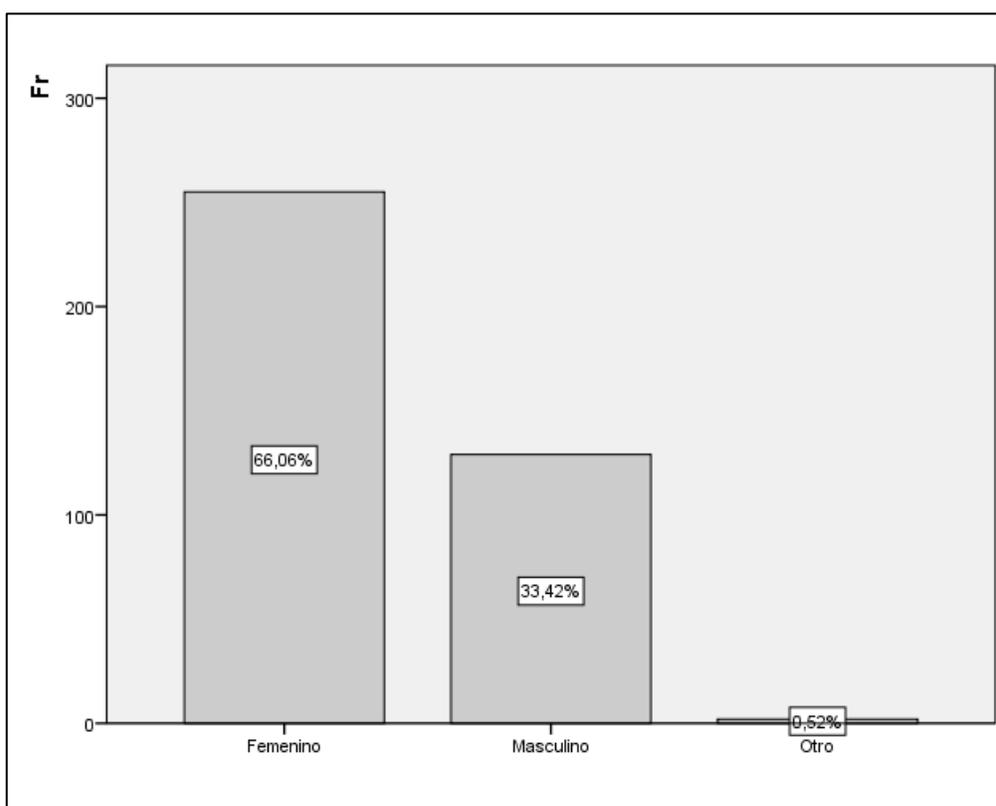
En base al diagnóstico realizado se identificaron 35 atractivos de los cuales 19 son atractivos culturales tangibles y 16 culturales intangibles. Dos atractivos culturales tangibles se encuentran en un estado malo y regular, mientras que la mayoría de atractivos culturales intangibles se siguen transmitiendo de generación en generación, aunque son pocos practicados por los ciudadanos locales y difundidos o puestos en valor para los turistas que visitan el cantón.

## 4.2. Preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a 382 personas, en cumplimiento con el segundo objetivo de la presente investigación para determinar las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo.

**Figura 3**

Género



**Fuente:** Investigación de campo

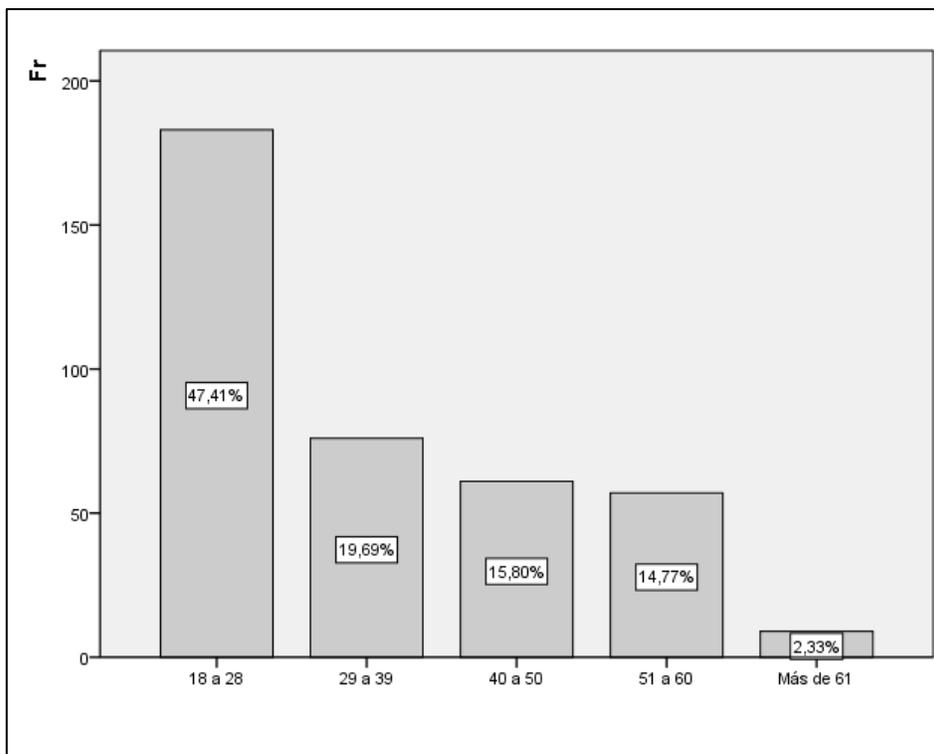
**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

### Análisis

Según los datos recolectados en la encuesta se identificó que el 66,06% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino, el 33,42% a masculino y el 0,52% restante corresponde a otros géneros.

**Figura 4**

Edad



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

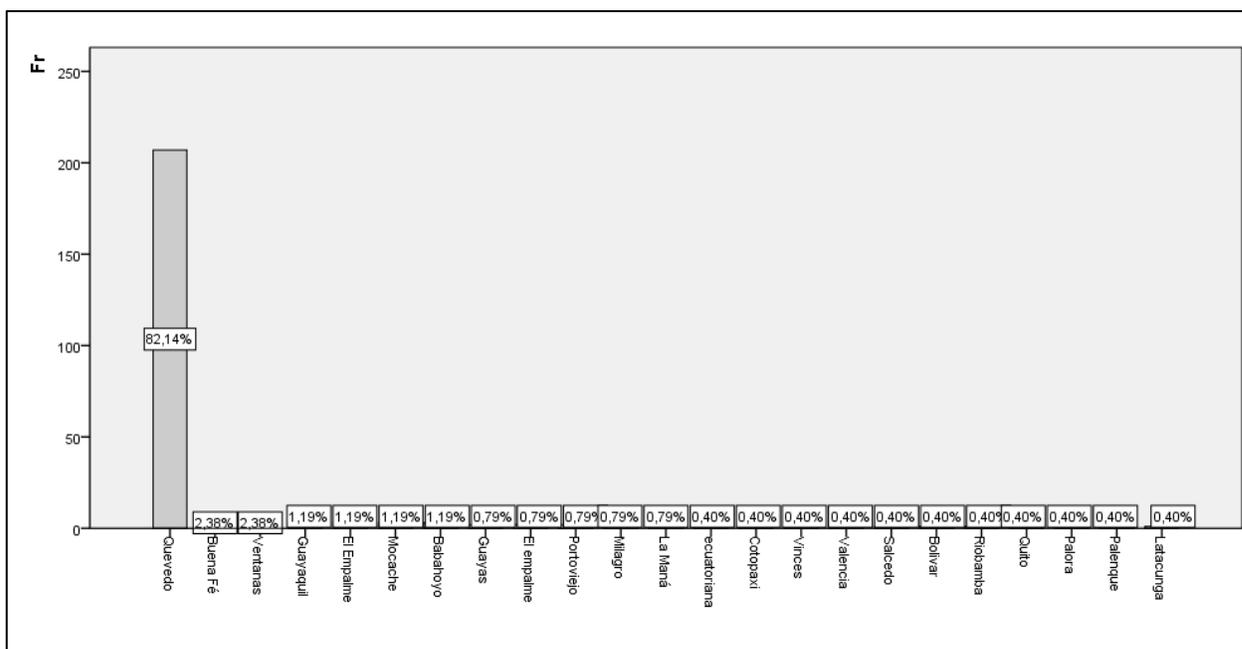
**Análisis:**

En cuanto en la edad de las personas encuestadas dio como resultado que el 47,41% se mantienen en edades de 18 a 28, el 19,69% de la población oscila edades entre 29 a 39 y el 15,80% de 40 a 50 años, mientras que el 14,77%, finalmente el 2,33% corresponde a edades de más de 61 años.

En esta interrogante planteada se obtuvo las edades de las personas encuestadas por lo cual, las edades que tuvieron mayor porcentaje fueron de 18 a 28 años debido a que la gran cantidad fueron desarrolladas por personas del círculo cercano de la autora del proyecto, además sería importante considerar más a la población de entre 29 a 39 años ya que son personas que podrían tener mayor interés en la cultura.

