# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RIOBAMBA

## COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN

### INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AUTORA: ING. TANIA LEONOR PARRA PROAÑO MsC.

DIRECTORA: ING. ROSA EDITH OSEJO VALLEJO Mgs.

RIOBAMBA

2021

## INDICE

1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO....4

1.1. Título del proyecto....4

1.2. Tipo de proyecto....4

1.3. Área de Investigación....4

1.4. Línea/s de Investigación....4

1.5. Tiempo de Ejecución del Proyecto....4

1.6. Localización Geográfica del Proyecto....4

1.7. Miembros del Proyecto....4

2. OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO "TODA UNA VIDA" RELACIONADOS CON EL PROYECTO....5

3. DATOS DE OTRA INSTITUCIÓN .... **¡Error! Marcador no definido.**

4. RESUMEN....5

5. SUMMARY (Certificado por el Área de Inglés) ..... **¡Error! Marcador no definido.**

6. INTRODUCCIÓN....6

7. INFORMACIÓN DETALLADA DEL PROYECTO....10

7.1. Planteamiento del problema de investigación....10

7.2 Formulación del problema de investigación....12

7.3 Justificación de la Investigación....12

7.4 Hipótesis (Deben derivarse naturalmente del Marco teórico)....13

7.5. Objetivos....13

**7.5.1. Objetivo general**....13

**7.5.2. Objetivos específicos.**....13

7.6. Establecimiento de Variables de investigación....13

**7.6.1 Operacionalización de variables** ....13

8. METODOLOGÍA.....14

(Sera la misma presentada en el proyecto, detallándose en pasado cómo fueron empleadas en función del logro de los objetivos establecidos.)**¡Error! Marcador no definido.**

8.1. Clasificación de la Investigación.....14

8.2. Métodos.....14

8.3. Técnicas e instrumentos de investigación.....14

8.4. Población y muestra.....14

8.5. Tipo de Muestreo.....14

9. MARCO TEÓRICO.....15

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN RESULTADOS.....15

11. EVALUACIÓN DE HIPÓTESIS.....48

12. IMPACTOS.....48

13. ASPECTOS BIOÉTICOS Y SOCIALES (Opcional)**¡Error! Marcador no definido.**

14. CONCLUSIONES.....49

15. RECOMENDACIONES.....49

16. DECLARACIÓN FINAL Y FIRMAS DE RESPONSABILIDAD.....50

17. BIBLIOGRAFIA.....51

18. PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN ADICIONALES.....52

19. CONVENIOS..... **¡Error! Marcador no definido.**

20. ANEXOS..... **¡Error! Marcador no definido.**

## DATOS GENERALES DEL PROYECTO

### 1.1. Título del proyecto

EL TURISMO INTANGIBLE COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

### 1.2. Tipo de proyecto.

Investigación básica, aplicada.

### 1.2. Área de Investigación

Biodiversidad y Patrimonio Natural

### 1.3. Línea/s de Investigación

Patrimonio y Turismo

### 1.5. Tiempo de Ejecución del Proyecto

Duración del proyecto doce meses

### 1.6. Localización Geográfica del Proyecto

País Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia: Lizarzaburu

### 1.7. Miembros del Proyecto

| FUNCIÓN | CÉDULA DE IDENTIDAD | NOMBRE COMPLETO | ENTIDAD A LA QUE PERTENECE | TELÉFONO FIJO, CELULAR Y CORREO ELECTRÓNICO |
|---|---|---|---|---|
| Director del Proyecto | 1710407816 | ROSA EDITH OSEJO ALLEJO | IST RIOBAMBA | 0996930853 edithosejo@gmail.com |
| Investigador 1 | 0602213613 | TANIA LEONOR PARRA PROAÑO | IST RIOBAMBA | 0982204970 tania201268@yahoo.es |

## 2. OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO "TODA UNA VIDA" RELACIONADOS CON EL PROYECTO.

- Los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo "Toda una Vida", relacionados con el proyecto son los siguientes:
- Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.
- Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y la plurinacionalidad, revalorizándolas identidades diversas.
- Objetivo 7: Incentivar una sociedad participativa con un estado cerca al servicio de la ciudadanía.

## 4. RESUMEN

La investigación tiene como propósito establecer y ubicar un nuevo servicio o producto en el área turismo y que constituya un potencial para la práctica de esta actividad en el Ecuador, toda vez que a partir del reconocimiento de un estado plurinacional se han reivindicado todo el acervo cultural existente en la geografía ecuatoriana. Tales culturas si bien no han permanecido inmunes al influjo de occidente no es menos cierto que una vez dada las condiciones de apertura y respeto a la diversidad se han mostrado en diferentes etnias aspectos que se son propios en su vida individual y colectiva, los mismos que les han permitido permanecer en el tiempo fundamentado en una visión distinta especialmente en las relaciones interpersonales, colectivas, comunales y sociales en general, a tal punto que dichas costumbres, usos, prácticas, conocimientos, sabidurías y demás aspectos de la vida colectiva han llegado ser considerados verdaderos patrimonios
.

A más de ello, el presente trabajo aspira ampliar la visión que se tiene sobre la oferta turística destinada exclusivamente a toda oferta material es decir todo aquello que se puede visualizar como por ejemplo el paisaje, todo lo que se puede sentir ejemplo mares climas, en definitiva no solamente la geografía como espacio físicos es el producto exclusivos de disfrute complementado con la actividad turística y hotelera si no también aquello que no se puede palpar, sentir pero si transmitir experiencias nuevas de carácter espiritual, material como puede ser coexistir en una vida en comunidad y comunión.

Palabras Claves:

Producto, servicio, turismo, cultura, patrimonio.

## 5. SUMMARY

This research establishes and locates a potential new service or product in the tourism area for the its practice in Ecuador. Since the recognition of plurinationality Ecuadorian geography cultural heritage has been claimed, although such cultures have not remained immune to West influence. It is true that ethnic groups have shown particular aspects own to individual and collective lives. They have allowed them to remain the same: interpersonally, collectively, communally social relations. So that their customs, uses, practices, knowledge, wisdom and other collective life aspects have become real assets. To broaden tourist vision of an exclusive material offer, such as landscape, we must be included everything we visualize and feel, climates.

Geography is not the exclusive product of enjoyment complementedby tourism and hotel activity, but also what we can fell, and transmitted becoming new spiritual and material nature experiences, such as community and fellowship life coexistence.

**Keywords:** Product, Service, Tourism, Culture, Heritage

**Lic. Yesenia Amaguaña**
**Docente ISTR**

# 6. INTRODUCCIÓN

En el año de 2008 entró en vigencia en el Ecuador una nueva Constitución[1] que parte en su Art. 1. Declarándole al Ecuador como un estado plurinacional entre otras características, concomitantemente con ello en el inciso segundo del Art. 2. Establece que los idiomas oficiales del Ecuador de relación intercultural además del castellano son el kechua y el shuar. Establece esta carta fundamental un capítulo entero dedicado a los derechos de las comunidades pueblos y nacionalidades[2] en donde entre otras atribuciones, beneficios les otorga la posibilidad, de mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social[3], de la misma forma tiene la potestad de tener, conservar la propiedad de forma imprescriptible de sus tierras, además de ello, sus dominios son inalienables, inembargables e indivisibles[4], sobre estos territorios se faculta a las comunidades pueblos y nacionalidades conserven y promueven sus prácticas del manejo de biodiversidad y de su entorno natural[5], conservar y desarrollar su propias formas de convivencia y organización social manteniendo la practica en sus territorios de su derecho propio, preservar su patrimonio cultural e histórico y por último mantener y desarrollar relaciones de cooperación con otros pueblos.

Con este marco constitucional fundamental se abre un mundo de posibilidades para el desarrollo de los pueblos y comunidades que no solamente consisten en el respeto a su identidad cultural si no la posibilidad de promover, y desarrollar el mismo a través de delinear un catálogo de productos turísticos intangibles de acceso al mundo.

En este marco jurídico se fundamenta principalmente porque a pesar de la extensión territorial Ecuador registra la existencia de 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas[6],

[1] La última Constitución de la República de Ecuador fue aprobada mediante referéndum y publicada en el Registro Oficial N°449 de 20 de octubre de 2008.
[2] Los derechos referidos a los pueblos y nacionalidades se encuentran en el capítulo cuarto a partir del Art.56 al 60.
[3] Inciso numeral 1Art. 57 de la Constitución de la República del Ecuador.
[4] Numeral 4 Artículo 57;
[5] Numeral 8 del Art.57
[6] Consejo Nacional de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE).

Ubicados generalmente en diferentes puntos geográficos en las regiones de la sierra, amazonia, costa, región insular. Esta riqueza étnica consiste básicamente en una riqueza de carácter intangible ya que se reduce a instituciones, usos, prácticas, conocimientos y saberes ancestrales, distintos o diferentes a los establecidos por la cultura occidental el mismo que en términos reales y objetivos se pueden encontrar en la relación diaria y cotidiana de estos pueblos. A tal punto que si bien es importante y magnífico que el lugar geográfico dónde se asientan se creen productos intangibles por la creciente demanda de turistas que exigen a más de experimentar esos espacios geográficos tener la posibilidad de convivir o tener momentos de coexistencia o de relación social con sus habitantes, es decir tener la experiencia de formar parte de una comunidad distinta a la suya y con ello llevar una experiencia intensa que llene aspectos espirituales que satisfagan deseos de curiosidad de cualquier persona. Se puede indicar que según algunos especialistas los viajeros turísticos internacionales se orientan cada vez más a la búsqueda de nuevas experiencias, es decir un turismo más activo que pasivo y que las actividades sean relacionadas con la naturaleza la cultura y la aventura.