**Figura 5**

Ciudad de procedencia



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

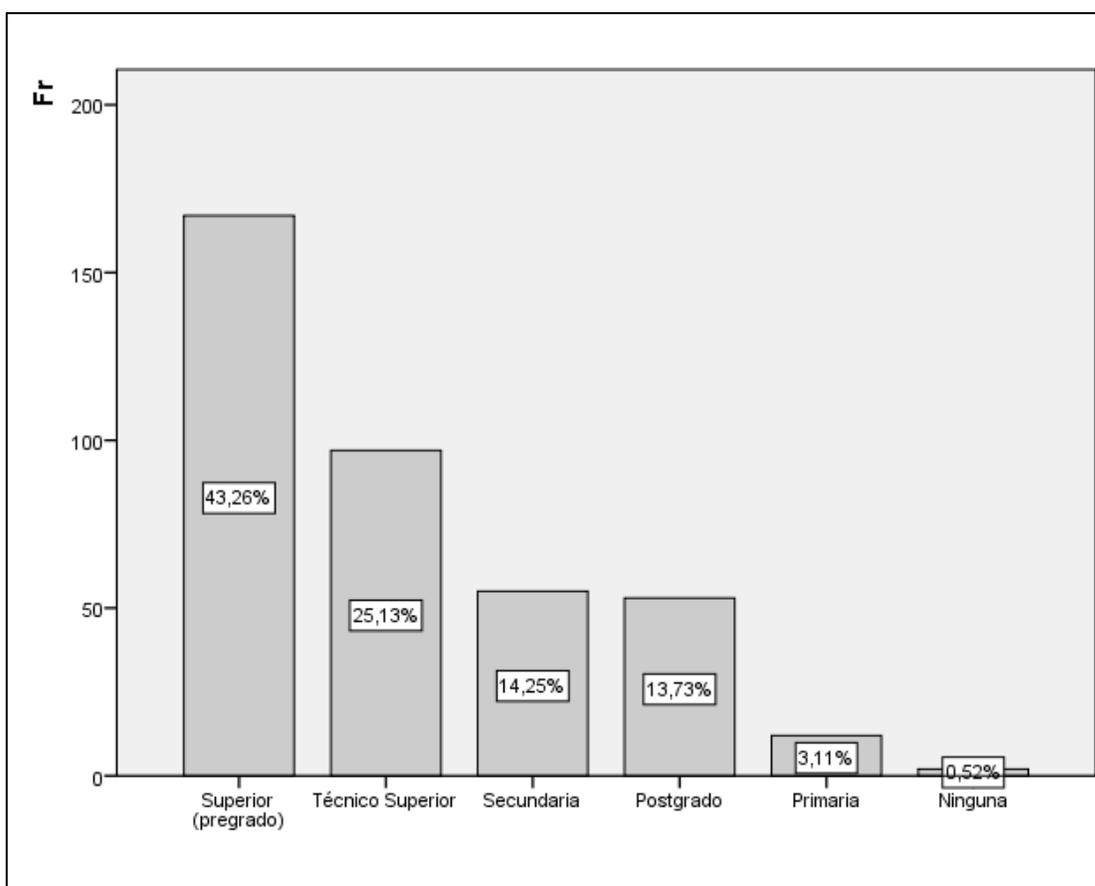
**Análisis:**

La procedencia del 82,14% del total de la población encuestada son habitantes del cantón Quevedo.

Con esta pregunta se identificó el lugar de procedencia de las personas encuestadas, dando como mayor resultado el cantón Quevedo lugar donde se desarrolla el proyecto, además se planteó esta pregunta ya que hay personas encuestadas que no pertenecen al cantón, pero conocen los atractivos culturales.

**Figure 6**

Nivel de instrucción



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

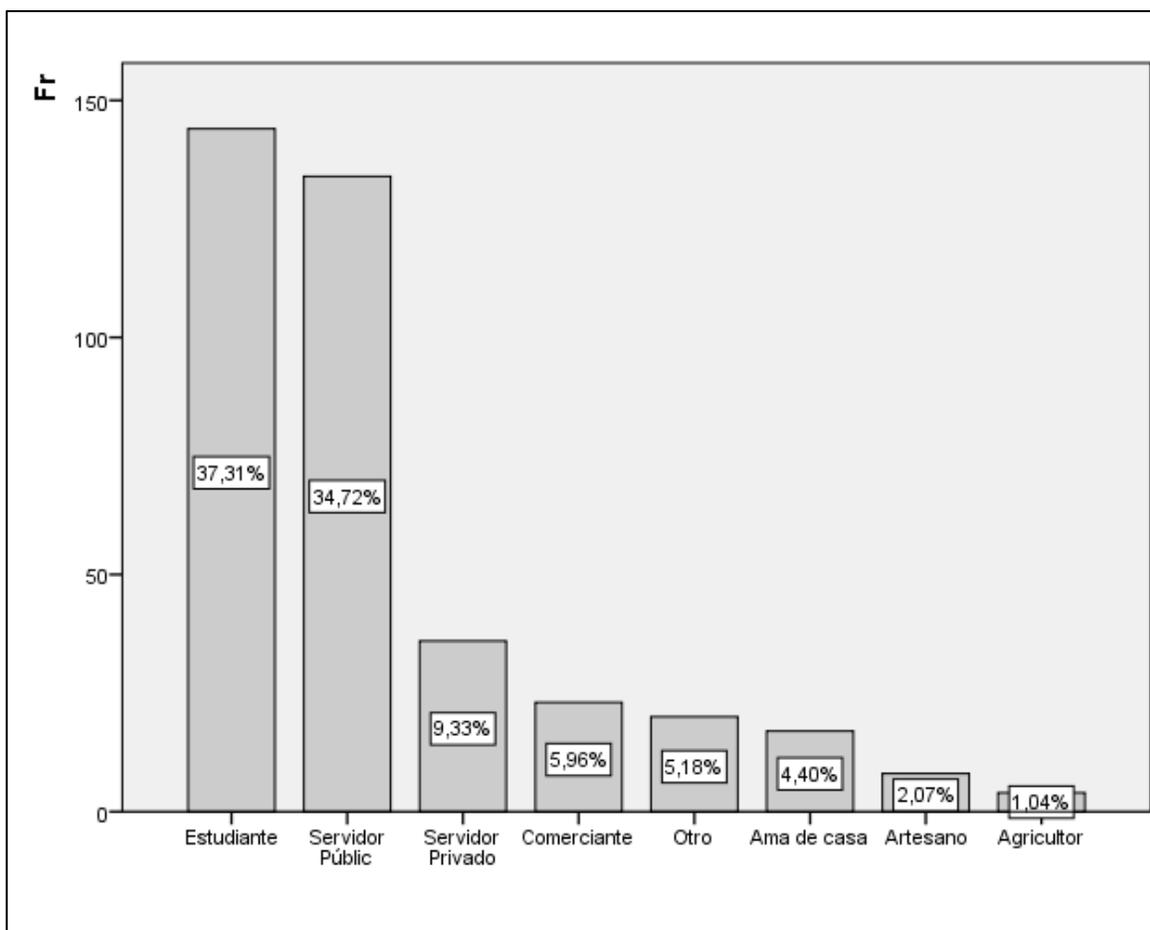
**Análisis:**

Según la población encuestada se constató que el 43,26% tienen el nivel de instrucción superior, el 25,13% técnico, el 14,25% tiene un nivel de instrucción secundaria, a diferencia del 13,73% postgrado, el 3,11% primaria y finalmente el 0,52% no posee ningún grado de estudios.

Esta interrogante se planteó para conocer el nivel de instrucción de las personas encuestadas, dando como resultado que el mayor nivel de instrucción que poseen es el superior pregrado.

**Figura 7**

Ocupación



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

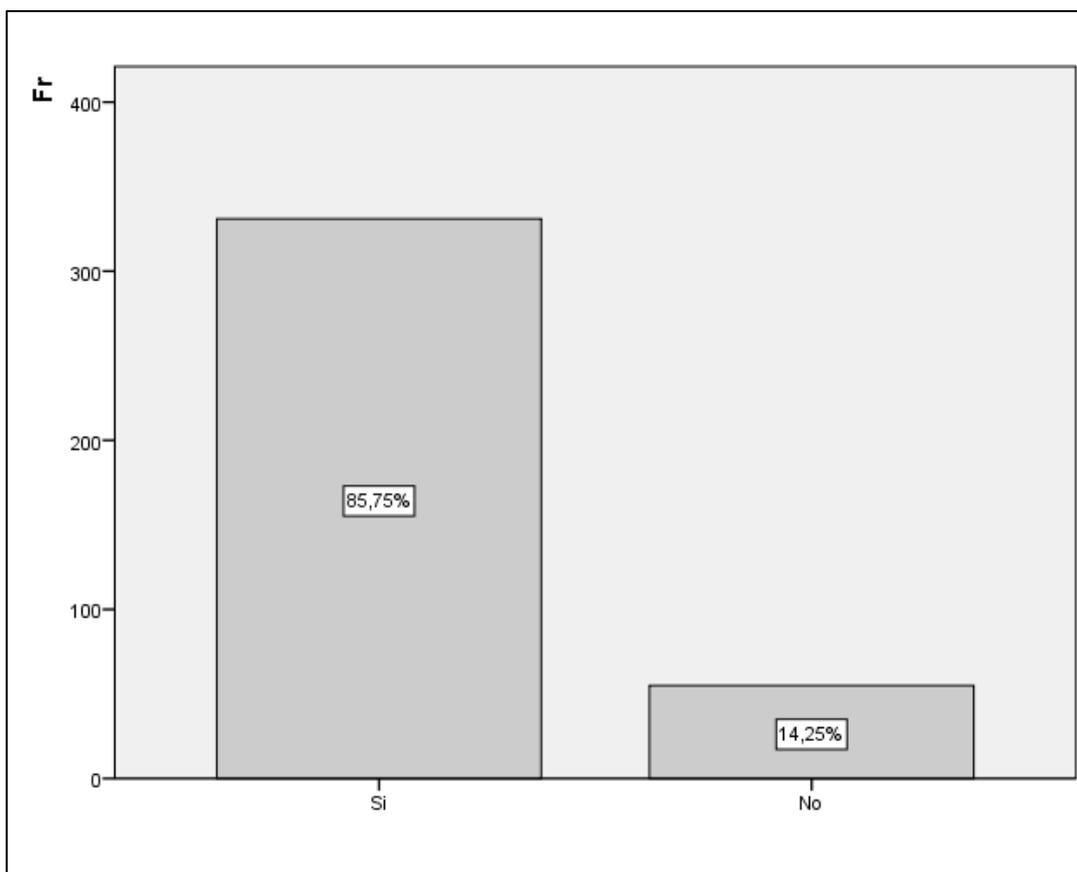
**Análisis:**

En cuanto a la ocupación de la población encuestada se obtuvo que el 37,31% corresponden estudiantes, el 34,72% de la población son servidores públicos, el 9,33% son servidores privados y el 1,04% en calidad de agricultor.