Estos productos básicamente consisten en lo siguiente:

Ofertar una alimentación consistente en la preparación de platos típicos según la oferta gastronómica propia del sector, utilizando productos de la zona y servidos con utensillos propios de las costumbres y tradiciones como la cerámica ancestral hecha bajo sus propios procedimientos.

Que su servicio de alojamiento u hospedaje sea mediante la utilización de infraestructura de la zona en similares condiciones de los nativos con precauciones y seguridades.

Participar en fiestas, con la presencia de todos los simbolismos, actitudes, música, danza, costumbres y tradiciones en la forma como se estila en las comunidades, Compartir conocimientos y saberes sobre propiedades atributos y usos de plantas, tierra, aromas del entorno, participar en actividades específicas de labores diarias, pudiendo ser caza, pesca cosecha sembrío de productos de la zona en la medida de que se lo realice como un acto rutinario.

Llevar vestimenta típica del sector, para que conocer los simbolismos, costumbres y tradiciones ancestrales.

Ofertar la participación de las ceremonias ancestrales de purificación dónde los curanderos o shamanes les transporten espiritualmente con sus ancestros y se purifiquen, se limpien de energías negativas y se colmen de energías positivas, les den baños de pureza, suerte, etc.

# 7. INFORMACIÓN DETALLADA DEL PROYECTO

## 7.1. Planteamiento del problema de investigación

Bajo el nuevo marco jurídico constitucional ecuatoriano en el que se recoge una nueva visión de las relaciones entre la sociedad ecuatoriana y también con respecto a la naturaleza y el medio ambiente, abre un abanico de posibilidades para que los pueblos y nacionalidades del Ecuador emprendan con actividades económicas no tradicionales como son la agricultura, ganadería básica, cierta producción artesanal en niveles micro si no que, aparece la posibilidad de desarrollar actividades dentro del campo administrativo, de servicios y dentro del turismo de forma específica el servicio turístico.

Es política de estado y también de los particulares el promover un cambio en la matriz productiva convirtiéndole al Ecuador en un destino turístico mundial y también interno, para ello la oferta o como el país se ofrece al mundo es promoviendo su privilegiada geografía un ejemplo que pretende de ello es el spot publicitario contratado por el Ex Presidente Correa y que se difundió en el Bold, en su análisis podemos encontrar que el Ecuador solo oferta productos turísticos tangibles esto es montañas, nevados, el tren, la naturaleza (Galápagos, Oriente, reservas, etc). Mientras que lo intangible como costumbres y tradiciones ancestrales de nuestros pueblos, no.

Sin embargo, en comunidades del oriente o Amazonía se está produciendo un fenómeno en el cual personas usualmente extranjeros cambian radicalmente sus motivaciones y hábitos de consumo, generando nuevos segmentos de mercado, es decir son más exigentes y definen claramente sus expectativas inspiran a vivir experiencias que consisten básicamente en formar parte de estos colectivos ancestrales por periodos cortos en el tiempo, es decir aquellas visitas en los pueblos, donde podrán visitar los ríos, fauna flora sino también podrán participar en el cotidianidad y formar parte de esta comunidad o llegar a sentirse un miembro más de la comunidad para ello este involucramiento consiste en vivir los rituales, su gastronomía y compartir los conocimientos y sabidurías ancestrales de los pueblos y comunidades.

Al ser este una innovación en la oferta turística no existe abundante literatura en la que se explique desde la naturaleza de la nueva oferta turística, ni los procesos administrativos, tecnológicos para llevar adelante un proyecto de esta índole, no se ha codificado, instrumentado en documento de carácter técnico lo que podría llamarse en un primer momento un producto turístico intangible.

Es parte entonces, planteando una definición base de lo que significaría un producto turístico intangible desde la conceptualización jurídica de un bien intangible. El intangible constituye aquel

inmaterial susceptible de ser apropiado y consecuentemente comercializado un ejemplo de ello es la marca[7] indica "es un nombre o término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de alguno de ellos que identifica a los productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores", podemos resaltar que la marca debe identificar a producto lo que transmitimos la idea de lo que queremos vender y diferenciar de un producto al otro, es decir es el conjunto de valores que los consumidores asocian a una empresa, país o producto. La marca es el conjunto de valores de un producto con la que diferenciamos de la competencia, es decir posicionamos en nuestra mente respecto al resto de las marcas de la misma categoría.

Entonces podemos decir que un producto turístico intangible es un conjunto de bienes inmateriales consistente de todo un acervo cultural milenario de cierto pueblos y colectivos en el mundo[8].

De la definición base podemos considerar ciertos elementos de la cultura[9] de los pueblos ancestrales y que son intangibles tal es el caso de saberes ancestrales relacionados con las sanaciones, limpias, curaciones a ciertos males espirituales y del cuerpo.

La alimentación básica, orgánica, como su forma de procesamiento, la recolección de hortalizas, semillas, hierbas condimentadas y medicinales, son productos que pueden ser colocados en los restaurantes y hoteles que dan servicio de alimentación y los alimentos procesados como mermeladas, vinos, yogures. Etc.

Los rituales, como danzas y expresiones artísticas, recuerdos o souvenirs hechos por la gente propia del lugar, como la vestimenta, joyas, cremas, perfumes, elaborados con los recursos naturales adecuadamente elaborados como fibras y coloridos naturales extraídos de semillas de la naturaleza.

Si bien pueden existir muchos más elementos a poder ser aprovechados los señalados constituyen parten sustancial de un emprendimiento turístico sobre intangibles. Los mismos se pueden desarrollar de la siguiente forma:

- La alimentación-. Dentro de los atractivos turísticos está la gastronomía, la oferta gastronómica que podemos ofrecer y que tiene su tinte ancestral, no hay que pensar que

[7] Asociación Americana de Marketing (AMA).
[8] Cuaderno del Marketing. (Sergi Larripa). Un bien es un objeto físico, tangible, normalmente almacenable y puede ser perecedero o no mientras que un servicio no lo diferencia del producto si no de los bienes siendo su tipología (no físico, intangible y perecedero, pues finaliza en el momento mismo de haber recibido el servicio).
[9] (Federico Giliberti) Cultura se refiere al conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas

porque es un alimento del campo y que las personas que nos atienden son personas sin mucha preparación, debemos maltratarnos al recibir el servicio, entonces la calidad juega un papel importante al momento de ofertar un producto o servicio cualquiera. Es necesario la capacitación sobre la preparación, la asepsia al momento de manipular los distintos géneros alimenticios, la forma de llegar al cliente quien demanda de nuestros servicios, la alimentación tradicional, ancestral, autóctono no es sinónimo de recibir un mal servicio, hay que cambiar esa mentalidad. Es cierto que hoy en la actualidad los turistas buscan lo más original pero depende de cómo vendamos la idea lograremos posicionar nuestros productos en la mente del consumidor.

- Expresiones artísticas-. Las costumbres y tradiciones que nuestros pueblos pueden demostrar como atractivos y se conjugaría en un solo producto o servicio.

Simbolismo y rituales-. La cosmovisión indígena, la pachamama, las costumbres ancestrales transmitidos mediante expresiones lúdicas deben ser conceptualizadas también no como un complemento de un servicio si no como un producto intangible más, que al ser considerados por sus bondades el turismo que gusta de este tipo de servicio lo haga formalmente y no clandestinamente, como algo malo. Se debe dar el valor que esto acarrea y su importancia en la cosmovisión indígena

### 7.2 Formulación del problema de investigación.

El turismo intangible como producto turístico incidirá en el desarrollo turístico en el Ecuador.

### 7.3 Justificación de la Investigación.

Es necesario entender que esta investigación pretende dar a conocer los pormenores de un producto turístico y de cómo se debería conceptualizar a un producto turístico intangible o inmaterial. El producto turístico que oferta el Ecuador son productos tangibles y no se le da mucho realce al producto intangible y que es lo que nos identifica por nuestra ancestralidad, costumbres, tradiciones y que a lo largo del tiempo se ha venido transmitiendo de generación en generación corriendo el peligro de perder esa memoria colectiva y por ende perder nuestra cultura, nuestro patrimonio. Es necesario rescatar y para ello hay que darle la importancia a lo que somos, tenemos, con el objetivo dar una oportunidad a aquellos que viven de esto haciendo que se le considere un producto turístico intangible del Ecuador.

### 7.4 Hipótesis

Si visualizamos al producto turístico intangible como una oportunidad de desarrollo, en el Ecuador incidirá en el incremento de destinos turísticos

### 7.5. Objetivos

#### *7.5.1. Objetivo general*

Estudiar a los productos turísticos materiales e inmateriales reconocidos o catalogados del Ecuador y ver cuantos productos turísticos intangibles existen.

#### *7.5.2. Objetivos específicos.*

- Determinar los productos turísticos materiales catalogados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

- Determinar los productos turístico inmaterial o intangible en el portafolio de productos en el Ecuador.

### 7.6. Establecimiento de Variables de investigación

#### *7.6.1 Operacionalización de variables*

| OBJETIVOS | DIMENSIÓN | INDICADOR. | ÍTEMS |
|---|---|---|---|
| Estudiar a los productos turísticos materiales e inmateriales reconocidos o catalogados del Ecuador. | Inventariar los productos turísticos materiales e inmateriales | Aporte científico | Realizar un estudio pormenorizado de los productos turísticos materiales e inmateriales. |
| productos turísticos intangibles existentes. | Producirá la visitación de turistas | Incremento de la demanda turística | Existen lugares donde oferten el producto. |

***Nota: Cuadro de Operacionalización de variables***

# 8. METODOLOGÍA

### 8.1. Clasificación de la Investigación.

- Investigación exploratoria por que no conocemos ya que es un tema vagamente relacionado establecer prioridades y determinar tendencias

- Investigación Descriptiva porque trata de describir determinados eventos o fenómenos, especificando propiedades específicas de personas, grupos, comunidades y ser sometidos a análisis.

- Investigación correlacional porque vamos a medir la relación que existe entre dos o más conceptos o variables dentro de un mismo contexto.

### 8.2. Métodos.

- Método Inductivo-. A partir de los casos particulares y observaciones de la realidad se extraen conclusiones de carácter general. Comenzará con la recolección de datos, se categorizarán las variables observadas, se probarán las hipótesis.

-Método Deductivo-. Se caracteriza por partir de una premisa general para sacar conclusiones de un caso en particular, se pone énfasis en la teoría, la explicación, la abstracción, no en la recolección de datos empíricos o en la observación y experimentación.

### 8.3. Técnicas e instrumentos de investigación.

La técnica en la que nos basaremos para la obtención de la información es la revisión bibliográfica con temas relacionados a la investigación

### 8.4. Población y muestra

La población a la cual se dirige la investigación es básica, y para la obtención de la información nos basaremos en la recolección de datos bibliográficos obtenidos en los diferentes estudios científicos y aportes de las distintas entidades gubernamentales como el Ministerios de Turismo.

### 8.5. Tipo de Muestreo

El método que se aplicará es el método de muestras Mixta.

## 9. MARCO TEÓRICO

Recurso turístico-. Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitados o admirados por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

Atractivo turístico-. Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, este es, que estén dotados de al menos accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otras definiciones que establecen una definición la establece la metodología de inventarios turísticos del MINTUR:

Atractivos turísticos-. Es el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés de visitantes. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

El Ecuador tiene inventariado 1635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales con su propia jerarquía y significado.

Jerarquía IV: Atractivo excepcional de gran significanción para el mercado internacional capaz pos sí solo motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III: Atractivo con rasgos excepcionales de un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitas del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitar a visitantes de larga distancia, ya sea del merca do interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero e igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Líneas de Productos-. Chias y Kotler, coinciden que existen dos dimensiones prioritarias para determinar un producto, siendo por una parte la amplitud de gama que muestra las distintas líneas

de productos y por otra parte, la profundidad del conjunto de productos que se refiere a las sub líneas de productos o denominadas variantes de productos por cada línea.

Cuadro de línea de productos

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Recreación Touring | Recreación Descanso | Salud | Cultural | Naturaleza Ecoturismo | Gran Aventura | Deporte Eventos | Casi negocios |

Fuente Chias (2006).

Cuadro. Variantes de productos por cada línea de producto

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Recreación Touring | Recreación Descanso | Salud | Cultural | Naturaleza Ecoturismo | Gran Aventura | Deporte Deporte | Eventos | Casi negocios |
| Coche | Playa | Dieta | Ciudades Lugares arqueológicos | Ecosistemas Parques naturales | Escalada Rafting | Esquí Golf | Culturales Religiosos | Reuniones Congresos |
| Bus | Campo | Tratamientos | Conjunto históricos | Lugares geográficos | Senderismo | Pesca | Musicales | Presentaciones |
| Tren | Montaña | Belleza | Monumentos edificios | Flora singular | Paracaidismo | Caza | Deportivos | Ferias |
| Crucero | Ciudad | Fitness | Museos | Comunidades indígenas | Deporte de motor | Vela | Fiestas populares | Incentivos |
| Pie | Lagos/ríos | | Gastronomía | | | Buceo | | |
| Caballo | | | Estudios | | | Cabalgata | | |
| Bicicleta | | | | | | Ciclismo | | |

Fuente: Chias (2006)

Portafolio de productos turísticos del Ecuador

Como resultado de análisis de las líneas de productos actualizadas y las variantes que integran estas líneas de productos:

| | | | |
|---|---|---|---|
| Circuitos generales | Circuitos generales | Ecoturismo y turismo de naturaleza | Parques nacionales |
| Sol y Playa | Sol y Playa | | Reservas y bosques privados |
| Turismo Comunitario | Turismo Comunitario | | Ríos, lagos, lagunas y cascadas |
| Turismo cultural | Patrimonio naturales y culturales | Turismo de deportes y aventura | Deportes terrestres |
| | Mercados de artesanías | | Deportes Fluviales |
| | Gastronomía | | Deportes aéreos |
| | Shamanismo | | Deportes acuáticos |
| | Fiestas populares | Turismo de salud | Termalismo |
| | Turismo religioso | | Medicina ancestral |
| | Turismo urbano | | SPA´s |
| | Turismo arqueológico | Agroturismo | Haciendas, fincas y plantaciones |
| | CAVE, científico, académico, voluntario y educativo | Turismo de convenciones y congreso | Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias |
| | Haciendas históricas | Turismo de cruceros | Cruceros |
| Parques temáticos | Parques temáticos | | |

Fuente: PLANDETUR 2020

Producto intangible-. Los productos intangibles de una empresa son aquellos que a diferencia de los recursos tangibles no son medibles, ni cuantificables. Tampoco tienen un soporte físico. Son un tipo de información y de conocimiento y de todo aquello que es inmaterial, no se puede medir. La inmaterialidad de los recursos intangibles también dificulta su gestión ya que en muchas ocasiones, es difícil poder ver estos bienes con objetividad y poder evaluarlos. A diferencia de los recursos tangibles que se desgastan por el uso, por el contrario, los recursos intangibles ganan fuerza, calidad y valor.

- La alimentación-. Dentro de los atractivos turísticos está la gastronomía, la oferta gastronómica que podemos ofrecer y que tiene su tinte ancestral, no hay que pensar que porque es un alimento del campo y que las personas que nos atienden son personas sin mucha preparación, debemos maltratarnos al recibir el servicio, entonces la calidad juega un papel importante al momento de ofertar un producto o servicio cualquiera. Es necesario la capacitación sobre la preparación, la asepsia al momento de manipular los distintos géneros alimenticios, la forma de llegar al cliente quien demanda de nuestros servicios, la alimentación tradicional, ancestral, autóctono no es sinónimo de recibir un mal servicio, hay que cambiar esa mentalidad. Es cierto que hoy en la actualidad los turistas buscan lo más original pero depende de cómo vendamos la idea lograremos posicionar nuestros productos en la mente del consumidor.

- La Cosmovisión de los pueblos indígenas-. Primero el término indígena está relacionado a la presencia de los primeros habitantes de América Abya Yala- antes de la llegada de los europeos, quienes – los indígenas- fueron tratados como una clase inferior, explotados, denigrados como seres humanos. Pese a ello los pueblos indígenas tiene su propia visón del mundo, sus maneras de descifrar los fenómenos naturales y sociales, los misterios del universo, sus dioses, la vida, la cosecha, la sabiduría, la muerte, la ciencia, que son interpretados a la luz de sus conocimientos adquiridos oralmente y transmitidos a sus generaciones.

- Expresiones artísticas-. Las costumbres y tradiciones que nuestros pueblos pueden demostrar como atractivos y se conjugaría en un solo producto o servicio.

  La celebración, producto del sincretismo, se encuentra inmersa y arraigada en muchas de las parroquias, comunidades y cantones de la provincia y el Ecuador, afianzándose como el espacio y tiempo del reencuentro de la familia en su lugar de origen. Las celebraciones tienen grandes corrientes opuestas pero complementarias que convierten en únicas nuestras manifestaciones.

  Podemos citar el carnaval mestizo, de origen español y de alto contexto popular – religioso; y por otro, el Andino con el Pawcar Raymi que recrea aspectos cotidianos de la vida y el universo. Se manifiesta en juegos ceremoniales y ritos purificadores con agua, que al fusionarse con cantos, música, danzas, comida, bebida y vestimentas de propias del carnaval andino, se convierte en una verdadera fiesta del Ecuador y modelo característico de la interculturalidad por lo que se considera Patrimonio Intangible del Ecuador.

- Simbolismo y rituales-. La cosmovisión indígena, la Pachamama, las costumbres ancestrales transmitidos mediante expresiones lúdicas deben ser conceptualizadas también no como un complemento de un servicio si no como un producto intangible más, que al ser considerados por sus bondades el turismo que gusta de este tipo de servicio lo haga formalmente y no clandestinamente, como algo malo. Se debe dar el valor que esto acarrea y su importancia en la cosmovisión indígena.

- Formas de subsistencias-. Los parámetro de propiedad que regula su economía, la cual se basa principalmente en la agricultura, son cultivos expresamente para el mercado local, externo de su comunidad, productos como el ajo, cebolla, zanahoria, habas, mellocos, legumbres, papas y crianza de animales. La producción de hierbas, que sirven de alimento para el ganado, borregos, chanchos, cuyes. Crianza de animales domésticos como aves (pollos, patos, etc).

  Esta cotidianidad hace que su forma de subsistencia sea el pleno conocimiento del manejo de plantas, medicinales, que sirven para sus costumbres curativas, haciendo que no necesiten acudir donde un médico para curar un dolor de barriga, etc.

  La diversidad culinaria es extensa, se preparan las famosas viandas que son bandejas de motes, papas, fritada; tenemos además como los tamales, chigüiles, caldo de gallina, cuero asado acompañado de mote, morcilla, fritada con empanadas y plátano frito.