En los resultados de esta interrogante se consideró a personas encuestadas con un nivel de ocupación correspondiente a estudiantes ya que ellos podrían tener mayor interés en conocer la cultura.

**Figura 8**

¿Conoce usted los atractivos culturales del cantón Quevedo?



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

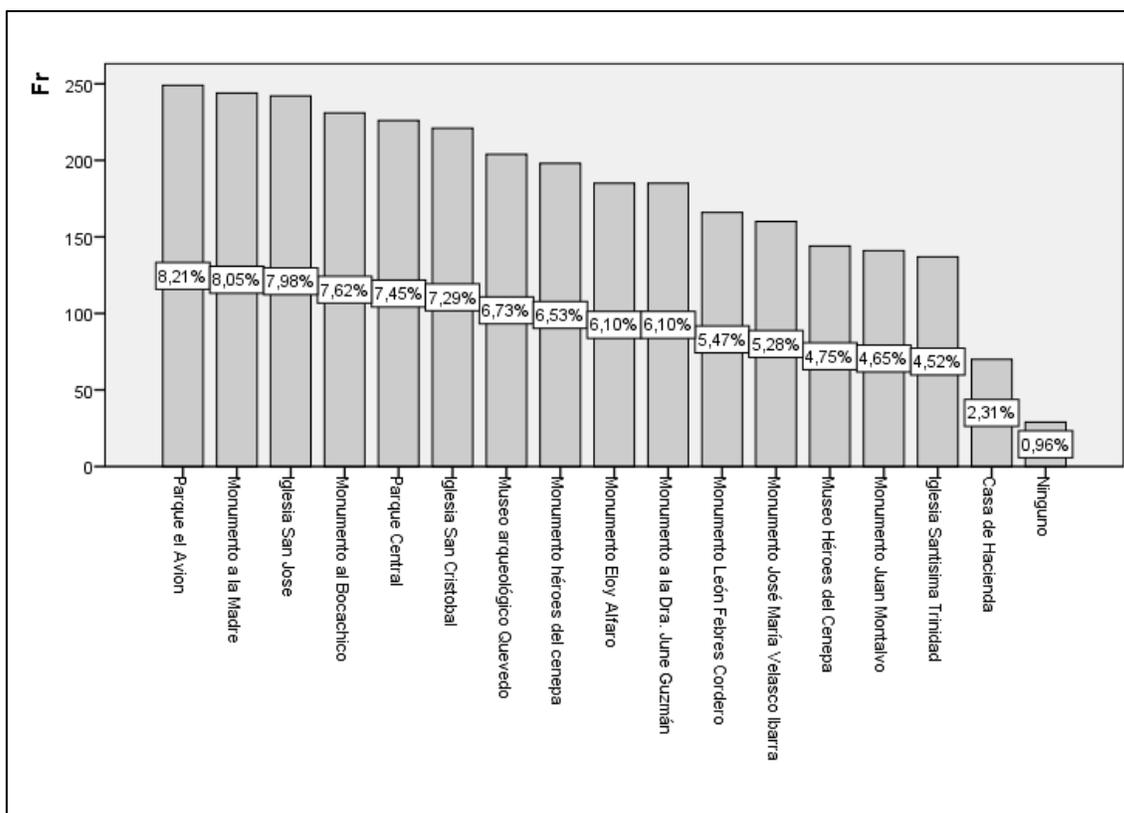
**Análisis:**

De las personas encuestadas el 85,75 % si conocen los atractivos culturales de Quevedo, mientras que el 14,24 % señaló no conocer los atractivos culturales del cantón Quevedo.

Se elaboró esta interrogante para determinar cuántas personas encuestadas conocen los atractivos culturales del cantón, siendo esto favorable ya que dio como resultado que la mayor parte si conoce.

**Figura 9**

¿Cuál de estos atractivos culturales usted ha visitado?



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

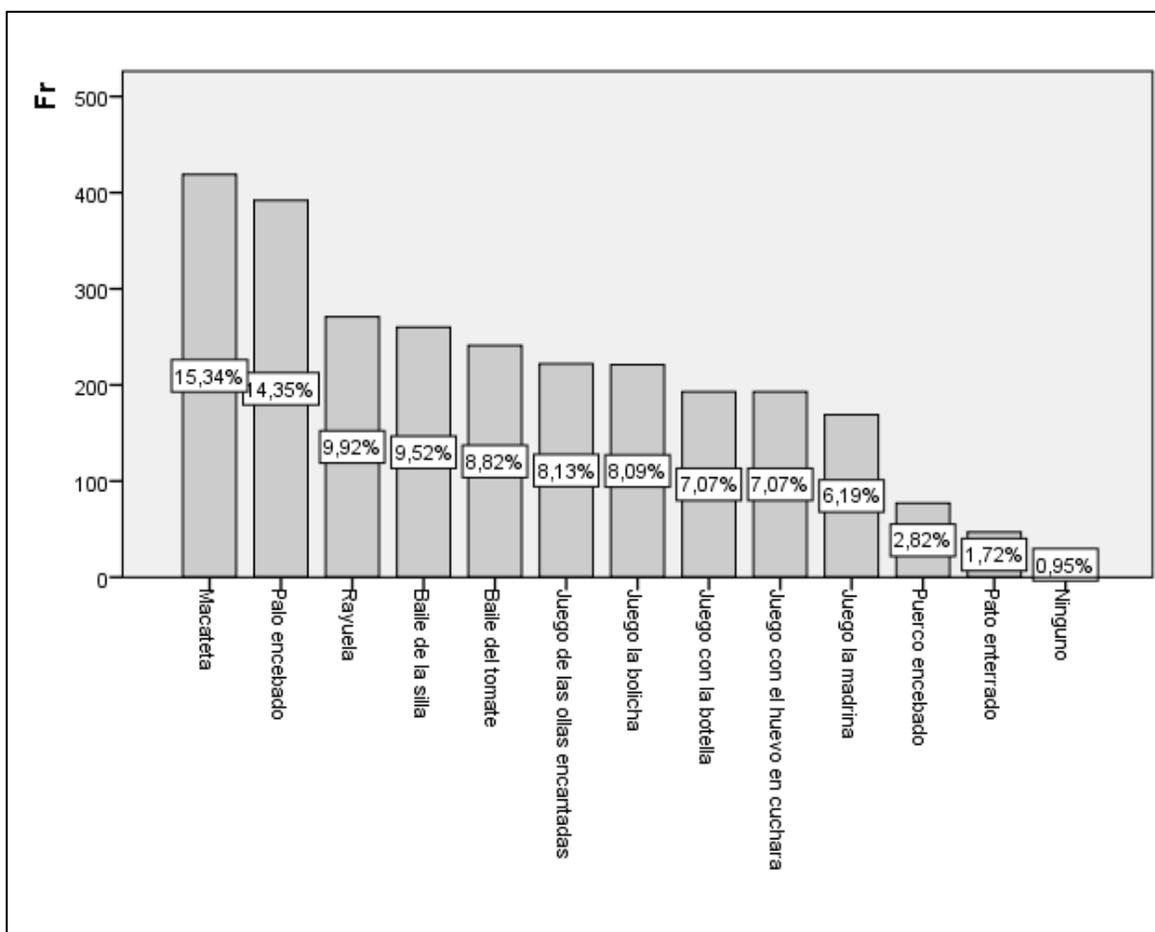
**Análisis:**

De la población encuestada, el 8,21% de los encuestados manifiestan que han visitado el Parque El Avión, el 8,05% han visitado el Monumento Parque a la Madre, mientras que 7,88% han recurrido a la Iglesia San José, el 7,62% visitaron al Monumento al Bocachico y apenas el 0,96% no han visitado ninguno de estos atractivos.

Esta interrogante fue planteada con la finalidad de conocer cuáles de estos atractivos culturales tangibles son conocidos por las personas encuestadas, la cual los resultados indican que la mayor parte de las personas visitan el parque el avión.

**Figura 10**

¿En cuál de estos atractivos culturales usted ha participado?