  Existe un sinnúmero de bebidas características de cada lugar y preparados especialmente como es el jucho, la chicha de jora, de morocho, frutas o de arroz, mistelas de menta o fresa y el canelazo.

  El Ecuador cuenta con una lista representativa catalogada de manifestaciones culturales nacionales, y, allí podemos ver que tanto lo inmaterial como intangibles de estas manifestaciones no está las costumbres y tradiciones como son las limpias, curandería, shamanismo o el manejo de la cosmovisión andina como parte del diario vivir de estos pueblos.

***Tabla N°.***

***El Ecuador tiene 19 manifestaciones culturales que son parte de la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial Nacional:***

| **MANIFESTACIÓN** | **CATÁLOGO DE PRODUCTOS INMATERIALES DEL ECUADOR** |
|---|---|
| CARNAVAL | **Bolívar, Guaranda**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 4291<br><br>Ministerio de Educación Cultura Deportes y Recreación, 31 de octubre de 2002<br><br>El Carnaval es la fiesta mayor de Guaranda así como de los distintos cantones de Bolívar, sus parroquias y comunidades, es resultado del sincretismo religioso, cultural y social derivación de la resistencia y de la adaptación de manifestaciones culturales propias a las impuestas por la época colonial.<br><br>Esta festividad tiene múltiples características que fomentan la unión familiar y social. Guaranda es declarada Patrimonio Cultural del Ecuador el 23 de octubre de 1999.<br><br>El carnaval es un periodo que señala el calendario cristiano en referencia a los tres días anteriores a la Cuaresma.<br><br>Según la tradición oral en 1970 las fiestas de carnaval, se daban en los patios de las casas, no se jugaba con agua, más si con polvo de maíz, a ésta se la llamaba el Camari. Aquellos que trabajaban en las haciendas llegaban con sus mejores trajes a la casa de los amos para festejar el carnaval en los patios internos, con comida: gallinas, papas, cuyes, mote, huevos, frutas, quesos, bebida; los dueños de casa también brindaban comida a sus visitantes. |

| | |
|---|---|
| | Es una fiesta que se la vive desde pequeños, al interior de los hogares todas las prácticas relacionadas con la comida, con los trajes para los desfiles, la dinámica del juego con agua, polvo son reproducidas de manera espontánea, por lo que es parte de la identidad de sus pobladores, además es una celebración que dada su pertinencia, su permanencia en el tiempo la gente la asume como un legado.<br><br>Todas las manifestaciones simbólicas cargadas de alegría, de solidaridad, de compromiso son expresadas y algunas materializadas en el carnaval que reúne a la familia, a la comunidad.<br><br>- YAYA CARNAVAL Y MAMA SHALVA :<br><br>El Yaya viste u poncho rojo y bufanda blanca, sombrero. La Mama Shalva carga en su espalda un muñeco y comida,en su mano lleva el murunmanga. Representan personalidades de la provincia y con su elección comienza el carnaval |
| | EL HUARMI TUCUHSCA<br><br>Homenaje a la mujer lo hace con respeto y cosideración a ella, un hombre más destacado de la comunidad se viste de mujer y sale a cantar y jugar carnaval con todos los solteros tocando instrumentos como la armónica, el rondador y la garrocha |
| | EL CAMARI<br><br>Es una ofrenda propia del carnaval de la que participan los compadres y los patrones más estimados por los indios.<br><br>El camari consiste en que los indígenas se visten con el mejor zamarro y escogen un acial (látigo con el que azotan a los animales), portan una bandera pequeña colocada en una garocha (instrumento musical) en otro palo amarran aves o cuyes. |

| | |
|---|---|
| | Un acompañante toca la guitarra, el otro rondador y tamboril. Avanzan hacia l pueblo donde viven los compadres y les entregan el camari: maíz, cuyes, gallinas huevos, etc. A cambio el compadre les recibe en su casa. |
| MAMA NEGRA | **Cotopaxi, Latacunga**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 0351<br><br>Ministerio de Educación y Cultura, 1 de noviembre de 2005<br><br>La Mama Negra, como fiesta, es la principal ofrenda que se realiza a su protectora y patrona, la Virgen de las Mercedes.<br><br>La Fiesta de la Mama Negra, de la Capitanía, de la Santísima Tragedia, Fiesta de la Trajería, Fiesta de la Virgen de la Merced, son todos los nombres con los que se le conoce a este festejo. Tiene dos épocas de ejecución claramente establecidas en el calendario anual.<br><br>La primera es en el mes de septiembre con dos eventos organizados por las vivanderas y comerciantes de los principales mercados de la ciudad de Latacunga, el mercado Pichincha y el mercado La Merced organizan el festejo los días 24 y 25 del mismo mes. El otro evento, los días 27 y 28 están a cargo de la asociación de comerciantes del mercado de El Salto.<br><br>La segunda fiesta es el mes de noviembre, con motivo de la conmemoración de la Independencia de Latacunga ocurrida el 11 de noviembre de 1820 cuya organización está a cargo del Municipio.<br><br>Latacunga no puede entenderse sin su fiesta mayor que es la Mama Negra. La de septiembre que es de carácter religioso está enraizada profundamente en los sentimientos de fe cristiana católica de los comerciantes de los principales mercados populares de la ciudad y de la ciudadanía en general. La representación de noviembre en cambio tiene una fuerte carga de |

| | |
|---|---|
| | economía política ya que es el municipio el organizador e involucra a sectores de la producción y otras organizaciones civiles que rinden homenaje a la ciudad por motivo de su aniversario de independencia.<br><br>La fe, tomada como un conjunto de creencias religiosas, se sigue fortaleciendo y forma parte ya del hábitus de los creyentes. Esta mezcla de fe religiosa y patriotismo hacen que no se pierdan las simbologías de identidad y se conserven las tradiciones. |
| FIESTA DE LAS FLORES Y LAS FRUTAS | **Tungurahua, Ambato**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 169-09<br><br>Ministerio de Cultura, 27 de julio de 2009<br><br>Esta fiesta popular es la más importante para sus pobladores. Se lleva a cabo entre los meses de febrero y marzo. Tiene cuatro números principales alrededor de los cuales gira toda la celebración: El Pregón y la elección de la Reina, la Bendición de las Flores las Frutas y el Pan, el Desfile de la Confraternidad y La Ronda Nocturnal.<br><br>El Pregón que inaugura la fiesta recorre las principales inicia en la Av.Cevallos y concluye en el parque Montalvo. La fiesta tiene una duración de cuatro días. El día sábado previo al carnaval más los tres días que corresponden a este festejo peo sin tener nada que ver con esta celebración de origen pagano.<br><br>Los preparativos de la fiesta toman varios meses, aproximadamente desde agosto se empiezan a preparar los números que formarán parte del espectáculo. |

| | |
|---|---|
| | La fiesta se desarrolla en el espacio urbano, es concebida y asociada a lo mestizo, desde 1965, la fiesta corre a cargo del comité permanente, brazo coordinador y ejecutor del municipio para la realización de las festividades, su directorio es nombrado por el Alcalde con un período de gestión de cuatro años.<br><br>La continuidad de la celebración se debe a que las personas la sienten como suya, participan de las actividades previstas. Se fundamenta en la unión social, familiar, propia de la dinámica cultural, muchas manifestaciones han cambiado, sin embargo, la fiesta permanece, las tradiciones y costumbres van de una generación a otra con algunas variantes propias del tiempo. |
| BLACOS Y NEGROS<br><br>MAROMBA | **Esmeraldas, Esmeraldas**<br><br>Resolución Administrativa Nº 002-DNPC-03<br><br>Dirección Nacional INPC, 13 de enero de 2003<br><br>La marimba es una de las manifestaciones culturales del pueblo afroecuatoriano en la que las raíces africanas están presentes. El conjunto instrumental de la marimba lo conforman un bombo, la marimba, dos cununos, un guasa, maracas y las voces de aquellos que interpretan los cantos.<br><br>La marimba no es solo un instrumento musical, constituye todo un género en el cual se refleja la vida, las relaciones sociales, la identidad, así como un reencuentro con ella. Está presente en la cotidianidad, en los eventos festivos profanos, mas no en los sagrados, refuerzan las relaciones y la cohesión social, es un género musical que se formó en los pueblos afrodescendientes de Esmeraldas. La convergencia entre música y danza es el currulao. |

| | |
|---|---|
| | «La marimba es un soporte espiritual» para sus portadores, «nos permite reconocernos en una identidad con orígenes», es vista como un patrimonio sonoro, expresa euforia, sensualidad. La muerte de un pequeño con la marimba se trasforma en un viaje cósmico, un viaje astral en el que todos participan.<br><br>La solidaridad, la armonía social, la alegría se refleja cuando las personas se reúnen para participar de ella. La marimba a más de producir sonidos es portadora de sentidos. Es un instrumento que contradice convincente y ruidosamente la opinión de quienes niegan la existencia de melodías estéticas en la música de los negros. A través de la marimba, los afrodescendientes se comunican con los espíritus de sus ancestros. |
| FIESTAS DE SAN PEDRO | **Pichincha, Pedro Moncayo**<br><br>Acuerdo Ministerial No. DM-2016-0069<br><br>Ministerio de Cultura y Patrimonio, 16 de junio de 2016<br><br>La fiesta de San Pedro, que toma el nombre del mismo santo y el astro sol, involucra manifestaciones sociales donde se fusionan símbolos de historias de una conquista (pueblos reducidos) y de resistencia (pueblos no ligados profundamente a la estructura hacendaria); observados en la vestimenta, la danza y la música.<br><br>Esta primera corriente con matices católico – hacendarios, reproduce los ritos de las Ramas de gallos, el Arranque de gallos, los diezmos y demás estructuras de relación social festiva, pero con un sentido “alternativo” a lo religioso al convertirse en actos del compartir y celebrar en lo colectivo.<br><br>Además, la Toma de la Plaza, como vivencia máxima de la población indígena en lo urbano, sería vetada a inicios de los 80´ por las autoridades de la época al ser concebida como una expresión de violencia que destruyera las bases morales del sistema. Luego, ante la ausencia de lo indígena en la urbe, nace la necesidad de revivirla, pero ahora a través de la danza, la música y |

| | |
|---|---|
| | los trajes de los sectores urbanos de Tabacundo. Se dará con los modernos aruchicos, los diablumas, las mujeres danzantes al propio ritmo de la música San Pedro.<br><br>Actualmente es un desfile que llega a la popular plazoleta de La Banda, y que se va afirmando como una fiesta de identidad. Paralelo a esta festividad, se realiza en Malchinguí el desfile de la confraternidad malchingueña el 29 de junio, donde participan comparsas y partidas, bajo una propuesta del festejo del Inti Raymi ligado a la parroquialización.<br><br>La fiesta de San Pedro contiene un alto poder de convocatoria, no solo para la gente de la urbe, sino para los visitantes y residentes en el extranjero. Esta fiesta se realiza cada 29 de junio y es prolongada en cada octava (fines de semana después del 29) alrededor de la organización colectiva barrial. |
| EL MAIZ Y SU MANIFESTACIÓN | Mediante Acuerdo Ministerial N° DM-2019-083 de 03 de junio del 2019, el Ministerio de Cultura y Patrimonio incorpora en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural del Ecuador a la manifestación cultural denominada ¨El Maíz y sus manifestaciones del Cantón Rumiñahui¨.<br><br>La transmisión del maíz y sus manifestaciones en este espacio territorial de los Chillos —valle privilegiado por la fecundidad de la tierra y los espacios verdes— datan desde tiempos preincaicos. Chillo fue el nombre que le fue dado a este lugar en honor al maíz chillo y ya se lo podía leer en los relatos de los españoles del siglo XVI. Esta planta era una variedad de maíz que se cultivaba en esta zona, conformada, en ese entonces, por los pueblos de Amaguaña, Sangolquí, Conocoto, Uyumbicho, Píntag y Alangasí<br><br>Los saberes, los conocimientos y las prácticas se han sostenido y han sido trasmitidos de una generación a otra, como una forma de resistencia, a pesar de las encomiendas, doctrinas, mercedes de tierra y los obrajes.<br><br>Sin duda el maíz ha jugado un papel importante en nuestra historia. |

| | |
|---|---|
| | Este producto, ha trascendido su valor alimenticio para transformarse en un símbolo de identidad cultural, convirtiéndose en objeto de homenaje y fiesta por parte de la población de la zona de Rumiñahui, sus habitantes valoran los saberes ancestrales acumulados por generaciones, conocimientos que aún persisten para los procesos de siembra, deshierbe, cuidado, crianza de las semillas, germinación, que cumplen una función social en la vida de sus portadores<br><br>Esta manifestación destaca el conjunto de conocimientos, técnicas y prácticas que las comunidades desarrollan y mantienen en interacción con su entorno natural. Todas estas están vinculadas a su sistema de creencias y son referentes para la comida, la medicina tradicional, los espacios simbólicos, las técnicas productivas y la sabiduría ecológica. Estas tradiciones se trasmiten de generación en generación y tienen un valor simbólico para la comunidad. |
| PASE DEL NIÑO VIAJERO | **Azuay, Cuenca**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 143<br><br>Ministerio de Cultura, 24 de diciembre de 2008<br><br>Esta fiesta religiosa es la de mayor importancia en la provincia. Su poder de convocatoria la convierte en una celebración multitudinaria, a la que asisten miles de personas de la urbe cuencana y otros conglomerados del Azuay.<br><br>Esta fiesta tiene lugar cada 24 de diciembre. La procesión se dirige desde el tradicional barrio de San Sebastián, aunque es preciso señalar que en los últimos años, para dar cabida a la gran cantidad de fieles, la ruta se ha extendido dando inicio en el redondel Eloy Alfaro, otro aspecto que ha motivado el cambio en la ruta han sido trabajos en las vías que han dado lugar a que la ruta inicie en el paseo 3 de Noviembre y concluya, ya no en el Parque Calderón, sino que se extienda hasta San Blas, a pesar de que la celebración religiosa se continúa realizando en la Catedral, junto al parque central. La celebración tiene como elemento central la imagen del Niño Viajero. |

| | |
|---|---|
| | El Pase del Niño Viajero involucra elementos religiosos, pero además conlleva una alta carga cultural, social y simbólica, presente no sólo en la celebración del 24 de diciembre, sino en la compleja organización y en la participación de múltiples actores sociales: priostes; artesanos que con meses de anticipación elaboran los trajes; barrios populares; bandas de pueblo; asociaciones sin fines de lucro; congregaciones, etc.<br><br>En tanto celebración ritual, es un momento importante en la estructura de la sociedad, puesto que posibilita el mantenimiento y la afirmación de la identidad colectiva, al tiempo que permite la unión, la cohesión social y la solidaridad comunitaria, por medio de la reciprocidad y la redistribución, adquiriendo así un poder integrador.<br><br>Su carácter identitario se evidencia no solo en el alto poder de convocatoria a nivel local, sino que es un elemento que se reproduce también en los imaginarios de los migrantes que, año a año, retornan al país para asistir al Pase del Niño o, desde la distancia, se hacen presentes en la fiesta por medio de sus familiares. |
| FIESTA DE LOS INOCENTES | **Imbabura, Antonio Ante**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 35<br><br>Ministerio de Cultura, 11 de diciembre de 2007<br><br>Lo característico es que se elabora un solo monigote (año viejo) para toda la población, a diferencia de otras ciudades que realizan años viejos en cada esquina o en cada barrio. |

| | |
|---|---|
| | En Atuntaqui, desde 1926, se celebra esta fiesta, que tuvo sus inicios gracias a la iniciativa de los trabajadores de la Fábrica Imbabura, gran centro de producción textilera del país. Las personas se dedicaban a organizar y promover la fiesta, elaboraban testamentos en rima con los personajes políticos del momento.<br><br>En el año de 1957 se conformó el Comité «31 de Diciembre», su responsabilidad era organizar las festividades de fin de año. En 1998 este comité pasó a ser Corporación.<br><br>Las fiestas en sus orígenes recuerdan a las personas elaborando testamentos en rima, los cuales contenían chistes y acontecimientos de esa época, anécdotas de las autoridades y las personas de Atuntaqui.<br><br>En fin de año la costumbre era elaborar los monigotes (muñecos de trapo) para quemarlos como una forma de despedir el año. Era característico de esta fiesta que los monigotes se pasearan en un burro y en varias esquinas se daba lectura al testamento, en el cual se anunciaba las cosas malas que quedaban atrás de manera jocosa.<br><br>Es importante la creatividad desarrollada en esta festividad, así como la solidaridad que se evidencia en la entrega de recursos, en la ejecución de la gran obra como es el monigote y en apoyo con las comparsas y el desarrollo de la programación festiva. |
| MACANAS DE GUALACEO | **Azuay, Gualaceo**<br><br>Acuerdo Ministerial No. DM-2015-065<br><br>Ministerio de Cultura y Patrimonio, 24 de junio de 2015 |

| | |
|---|---|
| | La artesanía ha sido parte fundamental de la vida de los pueblos del Azuay; ha servido no sólo para satisfacer ciertas necesidades, sino además ha sido una manera de unir lo útil con lo bello. Es en esta belleza donde se destaca Gualaceo como un pueblo con una marcada dedicación a la artesanía.<br><br>La producción más característica en esta zona es la textil que comparte con el resto del país y conserva sus raíces andinas, lo que se traduce en expresiones o patrones comunes que se manifiestan en la artesanía textil, que constituye un testimonio de supervivencia cultural; el instrumental utilizado también es común a la zona andina: telares de cintura utilizados por los artesanos/as para tejer los paños o macanas. Los hombres tejen preferentemente el telar, introducido por los hispanos, el que actualmente usan también las mujeres.<br><br>Las características estructurales de los tejidos a telar son similares en todo el país, predominando las técnicas de tejido en urdimbre. Los textiles comparten patrones compositivos conservando rasgos prehispánicos como sistemas de organización en campos y listados en sentido vertical.<br><br>En Gualaceo, especialmente en las comunidades de Bullcay y Bullzhún, se elaboran paños o macanas utilizando la técnica tradicional del Ikat. Desde tiempos antiguos el paño surge como prenda fundamental en la vestimenta de la chola cuencana y de la campesina de la región, lo que le confiere un alto contenido simbólico.<br><br>La “Técnica Tradicional de la elaboración de los Paños o Macanas de Gualaceo (Ikat)” constituye un elemento cultural cuya función se encuentra íntimamente ligada a la vida cotidiana de sus portadores; enmarcando así su función comunicativa, su papel educativo, su manifestación creativa, el imaginario y la imaginación como conceptos importantes en el proceso identitario de los artesanos/as de esta manifestación. |