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

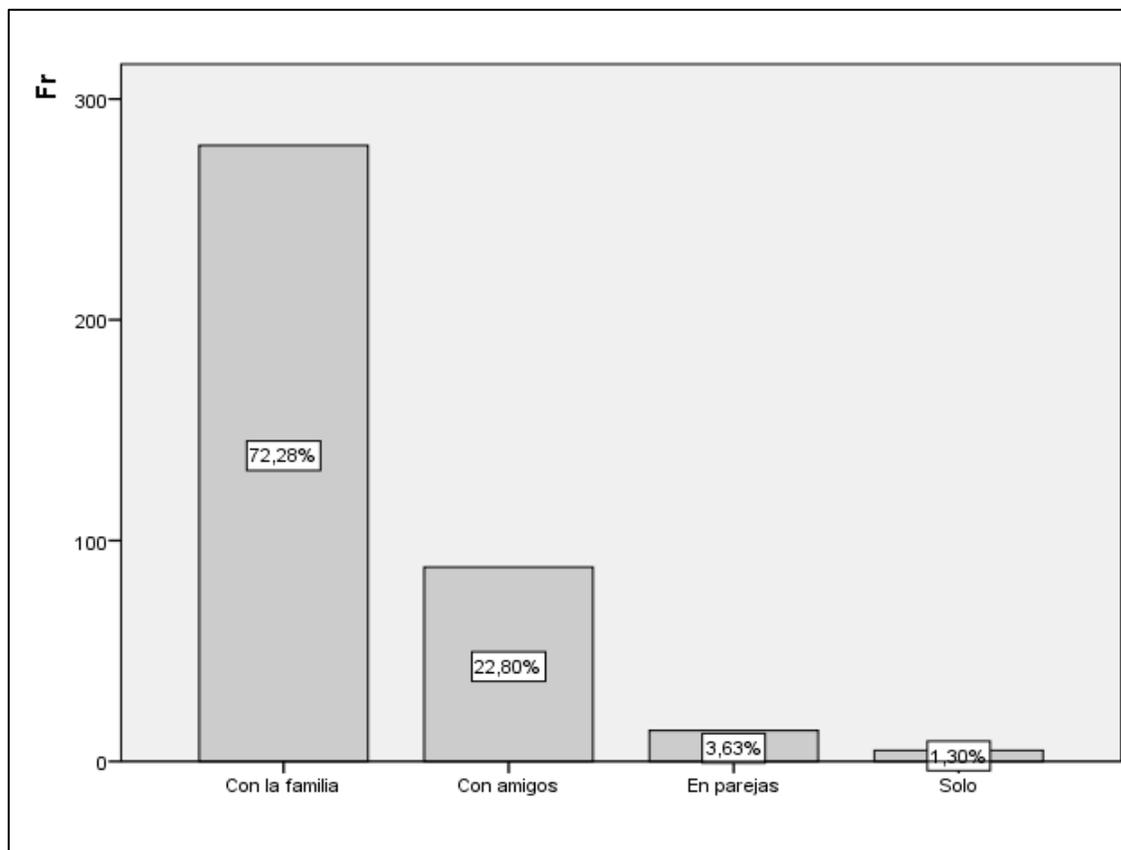
#### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos el 15,34% de los encuestados manifiestan que han participado en el juego de la macateta. Por otra parte, el 14,35% han participado en el palo encebado, el 9,92% participaron en el juego de la rayuela, en tanto que, el 9,52% participaron en el baile de la silla y apenas el 0,95% no han participado en ninguno de estos atractivos.

Esta interrogante fue planteada con la finalidad de conocer cuáles de estos atractivos culturales intangibles son conocidos por las personas encuestadas, la cual la mayor parte manifestaron que han participado en el juego de la macateta.

**Figura 11**

Al visitar los atractivos culturales. Preferiría hacerlo:



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

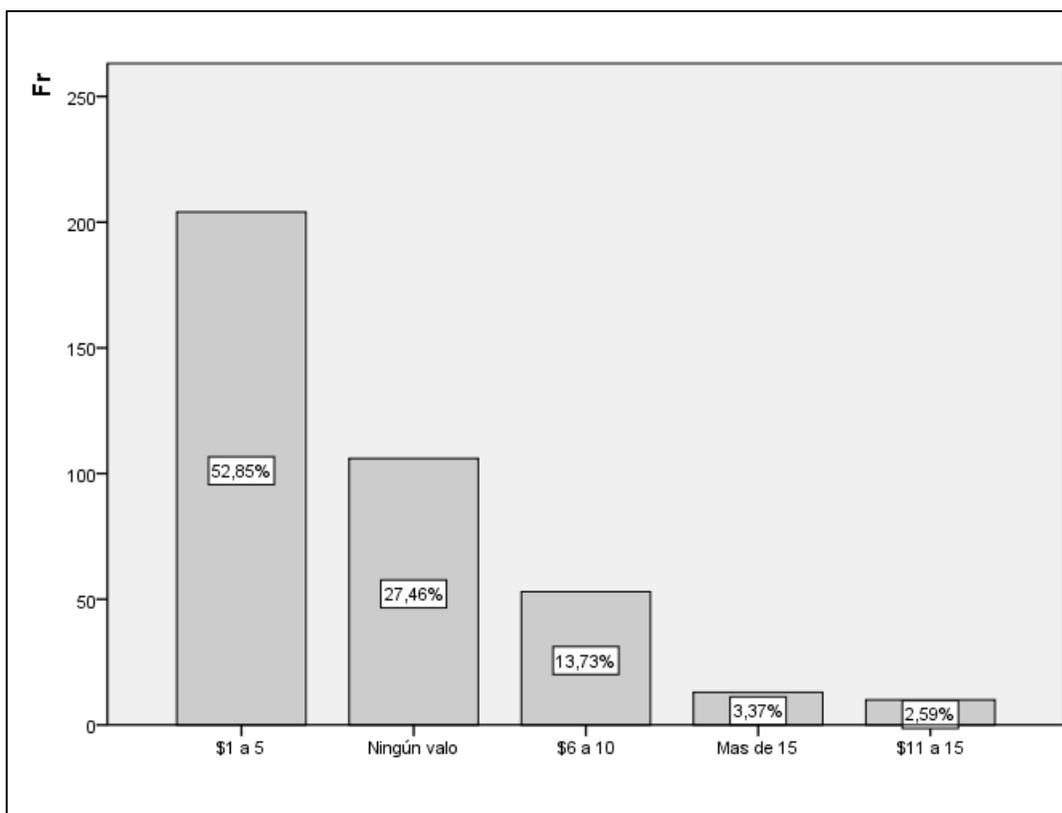
**Análisis:**

En la figura 6 se presenta la distribución porcentual por tipo de compañía y se observa que el 72,28% mencionan que al visitar los atractivos culturales preferirían hacerlo con la familia, el 22,80% preferirían hacerlo con los amigos, el 3,63% en compañía de la pareja y el 1,38% lo visitarían solos.

Con esta pregunta se estableció el tipo de compañía de las personas encuestadas, dando como resultado que la mayor parte preferirían visitar los sitios culturales en compañía de la familia.

**Figura 12**

¿Cuánto usted está dispuesto a pagar para acceder a los atractivos culturales?



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

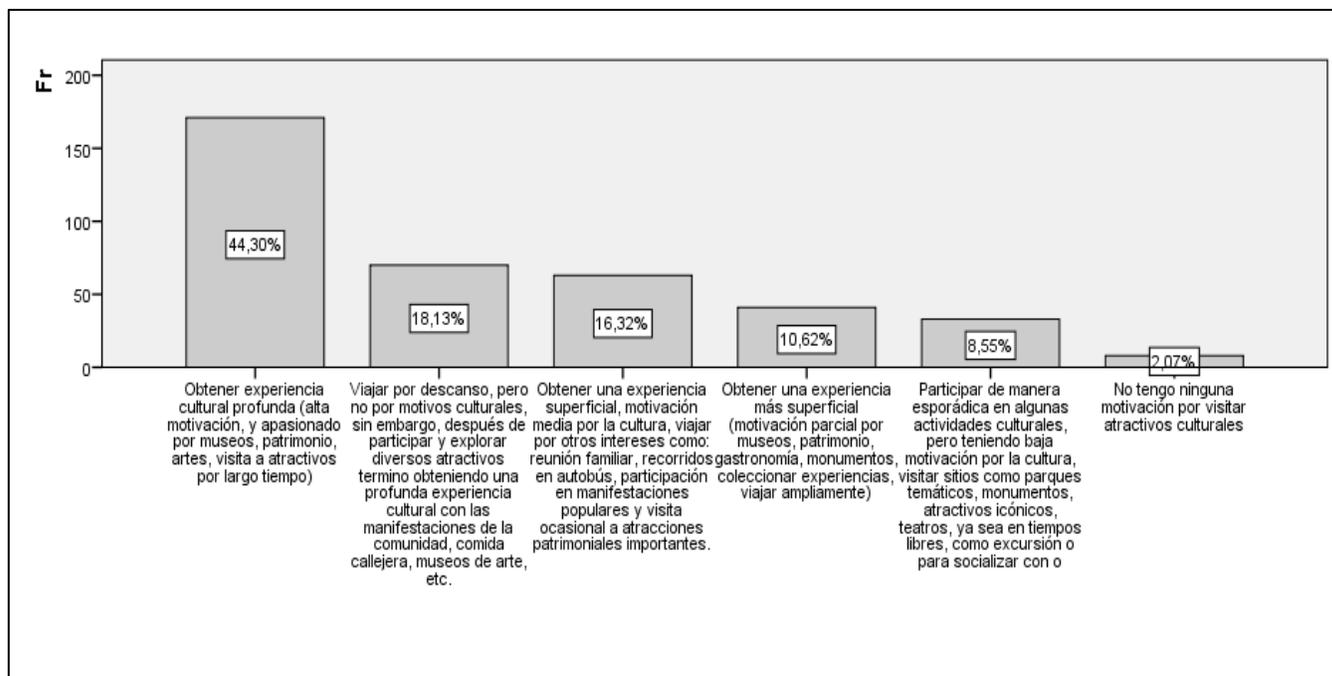
**Análisis:**

Según los datos obtenidos, se observa que el 52,85% de encuestados están dispuesto a pagar de \$1 a 5 para acceder a los atractivos culturales, el 27,46% no pagarían ningún valor y el 13,73% indican que pagarían de \$6 a 10. Sin embargo, el 2,59 % manifiesta que pagarían de \$11 a 15 para acceder estos atractivos.

Mediante los resultados de esta pregunta se logró identificar que los encuestados están dispuestos a pagar para acceder a los atractivos culturales lo que ayudaría al desarrollo económico del cantón.

**Figura 13**

Que aspectos le motivan visitar atractivos culturales



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

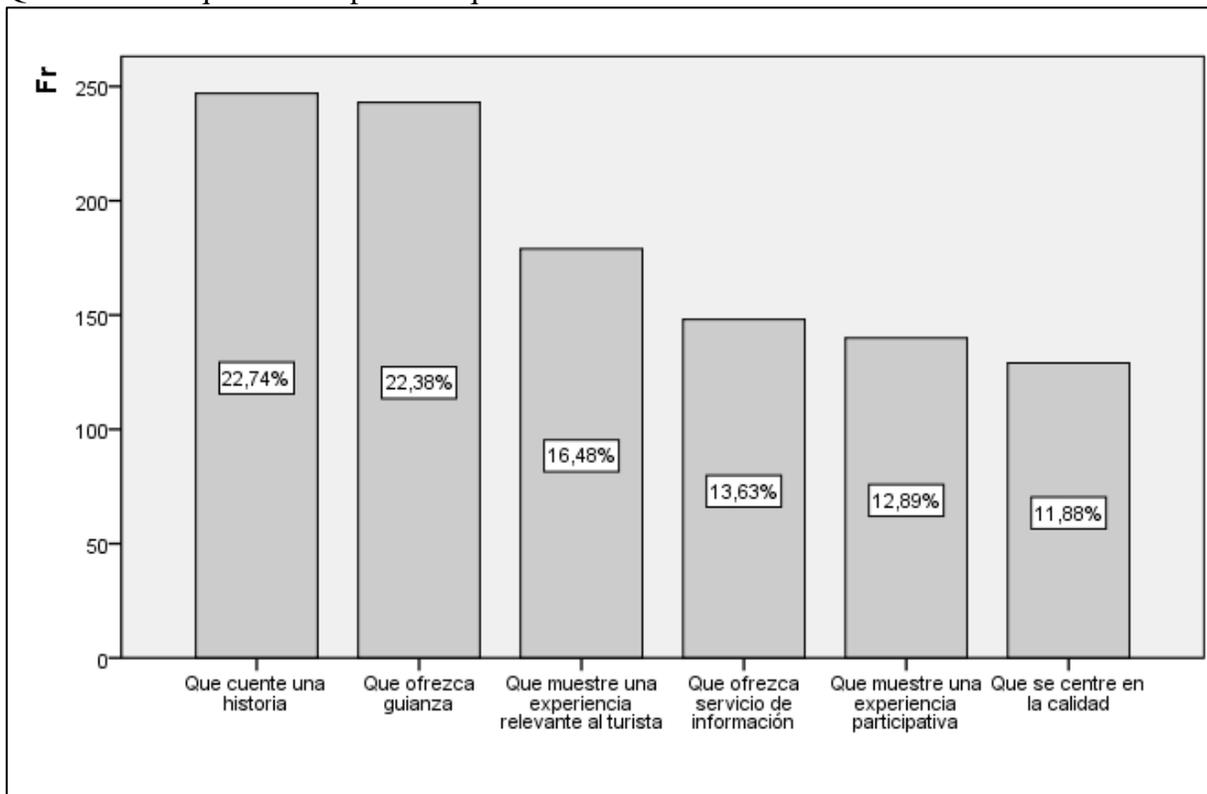
**Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 44,30% de los encuestados manifestaron que los aspectos que le motivan visitar atractivos culturales es obtener experiencia cultural profunda es decir que tienen una alta motivación y son apasionados por los muesos, patrimonios, artes, visitas a atractivos por largo tiempo, mientras que el 18,13% les motivan viajar por descanso pero no por motivos culturales, sin embargo después de participar y explorar diversos atractivos terminan obteniendo una profunda experiencia, a diferencia de 2,07% que consideran no tener ninguna motivación por visitar los atractivos culturales.

Esta pregunta se elaboró para determinar los tipos de turistas culturales en los encuestados, dando como resultado que existe una alta motivación es decir que la mayor parte de las personas encuestadas son turistas culturales intencionados.

**Figura 14**

Que considera que sería importante que brinde un sitio cult



ural para que sea visitado

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

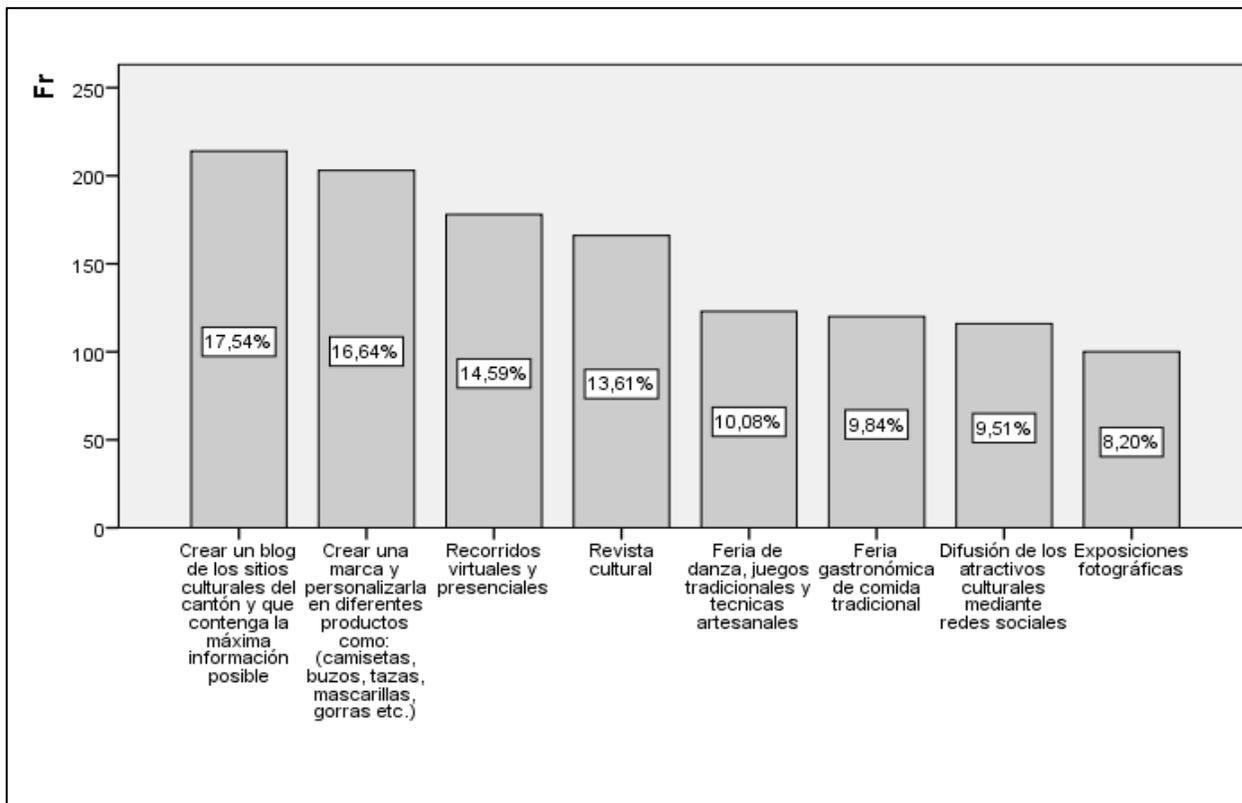
**Análisis:**

Según los resultados obtenidos el 22,72% de los encuestados consideran importante que un atractivo cultural cuente una historia, el 22,38%, sugiere que un atractivo ofrezca guianza turística, por otro lado, el 16,48% optaron por la importancia de que un atractivo muestre una experiencia relevante al turista y finalmente el 11,88% manifestaron que un atractivo cultural se centre en la calidad para que sea visitado.

Esta pregunta fue elaborada para conocer lo que consideran importante los encuestados, que debe brindar un atractivo cultural, además sirvió para determinar las preferencias que tiene los habitantes del cantón Quevedo hacia los atractivos culturales dando como resultado que ellos prefieren que un atractivo cultural cuente una historia.

**Figura 15**

Qué tipo de actividades usted considera que se pueden reactivar actualmente aprovechando la cultura local de la ciudad



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 17,54% de los encuestados consideran que la creación de un blog es necesaria para obtener información de los sitios culturales del cantón, siguiendo con el 16,54% quienes manifiestan que crear una marca y personalizarla en diferentes productos serian importantes para la reactivación cultural, mientras que el 14,59% sugirieron realizar recorridos virtuales presenciales, siendo estos los tipos de actividades que los encuestados consideraron vitales para reactivar la cultura local de la ciudad.

Los resultados que arroja esta pregunta demuestra que los encuestados se inclinan por la idea principal que es la creación de un blog cultural ya que consideran importante establecer esta actividad para que se pueda reactivar el turismo cultural aprovechando la cultura local de la ciudad, siendo esta pregunta importante para el desarrollo del tercer objetivo.

### **4.3. Plan para la reactivación del turismo cultural en el cantón Quevedo.**

A través de la investigación realizada en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos se conoció que la mayoría de los turistas están interesados en visitar los atractivos culturales que posee el cantón, razón por la cual se establece un plan de reactivación que permita el desarrollo del turismo cultural.

#### **4.3.1. Tema:**

Propuesta para la Reactivación del Turismo Cultural en el cantón Quevedo.

#### **4.3.2. Objetivos del Plan:**

##### **Objetivo general:**

Elaborar una propuesta para reactivar el turismo cultural del cantón Quevedo

##### **Objetivos específicos:**

- Plantear propuestas para la reactivación de los atractivos culturales tangibles muebles del cantón Quevedo.
- Repotenciar los atractivos culturales tangibles inmuebles que más destacan en el cantón Quevedo.
- Realizar actividades enfocadas a la reactivación de los atractivos culturales intangibles del cantón.

#### **4.3.3. Misión:**

Posicionar a Quevedo como un destino turístico, aprovechando los recursos culturales que posee el cantón, generando beneficios, económicos, turísticos y buscando el conocimiento y preservación de la cultura local.

#### 4.3.4. Visión

Para el año 2025 con la implementación de la propuesta para la reactivación de turismo cultural, el cantón Quevedo será posicionado como destino de turismo cultural de mayor interés de la provincia de Los Ríos, enriqueciendo continuamente el conocimiento cultural a los habitantes y turistas nacionales; logrando el desarrollo económico, turístico y social de la población de una manera rentable y sostenible.