| | |
|---|---|
| | Sin lugar a dudas que dicho elemento representa un amplio bagaje de saberes colectivos que se transmiten de generación en generación, persisten a través de los tiempos modernos y son parte integrante de la identidad de sus portadores.<br><br>Así la "Técnica Tradicional de la elaboración de los paños o macanas", representa un elemento que conlleva un complejo entramado de relaciones sociales y culturales, permitiendo a sus portadores solventar sus necesidades tanto económicas como simbólicas. |
| LA DIABLADA PILLAREÑA | **Tungurahua, Santiago de Píllaro**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 147<br><br>Ministerio de Cultura, 29 de diciembre de 2008<br><br>La festividad se remonta a aquellos tiempos donde “Los de Tunguipamba peregrinaban a Chacata para cortejar a las damiselas, los varones del lugar hacían mamotretos con calabazas para ahuyentarlos, al no conseguirlo se disfrazaron de diablos” (Revista Diners, No. 310).<br><br>La celebración identificada como partida de disfraces, cuya característica principal era los bailes en línea es decir en pareja el mismo que propiciaba los enamoramientos, tenía por costumbre que los hombres hablasen con los padres de quien era escogida como pareja, y de ser el caso se corría con los gastos que implicaba la participación.<br><br>Los diablos de antaño vestían pantalón corto con flecos o en zig-zag, un azial y una pata de cabra, llevaban animales vivos o pieles en la cabeza. Descubrir quien estaba tras la careta en la Plaza 24 de Mayo propiciaba enfrentamientos con látigos. |

| | |
|---|---|
| | Los preparativos para la festividad comienzan con tres meses de anticipación. Los eventos previos van desde el 25 al 29 de diciembre.<br><br>Las partidas y legiones de diablos están conformadas por diablos, aruchicos, carishinas y bailan al son de la música de banda de pueblo con santashpas, sanjuanitos, capishcas y albazos.<br><br>Los bailes de parejas en línea, en representación de los patronos, cada vez más escasas, con el tiempo también han cambiado su vestido, las mujeres que usaban vestidos bajos de colores y en su cabeza llevaban un sombrero con cintas cambiaron su atuendo por las faldas largas plisadas con tablones y blusas de manga corta, con pañolones.<br><br>Con el tiempo también las máscaras se fueron complejizando, quienes hacen las caretas tienen mucha influencia de las realizadas para las festividades de Bolivia y Perú. Los diablos brincan, gruñen y exhiben las máscaras de papel acartonado y engomado con engrudo de harina de yuca aplicado a un molde, se añade masilla y capas de papel, para luego abrir orificios que da forma a los ojos y a la boca, terminado este proceso se pinta con el rojo y el negro, colores infernales la máscara. (Cuvi, 2002: 29) Durante tres días, varias partidas de diablos desfilan. |
| CORPUS CRISTI | **Cotopaxi, Pujilí**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 647<br><br>Ministerio de Educación Cultura Deportes y Recreación, 11 de abril de 2001<br><br>La fiesta del Corpus Christi expresa lo religioso, lo social, lo político, lo cultural en la celebración erigida al cuerpo y la sangre de Cristo. |

| | |
|---|---|
| | Se considera una fiesta impuesta por la iglesia católica, destinada a celebrar la eucaristía. Se lleva a cabo 60 días después del «Domingo de Resurrección», pues, como una forma de resistencia se acoplo ésta a las fiestas erigidas al sol por nuestros antepasados.<br><br>Las principales características de la celebración del Corpus Christi son la unión social y comunitaria. Comuneros de Ramos Pamba, San Rafael, Angamarca, Zumbahua avanzan bamboleando rítmicamente sus atuendos y los cabezales con penachos de plumas que pesan una arroba. (Cuvi, 2002: 98). Es una fiesta que convoca y une a los pujilenses.<br><br>La celebración evidencia un gran sincretismo religioso y cultural, que da cuenta de la resistencia de los pueblos indígenas a los poderes fácticos de la colonización. Las celebraciones en alabanza a la productividad de la tierra, al dios sol, al cuerpo y la sangre de Cristo se amalgaman en la celebración, propiciando cohesión social y familiar. |
| TRUEQUE O CAMBEO | Acuerdo Ministerial No.DM-2018-094<br><br>F: Sr. Raúl Pérez Torres, Ministro de Cultura y Patrimonio<br><br>La cosecha o siega del trigo y cebada inicia cada año a fines del mes de julio y se prolonga hasta el mes de agosto, previo a esto la siembra tiene lugar entre los meses de enero y marzo, antes de la temporada lluviosa.<br><br>Cada año entre los meses de julio y agosto, los dueños de cada sementera de trigo necesitan cosechar, por lo tanto, como forma de enfrentar los altos costos de mano de obra que demanda la producción cerealera, piden ayuda a sus amigos, vecinos, compadres y familiares (hermanos, sobrinos, cuñados, yernos, etc.), para la continuación de sus actividades agrícolas. Es decir, invitan a todos los que puedan “hacerles el favor” en la cosecha. A cambio de esto, los beneficiados se comprometen y ofrecen a “devolver la mano” cuando las personas que colaboraron lo requieran en sus propias cosechas. Esta práctica se |

| | |
|---|---|
| | conoce en la comunidad como “randhimba” o “maquipura”, ambas palabras quichuas, que significan conjugar o prestarse las manos para hacer un trabajo que beneficie a varios, uniéndose entre iguales. De esta manera, esta práctica que evidencia relaciones de reciprocidad, solidaridad y redistribución, sirve para aunar esfuerzos y consolidar los lazos de consanguinidad y rituales.<br><br>La práctica del canto ritual de la cosecha del trigo es considerado, por la comunidad, como algo positivo porque se asocia con el fomento del trabajo y la optimización del tiempo, a la vez que genera un sentido de identidad fundamentado en las cosmovisiones ancestrales andinas. Por otro lado, el rito, a través de sistemas económicos populares y solidarios como el “presta manos” y el trabajo colectivo promueve la cohesión y la convivencia equitativa y empática entre todos los miembros del conglomerado social. La ética basada en la reciprocidad y el igualitarismo son legitimados grupalmente, y se reconocen como bases de un modelo de desarrollo divergente al hegemónico, ya que está encaminado al bien colectivo. |
| TÉCNICAS DE NAVEGACIÓN | **Guayas, General Villamil Playas**<br><br>Acuerdo Ministerial No. DM-2015-077<br><br>Ministerio de Cultura y Patrimonio, 16 de julio de 2015<br><br>El conocimiento de la técnica de construcción de la embarcación de la balsa, es un legado que ha sido transmitido de generación en generación, de un grupo humano a otro.<br><br>En base al análisis de varias investigaciones arqueológicas e históricas emprendidas por Jacinto Jijón y Caamaño, Carlos Zevallos, Jorge Marcos, Olaf Holm, Presley Norton, entre otros, se puede aseverar que desde los tiempos de la cultura Valdivia |

| | |
|---|---|
| | (aproximadamente 4000 a.C.- 2000), se empezaron a emplear embarcaciones de balsa, las cuales fueron utilizados a lo largo de varias culturas determinadas hasta llegar a lo que correspondió a la cultura Huancavilca (500 a.C. – 1500 d.C.).<br><br>A partir de la conquista española, los conocimientos y tradición de las balsas en la cultura Huancavilca fue drásticamente afectada por la imposición de una nueva dinámica de producción, de comercio y de consumo, siendo así que las balsas para el comercio oceánico decayeron mientras otro tipo de balsas se mantuvieron y reinventaron según los nuevos requerimientos sociales. (Álvarez, 2002:7-35; León Dora, en Jenny Estrada 2012: 200 )<br><br>Desde hace aproximadamente un siglo este conocimiento del uso de las balsas, mantenido y reinventado según las necesidades de los pescadores, se ha concentrado en el territorio que hoy corresponde al cantón Playas, provincia del Guayas. Históricamente, las balsas han sido el instrumento principal para la pesca y la obtención del sustento diario.<br><br>Actualmente, los conocimientos sobre la navegación y construcción de las balsas perduran y están vigentes en la memoria y en la práctica ocasional de algunos pescadores de la localidad de General Villamil casi exclusivamente. |
| LOS RUCOS | **Provincia de Pichincha**<br><br>Acuerdo Ministerial Nº 137<br><br>F: Sr. Raúl Pérez Torres, Ministro de Cultura Patrimonio y Cultura<br><br>Los Rucos son parte de la identidad festiva local de los Valles. Además de continuar con la tradición del personaje festivo, a través de su indumentaria se conmemora la protesta obrera de quienes fueron parte de las haciendas. |

Los Rucos son los hijos de la tierra y al mismo tiempo sus viejos protectores. Con su danza festiva honran el favor divino. Este personaje fundamenta su existencia en la energía colectiva, forman una familia simbólica de baile y solidaridad, Ruco es símbolo de longevidad y sabiduría (Wilson Pico y Amaranta Pico, 2011).

*La fiesta*

En horas tempranas de la mañana, los Rucos se reúnen en casa de la cabeza de Rucos, quien reparte el desayuno a los danzantes y sus familiares. Se reparte sopa de pollo y un plato fuerte de papas, mote con pollo o carne de cerdo. Se bebe chicha de jora. La cabeza también reparte el "obligado", una funda con plátano, naranja y pan (hecho en horno de leña) que sirve de cucayo para los danzantes. Luego de que todos han comido, los Rucos se disponen para salir bailando con la "mama" a la iglesia de su respectivo barrio para recoger al Santo Patrono/a, con quien acuden en andas hasta la plaza central. Luego de dar tres vueltas a la plaza el Santo es colocado al pie de su respectivo castillo, donde se ha dispuesto un pequeño altar, decorado con manteles y flores.