El plan de reactivación que se propone contiene tres programas enfocados en tipos de perspectivas culturales que incluyen proyectos metas actividades responsables y presupuesto, tal como se lo indica a continuación:

#### 4.3.5. Programa 1 “Vivir la experiencia del patrimonio edificado de Quevedo”

**Tabla 6** Proyecto 1

PROYECTO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Repotenciación Turística de Iglesias, Monumentos, Museos y Parques	Fortalecer el valor estético arquitectónico o para que sea atractivo a los turistas	*Visita al atractivo turístico. *Evaluación Física del estado actual de los atractivos. *Planificación del mantenimiento de los sitios. *Limpieza de la infraestructura. *Implementación de Señaléticas interpretativas e informativas a los atractivos	Autora del Proyecto GAD Municipal Quevedo Jefe de Turismo INPC Comunidades locales	Mantenimiento de los sitios a mediano plazo \$400,00 + Otras actividades \$150,00  <b>Total: \$550,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

**Tabla 7** Proyecto 2

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Digitalización de la oferta turística cultural inmueble	Bridar información interactiva y digitalizada sobre los atractivos culturales tangibles inmueble	<p>*Investigar la información histórica de las Iglesias, Monumentos, Museos y Parques en archivos, libros, tesis y encargados del lugar.</p> <p>*Sintetizar la información en un documento para su digitalización.</p> <p>*Realizar un diseño interactivo de textos imágenes e historias de cada atractivo.</p> <p>*Difundir la información por medio de una página web del Municipio o una revista digital.</p>	<p>Autora del Proyecto GAD Municipal Jefe de Turismo Encargados de los atractivos culturales</p>	\$30,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

**Tabla 8** Proyecto 3

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Creación y difusión de una marca cultural	Revitalizar la identidad cultural del cantón	<p>*Diseñar propuestas de logo de los atractivos culturales del cantón.</p> <p>*Elegir el mejor diseño por medio de la votación virtual de la ciudadanía.</p> <p>*Contratar a una empresa especializada en sublimación.</p> <p>*Diseñar camisetas, mascarillas, gorras, tazas busos, forros de celular etc, personalizado, que contengan el logo de la marca cultural.</p> <p>*Venta y comercialización de los diseños elaborados como recuerdos de los atractivos.</p> <p>*Difundir la marca cultural por redes sociales</p>	<p>Autora del Proyecto GAD Municipal Jefe de Turismo Empresa sugerida "Mimos"</p>	\$400,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

#### 4.3.6. Programa 2 “Conocer y disfrutar de los bienes patrimoniales muebles del cantón”

**Tabla 9** Proyecto 1

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Conservación y mantenimiento bienes patrimoniales muebles( objetos arqueológicos, documentos históricos, fotografías antiguas y artesanías)	Salvaguardar los bienes patrimoniales muebles para el disfrute de los ciudadanos y visitantes	*Examinar la condición de los bienes. *Elaborar fichas técnicas de mantenimiento de los bienes. *Implementar trabajos de restauración y mantenimiento a los bienes	Autora del Proyecto GAD Municipal Jefe de Turismo Promotor de cultura	\$800,00

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

**Tabla 10** Proyecto 2

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Actualización de información de los bienes patrimoniales muebles.	Promover la cultura a la comunidad local y visitantes	*Investigación y recopilación de información histórica de los bienes. *Estructurar la información planteada *Fotografiar los bienes patrimoniales muebles.	Autora del Proyecto Promotor de Cultura	\$25,00

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

**Tabla 11** Proyecto 3

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Recorrido turístico virtual: “	Motivar a la audiencia a la apreciación y sentido de pertenencia por los bienes patrimoniales muebles.	*Elaborar el guion turístico de los bienes culturales. *Usar plataforma digital Virtualtour o Google Earth para diseñar el recorrido. * Diseño de un folleto turístico con la descripción sintetizado del recorrido a realizar. *Difusión del recorrido turístico virtual por redes sociales.	Autora del Proyecto Participantes: Comunidades locales y turistas locales y nacionales.	\$20,00

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

#### 4.3.7. Programa 3 “Participación y disfrute de los atractivos intangibles del cantón”

**Tabla 12** Proyecto 1

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Identificación de los atractivos culturales intangibles	Mostrar los atractivos culturales tangibles a la población y turistas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Investigar información de los atractivos culturales intangibles.</li> <li>*Resumir la información relevante.</li> <li>*Realizar un diseño de un blog cultura.</li> <li>*Ubicar información dentro del blog.</li> <li>*Difundir el blog por redes sociales.</li> </ul>	Autora del Proyecto Promotor de Cultura	\$15,00

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

**Tabla 13** Proyecto 2

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Implementación de información destacable de atractivos culturales intangibles	Proporcionar información actualizada a la población y turistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Recolectar información relevante</li> <li>*Almacenar y analizar información importante</li> <li>*Realizar videos de las actividades culturales.</li> <li>* Difundirlos en la página web de Municipio, redes sociales.</li> </ul>	Autora del Proyecto Promotor de Cultura	\$20,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación

**Tabla 14** Proyecto 3

PROYECTO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Creación de festivales culturales de los atractivos intangibles ( danzas, mitos, leyendas, juegos populares, tecnicas artesanales etc.)	Aprovechar los atractivos culturales intangibles para el conocimiento cultural de los habitantes y turistas.	<p>*Diseñar la propuesta de un festival cultural</p> <p>*Elaborar actividades que se puedan hacer en el festival.</p> <p>*Realizar concursos de las actividades tradicionales que hacen en el cantón.</p> <p>*fotografiar y realizar videos del festival para luego publicarlos en el blog, pagina web del Municipio o en un canal de YouTube.</p>	Autora del Proyecto	\$200,00

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autora del proyecto de investigación.

#### **4.4. Discusión**

El proyecto de investigación que elaboró Suntaxi (2019) con el tema “Plan de reactivación turística cultural para la Ciudad de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha”, tuvo como finalidad rescatar las costumbres y tradiciones del pueblo, en la realización de la metodología la autora identificó cuatro sitios estratégicos para llevar a cabo la encuesta, a diferencia del proyecto de investigación se tomó en cuenta a la población económicamente activa del cantón como resultados realizó la matriz foda, mientras que en el proyecto se realizó misión y visión, la autora estableció cinco estrategias donde se detallan, los actores involucrados, su financiamiento y la meta, en comparación a este proyecto se realizó tres programas que incluyen tres proyectos detallando las mismas tareas.

Mientras que el tema que propuso el autor Barros (2018) el cual fue “Turismo cultural como reactivación turística del Cantón Pueblo Viejo, Provincia de Los Ríos”, en la que buscaba promover el Centro Cultural Profesor Justino Cornejo Vizcaíno, al contrario de este proyecto de investigación ya que busca reactivar los atractivos culturales tangibles e intangibles que posee el cantón, como propósito fue dar a conocer y a la vez concientizar sobre lo desfavorable que puede ser la falta de información y el desaprovechamiento de los recursos culturales que posee el sector, siendo este un propósito semejante al proyecto, para el desarrollo del resultado el autor realizó tres etapas las cuales se dividieron: en la primera etapa realizó el análisis foda, en la segunda planteó las estrategias con sus actividades, costos, responsables y resultado, por último realizó el control de los resultados de las estrategias, el cual es distinto al resultado final del proyecto ya que se estableció programas, proyectos y tareas diferentes a realizar.

A diferencia del proyecto de investigación propuesto por Cifuentes (2014) con el tema elaborado, “Plan de desarrollo de turismo cultural para la parroquia de San Antonio de Ibarra Provincia de Imbabura”, el cual tuvo como finalidad potenciar la cultura y tradiciones que tiene la parroquia, en la realización de la propuesta formuló la misión y visión, realizó el análisis foda, a diferencia de este proyecto se hizo la misión y visión del plan, el autor implementó la matriz de marco lógico y por último llevó a cabo cuatro estrategias en donde se dividen en 3 programas, mientras que en este proyecto se planteó tres programas que incluyen 3 proyectos y

para finalizar realizó implementación de promoción turística, a diferencia del resultado del proyecto de investigación no se realizó promoción turística ya que es un plan de reactivación.

Sin embargo el siguiente proyecto de investigación elaborado por Chamorro (2015) con el tema presentado “Promoción turística de la cultura Cuasmal, provincia del Carchi a través de un centro artístico cultural en la comunidad El Tambo”, planteó promocionar un centro artístico cultural a través de la exhibición de piezas arqueológicas y representaciones artísticas de la cultura Cuasmal, mientras que en el proyecto se formuló realizar un plan de reactivación del turismo cultura del cantón Quevedo, el propósito desarrollado en la tesis de Chamorro fue contribuir con el desarrollo turístico de la comunidad El Tambo, el proyecto contiene un breve estudio acerca de la importancia del patrimonio cultural, conservación y el cuidado de los bienes arqueológicos, el autor realizó tres estrategias, a comparación en este proyecto se llevó a cabo la realización de programas y proyectos generando actividades, metas y presupuestos para la realización del plan.