En la plaza convergen Rucos, soldados, sacharunas, Palla y Pallo, soldados, caporales, diablo-humas, que danzan hasta que las campanadas de la Iglesia convocan a la misa de medio día. Durante este tiempo los danzantes descansan hasta que, al término del acto litúrgico, todos se preparan para la procesión encabezada por el sacerdote, quien recibe las ofrendas de los respectivos cabezas de Rucos (panes, fruta y vino) y luego se dispone a bendecir cada altar con la custodia en mano. Una vez terminado el acto sagrado, la plaza vuelve a configurarse en el espacio para el baile y las "avivadas" de los Rucos, que duran hasta las seis de la tarde, hora en que los grupos se retiran para volverse a encontrar el próximo domingo, el día de la octava.

| | |
|---|---|
| PASEO DEL CHAGRA | **Cantón Mejía.**<br><br>**Provincia de Pichincha.**<br><br>Acuerdo Ministerial No.DM-2018-106<br><br>F: Sr. Raúl Pérez Torres, Ministro de Cultura y Patrimonio<br><br>Paseo Procesional del Chagra coincide con la cantonización de Mejía, es una festividad que se da en Machachi<br><br>En esta festividad participan todas aquellas personas que quieran desfilar bajo ciertas condiciones, considerando que es un desfile a caballo que resalta la figura equina, que resalta la figura del hombre a caballo, además de las comparsas y los grupos que quieran hacer una alegoría a tradiciones, a asuntos de la vida cotidiana del chagra.<br><br>Es una celebración que se realiza cada año por la cantonización de Mejía, en la cual están presentes los fogones tradicionales, las chozas, la gente que va con sus borregos, con burros cargados jarrones repartiendo chicha porque esa es la idea que cada grupo represente de alguna manera ciertas tradiciones chacareras. |
| PASILLO | ***Nacional***<br><br>Acuerdo Ministerial No.DM-2018-225<br><br>F: Sr. Raúl Pérez Torres, Ministro de Cultura y Patrimonio |

| | |
|---|---|
| | El género musical pasillo está ligado a entramados culturales, agentes sociales, significaciones, valores, funciones, usos, formas.<br><br>Es una expresión de la identidad musical del Ecuador, representa el alma del pueblo ecuatoriano. El pasillo es un poema que se canta, es una música inolvidable que al cantarlo habremos reconocido, comprendido y amado a nuestra patria.<br><br>Es el género musical nacional ecuatoriano por excelencia y se canta en todas las regiones y en todos los estratos sociales. Es la música nacional de mayor convocatoria y forma parte del acervo de la identidad nacional. Es el referente nacional, es la semilla que da el origen a las manifestaciones sentimentales del cholo costeño, el montubio y también el citadino. |
| CACACO NACIONAL FINO AROMA | **Zamora Chinchipe, Vinces.**<br><br>Acuerdo Ministerial No. DM-2017-063<br><br>F: Sr. Andrés Aráuz, Ministro de Cultura y Patrimonio<br><br>La cultura del cacao fino de aroma es un tema ancestral y milenario en el territorio que actualmente conforma el Ecuador. La importancia para el país se deriva, en primer término, por tratarse del sitio de origen de la especie silvestre y por ser una de los zonas donde se domesticó su cultivo; en segundo lugar, hay que resaltar que la especie del cacao se distribuyó tempranamente por otras regiones y, en el caso de la Costa ecuatoriana, desarrolló un volumen de producción que lo colocó en ciertos momentos en el primer sitio de la producción mundial.<br><br>La inclusión en la Lista Representativa del PCI del Ecuador de los Usos y Saberes en torno al cacao fino de aroma como patrimonio intangible del Ecuador puede muy bien entenderse a partir de esa urgencia, puesto que al igual que muchas otras |

| | |
|---|---|
| | manifestaciones culturales en nuestro país, los conocimientos, saberes y prácticas tradicionales relacionados con su cultivo, consumo, transporte y comercialización, por su misma condición de ser parte de un proceso dinámico de construcción histórica y cultural constante a lo largo de siglos, han sido objeto de procesos de transformación, recreación y/o substitución. |
| MUSICAS MARIMBA | Los saberes y expresiones compartidas por los pueblos afrodescendientes de Colombia y Ecuador y la preocupación por su salvaguardia, motivó a que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador y el Ministerio de Cultura de Colombia sean los facilitadores de la elaboración y presentación de la candidatura binacional de las "Músicas de Marimba, Cantos y Danzas Tradicionales de la región del Pacífico Sur colombiano y la provincia de Esmeraldas de Ecuador" para su inscripción en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de UNESCO. |
| EL PATRIMONIO ORAL ZÁPARA | Inscrito en 2008 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (originalmente proclamado en 2001). Ecuador – Perú<br><br>El pueblo zápara vive en una región de la selva amazónica situada entre el Perú y Ecuador. Afincados en una de las regiones del mundo más ricas en biodiversidad, los záparas son los últimos representantes de un grupo etnolingüístico que comprendía muchas otras poblaciones antes de la conquista española.<br><br>En pleno corazón del Amazonas, han desarrollado una cultura oral particularmente rica en conocimientos de su entorno natural, como atestigua la abundancia de su terminología sobre la flora y la fauna y su conocimiento de las plantas medicinales de la selva.<br><br>Este patrimonio cultural también se expresa a través de mitos, rituales, prácticas artísticas y de su lengua. Esta, que es la depositaria de sus conocimientos y de su tradición oral, representa también la memoria de toda la región. |

| | |
|---|---|
| | |
| TEJIDO PAJA TOQUILLA | El 5 de diciembre de 2012 la UNESCO incluyó al Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad |

- Grupos étnicos con lengua y cultura propia del Ecuador.

De acuerdo al Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), existen en el país 14 nacionalidades[i10] y 18 pueblos indígenas[11]. ¿Cuál es la diferencia entre pueblo y nacionalidad? Las definiciones encontradas en el Mapa de Nacionalidades y Pueblos Indígenas, publicado en la página web del INEC, nos ayudan a entender estos conceptos.

Clasificación de las nacionalidades del Ecuador. http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/

| Región | Nacionalidad | Otra denominación | Lengua | Familia lingüística | Población | Ubicación |
|---|---|---|---|---|---|---|
| costa | Awá | Cuaiquer, Kwaiker | Awá pit | Barbacoana | 5513 | Carchi Esmeraldas Imbabura |
| | Chachi | Cayapa | Cha'palaachi | Barbacoana | 10 222 | Esmeraldas |
| | Épera | Emberá, êbêra, ẽpẽrá, Chocó | Sia Pedee | Chocó | 546 | Esmeraldas |
| | Tsáchila | Colorado | Tsafiki | Barbacoana | 2956 | Santo Domingo de los Tsáchilas |
| | Quichua andino | Kichwa de la sierra | Quichua | Quechua | 605 162 | Provincia de Chimborazo Provincia de Pichincha |

[10] **Nacionalidad indígena:** Conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado ecuatoriano, que se autodefinen como tales, que tienen una identidad histórica, idioma, cultura comunes, que viven en territorio determinado mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica jurídica, política y ejercicio de autoridad.
[11] **Pueblo indígena**: Se define como las colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y legal.

| Región | Nacionalidad | Otra denominación | Lengua | Familia lingüística | Población | Ubicación |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Achuar | Jíbaro | Achuar Chicham | Jívara | 7865 | Morona Santiago<br>Pastaza |
| | Andoa | Andwa | Andwash | Zaparoanas | 2462 | Pastaza |
| | Cofán | A'i, Kofán | A'ingaer | (Idioma único) | 1485 | Sucumbíos |
| | Waorani | Waodani, Huaorani, Sabela, Auca, Wao | Wao Terero | (Idioma único) | 2416 | Napo<br>Orellana<br>Pastaza |
| | Quichua amazónico | Kichwa de la Amazonía | Quichua | Quechua | 122 882 | Napo<br>Orellana<br>Pastaza<br>Sucumbíos |
| | Secoya | Airo Pai, Huajoya, Piojé, Encabellado | Paicoca | Tucana | 689 | Sucumbíos |
| | Siona | Gâ'tɨya Pâín, Ceona, Encabellado | Baicoca | Tucana | 611 | Sucumbíos |
| | Shiwiar | Jíbaro | Shiwiar Chicham | Jívara | 1198 | Pastaza |
| | Shuar | Jíbaro | Shuar Chicham | Jívara | 79 709 | Morona Santiago<br>Orellana<br>Pastaza |

| Región | Nacionalidad | Otra denominación | Lengua | Familia lingüística | Población | Ubicación |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Zamora Chinchipe |
| | Zápara | Sapara, Kayapwe | Sapara | Zaparoanas | 559 | Pastaza |

Clasificación de los Pueblos http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/

| Nacionalidad | Pueblo | Otra denominación | Población | Ubicación |
|---|---|---|---|---|
| **Quichua andino** | Cañari | Kañari | 28645 | Azuay<br>Cañar |
| | Caranqui | Karanki | 11590 | Imbabura |
| | Cayambi | Kayampi | 33726 | Pichincha |
| | Chibuleo | - | 5383 | Tungurahua |
| | Guaranga | Waranka | 16963 | Bolívar |
| | Natabuela | - | 1862 | Imbabura |
| | Otavalo | - | 56675 | Imbabura<br>Pichincha |
| | Panzaleo | Kichwa de Cotopaxi | 61026 | Cotopaxi<br>Pichincha<br>Tungurahua |

| Nacionalidad | Pueblo | Otra denominación | Población | Ubicación |
|---|---|---|---|---|
| | Puruhá | - | 136141 | Chimborazo<br>Pichincha |
| | Quisapincha | Kisapincha | 10105 | Tungurahua |
| | Salasaca | Salasaka | 6445 | Tungurahua |
| | Saraguro | Sarakuru | 17118 | Loja<br>Zamora Chinchipe |
| | Tomabela | - | 6445 | Bolívar<br>Tungurahua |
| **Quichua amazónico** | Quichuas del Napo | Napuruna, quijos | 104192 | Napo<br>Orellana<br>Sucumbíos |
| | Quichuas de Pastaza | Canelos, sarayakus | 17817 | Pastaza |

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/

Cada una de estas nacionalidades tiene sus costumbres, saberes ancestrales[12] que se vienen transmitiendo de generación en generación. Los siguientes son los depositarios de los saberes ancestrales: parteras/os, yachas y/o chamanes, curanderos/ras, poetas, escritoras/ es, decimeros (compositores de décimas, básicamente en Esmeraldas), dicharacheros, cuenteros o cuentacuentos, músicos, maestros/as de danza, constructores de instrumentos musicales, cantores/ras, rezanderos/as, panteoneros/as, animeros/as.