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

- Con el diagnóstico de los atractivos culturales tangibles e intangibles del cantón se obtuvo información de las visitas realizadas a los atractivos y los datos proporcionados por el GAD Municipal del cantón Quevedo, se detalló el nombre del atractivo, tipo categoría, año de creación, estado actual, principales características y potencial turístico, por último se realizó un análisis donde se determinó que se identificaron 35 atractivos de los cuales 19 son atractivos culturales tangibles y 16 culturales intangibles.
- Se realizó la encuesta a 386 personas para determinar las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo, la cual fue de mucha ayuda para la realización del objetivo tres en donde se identificó que los atractivos culturales más visitados son el Parque el Avión, el Monumento a la Madre y la Iglesia San José, al igual que se reconoció que los atractivos culturales que más han participado son el juego de la Macateta y el Palo Encebado, también se logró establecer que están dispuestos a pagar de \$1 a 5 y los aspectos que lo motivan es obtener experiencia cultural profunda, por último las actividades que consideran que se pueden reactivar actualmente son la creación de un blog, establecer una marca turística y realizar recorridos virtuales.
- Una vez identificado las preferencias hacia el turismo cultural se realizó el plan de reactivación de turismo cultural, en el cual se plantearon tres programas donde cada programa incluye su proyecto con sus respectivas actividades, metas, responsable y presupuesto, lo que beneficiaría a la comunidad y al turista, a diversificar la oferta turística del cantón aprovechando su riqueza cultural y fomentar el desarrollo turístico y económico del cantón.

## **5.2. Recomendaciones**

- Es importante que la jefatura de Turismo Municipal del cantón Quevedo actualice las fichas turísticas para conocer los atractivos culturales tangibles e intangibles a fin de contar con mayor información y llevar a cabo el diseño de un plan de reactivación que fortalezca el conocimiento cultural existente.
- Los estudiantes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo deben realizar de manera continua estudios técnicos a la población sobre turismo cultural y de esta manera establecer nuevas propuestas para revitalizar la cultura local.
- Es importante que las autoridades del cantón Quevedo consideren el plan de reactivación del turismo cultural, para que se ejecuten los proyectos propuestos a fin de conservar, fortalecer la cultura local y contribuir al desarrollo turístico y económico de la población.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFIA**

## Bibliografía

- Du Cros, H., & Mckercher, B. (2015). *Cultural Tourism Second Edition*. New York: Routledge.
- Abreu, J. L. (Diciembre de 2014). *El Método de la Investigación*. Mexico: Daena.
- Alcaldía Quevedo. (2019). *Quevedo Ciudad del Rio*. Obtenido de <http://quevedo.gob.ec/quevedo-en-la-historia/>
- Andrade, G. T. (2016). *Perfil del Turista que Visita la Ciudad de Cuenca, Influido por su Reconocimiento como Ciudad Patrimonio de la Humanidad*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26148/1/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación. En F. G. Arias, *El Proyecto de Investigación* (pág. 146). Caracas: Episteme.
- Barros, M. V. (2018). *Turismo Cultural como Reactivación Turística del Cantón Pueblo Viejo Provincia de Los Rios*. Obtenido de Universidad Técnica de Babahoyo: <file:///C:/Users/MINEDUC/Downloads/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000029.pdf>
- Bericat, E. (2016). *Cultura y la sociedad*. España: Tecnos.
- Bernal. (2010). Metodología de la Investigación. En C. A. Bernal, *Metodología de la Investigación* (pág. 320). Colombia: Pearson.
- Bernal. (Marzo de 09 de 2012). *La Planificación Conceptos Básicos*. Obtenido de Universidad Santa María: <https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>
- Bonet, L. (2005). Turismo Cultural. *A Handbook of Cultural Economics*, 187.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis Histórico de la Evolución del Turismo en Territorio Ecuatoriano. *Dialnet*, 8-24.
- Carvajal, G. Z., & Lemoine, A. Q. (2017). Análisis de los Atractivos y Recursos Turísticos. *Scielo*.
- Castro, M. L., & Avila, R. C. (2015). La Salvaguardia del Patrimonio Cultural. *RIIPAC*, 4-36.
- Chamorro, D. P. (2015). *Promoción Turística de la Cultura Guamal, Provincia del Carchi a través de un centro artístico cultural en la comunidad Tambo*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador : <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6156/1/T-UCE-0009-535.pdf>
- Chaparro, C. (Enero de 2018). *Patrimonio Cultural Tangible*. Obtenido de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf>

- Cifuentes, K. E. (2014). *Plan de Desarrollo de Turismo Cultural para la Parroquia de San Antonio de Ibarra Provincia de Imbabura*. Obtenido de Uniandes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1561/1/TUIETH006-2015.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Cornejo, A. C. (Junio de 2010). *Reportaje Promocional Turístico sobre la Ruta Ibarra-Salinas-Primer Paso y Riobamba-Sibambe*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2494/1/tesis%20completa.pdf>
- Covarrubias, R. R. (2015). En *Evaluación de Potencial en Municipios Turísticos* (pág. 93). Colima Mexico: Eumed.
- Daltabuit, M. G., Vaquez, L. M., & Ruiz, G. (2016). El Turismo Costero en la Ecorregión del Sistema Arrecifal Mesoamericano. *Universidad Nacional Autónoma de México World Wildlife Fund* , 359. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México.
- García, J. H., & Rugel, C. C. (31 de Agosto de 2016). *Desarrollo de un Plan Estratégico de Turismo Cultural en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6410/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-297.pdf>
- Global Informadores. (18 de Septiembre de 2019). *El Turismo Cultural en la Actualidad*. Obtenido de Global Informadores: <https://globalinformadores.com/el-turismo-cultural-en-la-actualidad/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del%20Turismo,y%20monumentos%2C%20folklore%2C%20arte%20o>
- Gobierno Municipal de Quevedo. (2020). *Ordenanza Municipal*. Obtenido de Gobierno Municipal de Quevedo: <http://quevedo.gob.ec/ordenanzas-2020/>
- Gómez, E. L., Navas, F., Aponte, D., Mayor, G., & Betancourt, I. B. (Abril de 2014). Universidad Nacional de Colombia. *DYNA*, 184. Obtenido de Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización: <https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). En *Introducción al Turismo* (pág. 293). México: Patria.
- Hernández, G. C. (Diciembre de 2017). *El Método Analítico*. Obtenido de Universidad Autónoma de Hidalgo: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/b\\_huejutla/2017/Metodo\\_Analitico.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf)
- Ibañez, R. P., & Cabrera, C. V. (2011). *Teoría General del Turismo*. México: Serie Didáctica.
- Iberdrola. (2021). *El turismo Cultural, la Mejor Manera de Viajar y oCnocer el Mundo*. Obtenido de Iberdrola S.A.: <https://www.iberdrola.com/cultura/que-es-turismo-cultural-y-su-importancia>

- INEC. (2010). *Poblacion Economicamente Activa de Quevedo*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Irigary, S. S. (2013). *El Concepto de Patrimonio Inmaterial*. Navarra España: Separata.
- Jalal, J. C., Ramos, M. R., Ajeue, A. O., Lorenty, C. R., & Dieguez, P. H. (Septiembre de 2015). *Metodos de Investigación*. Obtenido de Universidad San Carlos de Guatemala: [https://metfahusac.weebly.com/uploads/6/5/0/9/65099471/informe\\_creativo-grupo\\_5.pdf](https://metfahusac.weebly.com/uploads/6/5/0/9/65099471/informe_creativo-grupo_5.pdf)
- Kang, V. B. (Diciembre de 2012). *Propuesta para la Implementacion de Micronegocios en la Ruta del Rio Quevedo para el Fomento de un Turismo Recreacional Sustentable*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil : <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/349/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-65.pdf>
- Ley Orgánica de la Cultura. (29 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec093es.pdf>
- Lopez, Y. B. (2019). *Patrimonio Cultural Tangible e Intangible del Area Urbana del Municipio de Sincelejo*. Obtenido de Universidad de Cordoba: <https://repositorio.unicordoba.edu.co/xmlui/bitstream/handle/ucordoba/2293/L%C3%B3pezbanquetyaquel%C3%ADn.pdf>
- Machado, M. B. (2020). *Actividades Recreativas Fluviales como Mecanismo de Reactivacion Turistica del Rio Babahoyo*. Babahoyo: Universidad Tecnica Babahoyo.
- Mejia, J. N. (2004). Investigación Cualitativa Nuevos Conceptos y Campos de Desarrollo. *Investigaciones Sociales*, 277-299.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introduccion al Patrimonio Cultural*. Ecuador: Noción.
- Ministerio de Turismo . (23 de 12 de 2019). *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turistica*. Obtenido de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Quevedo Combina Turismo, Agricultura y Naturaleza en un Solo Lugar*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/quevedo-combina-turismo-agricultura-y-naturaleza-en-un-solo-lugar/>
- Mondejar, J. A., Cordente, R. M., Mendejar, J. J., & Meseguer, M. L. (2009). *Perfil del Turista Cultural una Aproximación a traves de sus Motivaciones*. Obtenido de Universidad de Castilla: <file:///C:/Users/MINEDUC/Downloads/314613-Texto%20del%20art%C3%ADculo-446059-1-10-20161114.pdf>

- Moragues, D. C. (2006). *Turismo Cultura y Desarrollo*. Madrid: EGRAF.
- Morillo, M. M. (2011). Turismo y Producto Turístico. *Redaly*, 158.
- Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos . *Redalyc*, 357.
- Nieto, J. G., Roman, M. S., Bonillo, D. M., & Nastute, P. (2016). Turismo a Nivel Mundial. *Dialnet*, 144.
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Cultura y Nuestros Derechos Culturales*. Ilus.
- Organizacion Mundial del Turismo. (2020). *Glosario de Terminos Turisticos*. Obtenido de OMT: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Panosso, A. N. (2012). Teoría del Turismo. En A. N. Panosso, *Teoría del Turismo* (pág. 158). Mexico: Trillas.
- Pastor, M. (2003). *El Patrimonio Cultural como Opcion Turística*. España: Universidad Alicante.
- Quintana, C., & Stagno, R. (2009). Patrimonio y Turismo. *Pasos*, 319.
- Raffino, M. E. (13 de Agosto de 2020). *Investigación Cualitativa y Cuantitativa*. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>
- Ruiz, R. G. (2017). Reactivación Participativa del Espacio Público. *Gestion Cultural*, 116.
- Salazar, Y. C. (2019). El Desarrollo Cultural Complicidad Necesaria. *SciELO*.
- Suntaxi, W. S. (2019). *Plan de Reactivación Turística Cultural para la Ciudad de Sangolqui, Cantón Rumiñahi*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17856/1/T-UCE-0009-CSO-119.pdf>
- UNESCO. (21 de Noviembre de 1972). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural*. Obtenido de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO. (2019). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y Cultura: <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>
- Valverde, R. S. (2017). *Plan de Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia De Turistas En El Refugio De Vida Silvestre*. Chiclayo: Universidad Juan Mejía Baca.
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local, La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. Obtenido de Universidad Nacional Mar de Plata: [http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco\\_c.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf)
- Yumisaca, J., Mendoza, E., & Peralta, S. (2019). Planificación turística: perspectivas desde las comunidades . *Espirales*, 424.

**CAPITULO VII**  
**ANEXOS**

## 7.1. Anexo 1. Atractivos culturales tangibles del cantón Quevedo.

**Figura 16** Iglesia Santísima Trinidad



**Figura 17** Iglesia San Cristóbal



**Figura 18** Iglesia San José



**Figura 19** Parque Central



**Figura 21** Monumento Parque a la Madre



**Figura 20** Monumento Héroes del Cenepa



**Figura 23** Monumento Juan Montalvo



**Figura 22** Monumento al Bocachico



**Figura 25** Parque el Avión



**Figura 24** Monumento a la Dra. June Guzmán



**Figura 26** Monumentos Eloy Alfaro, José María Velasco Ibarra y León Febres Cordero



**Figura 29** Puente Jose Maria Velasco Ibarra



**Figura 28** Piezas históricas del Museo Arqueológico Quevedo



**Figura 27** Museo Arqueológico Quevedo



## 7.2. Anexo 2. Atractivos culturales intangibles del cantón Quevedo

**Figura 31** Fiestas o Conmemoraciones Religiosas



**Figura 30** Ritos “Misa en la Ciudadela Mi País”



**Figura 33** Practicas Comunitarias “Mingas “



**Figura 32** Fiestas del día de la Raza



**Figura 35** Danza Tradicional “ Costeña”



**Figura 34** Danza Tradicional “Serrana”



**Figura 37** Juego “Huevo en la cuchara”



**Figura 38** Juego “ El Ensacado”



**Figura 36** Juego “ Baile de la silla”



**Figura 40** Ritos “ Matrimonio”



**Figura 39** Tecnicas y Saberes Productivas Tradicionales



**Figura 41** Expresiones Orales “Amorfinos”



### 7.3. Formato de encuesta



## UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO” FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO



Encuesta para determinar las preferencias hacia el turismo cultural de los habitantes del cantón Quevedo año 2021.

### DATOS PERSONALES

#### 1. Género

Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

#### 2. Edad

15 a 28 \_\_\_\_\_ 29 a 39 \_\_\_\_\_ 40 a 50 \_\_\_\_\_ 51 a 60 \_\_\_\_\_ Más de 61 \_\_\_\_\_

#### 3. Ciudad de procedencia

\_\_\_\_\_

#### 4. Nivel de instrucción

Primaria \_\_\_\_\_

Secundaria \_\_\_\_\_

Técnico Superior \_\_\_\_\_

Superior (pregrado) \_\_\_\_\_

Postgrado \_\_\_\_\_

Ninguna \_\_\_\_\_

#### 5. Ocupación

Estudiante \_\_\_\_\_

Ama de casa \_\_\_\_\_

Comerciante \_\_\_\_\_

Agricultor \_\_\_\_\_

Artesano \_\_\_\_\_

Servidor Público \_\_\_\_\_

Servidor Privado\_\_\_\_\_

Otro\_\_\_\_\_

**6. ¿Conoce usted los atractivos culturales del cantón Quevedo?**

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

**7. ¿Cuál de estos atractivos culturales usted ha visitado?**

Museo arqueológico Quevedo\_\_\_\_\_

Museo Héroe del Cenepa\_\_\_\_\_

Monumento héroes del cenepa\_\_\_\_\_

Monumento al Bocachico\_\_\_\_\_

Monumento a la Dra. June Guzmán\_\_\_\_\_

Monumento Eloy Alfaro \_\_\_\_\_

Monumento José María Velasco Ibarra\_\_\_\_\_

Monumento León Febres Cordero\_\_\_\_\_

Monumento a la Madre \_\_\_\_\_

Casa de Hacienda \_\_\_\_\_

Iglesia San José\_\_\_\_\_

Parque central \_\_\_\_\_

Puente Velasco Ibarra\_\_\_\_\_

**8. En cuál de estos atractivos culturales usted ha participado**

Rayuela\_\_\_\_\_

Palo encebado\_\_\_\_\_

Hula-hula\_\_\_\_\_

Macateta\_\_\_\_\_

Escondido\_\_\_\_\_

Baile de la silla\_\_\_\_\_

Baile del tomate\_\_\_\_\_

Pato enterrado\_\_\_\_\_

Puerco encebado\_\_\_\_\_

Juego de las ollas encantadas\_\_\_\_\_

Juego la bolicha\_\_\_\_\_

Juego la madrina\_\_\_\_\_

Juego con la botella\_\_\_\_\_

Juego con el huevo en cuchara\_\_\_\_\_

**9. Al visitar los atractivos culturales. Preferiría hacerlo:**

Solo\_\_\_\_\_

Con amigos\_\_\_\_\_

En pareja\_\_\_\_\_

Con la familia\_\_\_\_\_

**10. Cuanto usted está dispuesto a pagar para acceder a los atractivos culturales**

\$ 1 a 5\_\_\_\_\_

\$ 6 a 10\_\_\_\_\_

\$ 11 a 15\_\_\_\_\_

\$ Mas de 15

Ningún valor\_\_\_\_\_

**11. Que aspectos le motivan visitar atractivos culturales**

Obtener experiencia cultural profunda (alta motivación, y apasionado por museos, patrimonio, artes, visita a atractivos por largo tiempo)

Obtener una experiencia más superficial (motivación parcial por museos, patrimonio, gastronomía, monumentos, coleccionar experiencias, viajar ampliamente)

Viajar por descanso, pero no por motivos culturales, sin embargo, después de participar y explorar diversos atractivos termino obteniendo una profunda experiencia cultural con las manifestaciones de la comunidad, comida callejera, museos de arte, etc.

Obtener una experiencia superficial, motivación media por la cultura, viajar por otros intereses como: reunión familiar, recorridos en autobús, participación en manifestaciones populares y visita ocasional a atracciones patrimoniales importantes.

Participar de manera esporádica en algunas actividades culturales, pero teniendo baja motivación por la cultura, visitar sitios como parques temáticos, monumentos, atractivos icónicos, teatros, ya sea en tiempos libres, como excursión o para socializar con otros.

**12. Que considera que sería importante que brinde un sitio cultural para que sea visitado**

Que cuente una historia\_\_\_\_\_

Que muestre una experiencia participativa\_\_\_\_\_

Que se centre en la calidad\_\_\_\_\_

Que muestre una experiencia relevante al turista\_\_\_\_\_

Que ofrezca servicio de información\_\_\_\_\_

Que ofrezca guianza \_\_\_\_\_

**13. Qué tipo de actividades usted considera que se pueden reactivar actualmente aprovechando la cultura local de la ciudad**

Revista cultural\_\_\_\_\_

Recorridos virtuales y presenciales \_\_\_\_\_

Difusión de los atractivos culturales mediante redes sociales\_\_\_\_\_

Feria gastronómica de comida tradicional\_\_\_\_\_

Feria de danza, juegos tradicionales y técnicas artesanales\_\_\_\_\_

Crear una marca y personalizarla en diferentes productos como: (camisetas, buzos, tazas, mascarillas, gorras etc.) \_\_\_\_\_

Exposiciones fotográficas\_\_\_\_\_

Crear un blog cultural que contenga la máxima información posible\_\_\_\_\_

## 7.4. Certificado Urkund

Figura 42 Certificado Urkund



### Document Information

<b>Analyzed document</b>	Tesis Lisbeth Solange Tomala Macias Plan de Reactivación de Turismo Cultural del ca ntón Quevedo año 2021.docx (D99278471)
<b>Submitted</b>	3/23/2021 3:02:00 AM
<b>Submitted by</b>	Karen Betancourt
<b>Submitter email</b>	kbetancourt@uteq.edu.ec
<b>Similarity</b>	4%
<b>Analysis address</b>	kbetancourt.uteq@analysis.orkund.com



### Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="https://globalinformadores.com/el-turismo-cultural-en-la-actualidad/#:~:text=La%20...">https://globalinformadores.com/el-turismo-cultural-en-la-actualidad/#:~:text=La%20 ...</a> Fetched: 3/23/2021 3:10:00 AM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/96153943-Universidad-tecnologica-equinoccial.html">https://docplayer.es/96153943-Universidad-tecnologica-equinoccial.html</a> Fetched: 5/31/2020 12:29:50 PM	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17856/1/T-UCE-0009-CSO-119.pdf">http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17856/1/T-UCE-0009-CSO-119.pdf</a> Fetched: 1/9/2021 1:16:13 AM	 5
<b>W</b>	URL: <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/200323091.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/200323091.pdf</a> Fetched: 7/7/2020 11:27:40 PM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/163802409-Sede-ibarra-escuela-de-gestion-de-emresas-turistic...">https://docplayer.es/163802409-Sede-ibarra-escuela-de-gestion-de-emresas-turistic ...</a> Fetched: 1/15/2021 8:21:54 AM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/754/1/334%20EI%20patrimonio%20i...">http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/754/1/334%20EI%20patrimonio%20i ...</a> Fetched: 1/4/2021 7:11:19 PM	 2