[12] Saberes ancestrales: Son los conocimientos que guardan nuestros mayores, que han sido transmitidos de generación en generación y han servido para guiar a sus descendientes y al pueblo o comunidad por el camino del bien y en armonía con la naturaleza. Estos conocimientos son diversos, tienen relación con el cultivo de valores, cuidado del ambiente, religiosidad, medicina ancestral, gastronomía, música, danza, cantos para la vida y la muerte, entre otros; es decir, son los que mantienen viva la identidad cultural de un pueblo o comunidad

- Memoria Colectiva

La memoria colectiva está compuesta por un conjunto estable de narraciones e inscripciones del pasado, significativas en el presente, así como por elementos hechos de necesidades e intereses de un ahora siempre cambiante. Las interpretaciones del pasado son siempre hechas desde el presente; la memoria está localizada en el presente a manera de ejercicio permanente y dinámico de la definición de quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde vamos. En esta medida, la memoria colectiva es un elemento central en la construcción de la identidad de los pueblos, permite el reconocimiento de un pasado común que afirma los sentidos compartidos de pertenencia en el tiempo.

- Tradición Oral

Es la historia que la gente cuenta en voz baja y que es verídica, y pasa a formar parte de la tradición oral de un pueblo, de una sociedad que avanza a través de sus vivencias y sus tradiciones.

# 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN RESULTADOS

- Determinar los productos turísticos materiales catalogados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Una vez analizados los productos turísticos catalogados tanto por el MINTUR como por el INPC[13], se puede visualizar que cómo producto intangible se reconoce a algunas fiestas, tradiciones y costumbres, dejando a un lado el verdadero valor que son las costumbres ancestrales como el manejo de la naturaleza en el más puro uso energético como la medicina, la purificación, la liberación de energía, los métodos ancestrales que han venido transmitiéndose de generación en generación.

Los pueblos indígenas tienen su propia visión del mundo, sus maneras de descifrar los fenómenos naturales y sociales, los misterios del universo, sus dioses, la vida, la cosecha, la sabiduría, la muerte, la ciencia, los que son interpretados a la luz de sus conocimientos adquiridos oralmente y transmitidos a sus generaciones.

Concepciones que giran alrededor del tiempo y el espacio las que difieren con la percepción occidental moderna; razón tiene Cachiguango[14] cuando afirma que *"El pasado está delante de nosotros, lo podemos ver y lo conocemos. El presente es el espacio-tiempo de la intuición, en donde tomamos a la vida como un eterno presente, una vivencia del momento y en la medida que la vivimos el presente va convirtiéndose en pasado. En cambio el futuro está detrás de nosotros y no lo conocemos, tampoco lo podemos ver porque aún no existe.* El futuro se construye con la experiencia conocida del pasado dinamizado con la acción del presente".

Por lo tanto, el conocimiento indígena le atribuye al tiempo la condición de cíclico, el mismo autor manifiesta que, "para entender el tiempo solamente hemos ubicado las etapas del tiempo, tal como están presentes en nuestras comunidades y las hemos situado una frente a la otra y así

[13] INPC. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

[14] Estos testimonios han sido reconstruidos mediante fragmentos escuchados a lo largo de muchos años en las comunas de Cotama, Larcacunga, Huaycupungo y Peguche, según afirma el sabio indígena Luis Enrique Cachiguango. kachiwango@yahoo.com.

tenemos el conocimiento de lo que fue y una predicción de lo que será. Es necesario el rescate del legado, tenemos pueblos y nacionalidades que hacen mención - Desarrollar un producto turístico inmaterial o intangible.

Al hablar de los pueblos indígenas se argumenta que la identidad es un medio para definir a los pueblos como singulares, cada uno de ellos son diferentes en las percepciones de su cosmovisión, en las manifestaciones sobre la vida, la relación con la madre naturaleza y sus expresiones religiosas, que han consolidado sus ideales en el principio fundamental de la propuesta política de "la unidad en la diversidad" que pregona el actual movimiento indígena.

## 11. EVALUACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis planteada consistió en estudiar a los productos intangibles como una oportunidad desarrollo turístico y se confirma que en el Ecuador se puede crear un nuevo producto turístico no como parte del portafolio de productos si no como un producto intangibles más, dando la oportunidad a que las personas, pueblos y nacionalidades puedan manifestar su cultura reafirmando, potenciando y difundiendo. Reconociendo sus características culturales, respetándolas, revalorizándolas y promoviéndolas.

## 12. IMPACTOS

La contribución del presente estudio es de mejorar las condiciones socioecómicas de las personas, comunidades, etc que de una u otra forma se desarrollan en este ámbito.

## 13. CONCLUSIONES.

- Se confirmó la existencia de bienes inmateriales o intangibles catalogados dentro del acervo patrimonial del Ecuador como es la música, la danza, la gastronomía, la religiosidad pero no uno que indique como es el uso o manejo de la medicina ancestral susceptibles de explotación turística los mismos que pueden constituir una fuente de ingreso para el desarrollo local.
- Hay que establecer una diferencia entre el uso y aplicación de la medicina ancestral con propósitos exclusivos de aliviar enfermedades, en la misma forma en cómo se aplica la medicina occidental; con el atractivo que puede provocar en las personas con fines no necesariamente de tratar enfermedades si no con fines interculturales y turísticos específicamente la oferta de un servicio de sanación, limpieza, de lavados, etc que puede brindarse a turista como parte de una oferta del turismo intangible.
- No existe ningún procedimientos definidos para el uso y manejo de las plantas medicinales y silvestres, donde nuestros ancestros descubrieron de ellas su esencia y el beneficio que ofrecían a las personas que sufrían de alguna dolencia y que eran la cura a falta de centros médicos en sus comunidades. Hoy en la actualidad existen las tiendas naturistas que venden productos naturales y que curan todos los males y lo que pretendemos es que la venta sea in si tu logrando así que desarrollen económicamente y vendan lo que conocen, hacen y dicen.
- Los productos turísticos inmateriales se caracterizan por no poderlos adquirir como un bien material, la satisfacción del cliente, del turista estaría dado en la sensación de haber recibido, sentido, es decir en el gusto, en las sensaciones que provocan el adquirir este tipo de productos.
- El valor del producto elemental es el servicio también podemos decir que es el beneficio principal que se le da forma para satisfacer las necesidades del público objetico y que se ofrece a través de otros productos tangibles que componen el producto, pero ello no basta para dejar de estudiar a los productos intangibles como producto principal.
- Es necesario promover la consideración de los atractivos turísticos inmateriales como un producto turístico base, tanto por el beneficio que provocaría en los pueblos y nacionalidades y para todas aquellas personas que ofertarían este tipo de productos.

## 14. RECOMENDACIONES

- Revalorizar nuestra cultura, costumbres y tradiciones es reafirmar nuestra identidad, potencializando nuestras manifestaciones o expresiones culturales, difundiendo nuestra historia y pasando de la oralidad a la escritura.
- Desarrollar estas costumbres como un nuevo producto turístico intangible promoviéndolo, potencializándolo y revalorizándolo.
- Que se le considere a esta especialización ancestral no como una parte de, si no como un producto más de todo el portafolio turístico que maneja el Ecuador.

# 15. DECLARACIÓN FINAL Y FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

**Declaración Final.-** El grupo de investigación, representado por "Rosa Edith Osejo Vallejo" Directora del proyecto de investigación y "Tania Leonor Parra Proaño" MIEMBRO, titulado "EL TURISMO INTANGIBLE COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL ECUADOR", de forma libre y voluntaria declaran lo siguiente:

Que el proyecto descrito en este documento es una obra original cuyos autores forman parte del grupo de investigadores y por lo tanto asumimos la completa responsabilidad legal en el caso de que un tercero alegue la titularidad de los derechos intelectuales del proyecto, exonerando a la Unidad de Investigación y al Instituto Tecnológico Superior Riobamba, de cualquier acción legal que se derive por esta causa.

Que el presente proyecto no causa perjuicio alguno al ambiente y no transgrede norma ética alguna, y en el caso de que la investigación requiera de permisos previo a su ejecución, el Director/a del Proyecto remitirá una copia certificada de los mismos a la Unidad de Investigación.

Aceptamos que si como parte de los resultados del proyecto se genera algún producto o procedimiento suceptible de obtener derechos de propiedad intelectual, de los cuales se deriven beneficios, estos serán compartidos por la Unidad de Investigación, la Carrera postulante, la(s) instituciones que compartieron la investigación y el grupo de investigadores, en los términos definidos en el respectivo convenio específico.

Riobamba, jueves 21 de abril del 2022.

Ing. Rosa Edith Osejo Vallejo Mgs.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing, Tania Leonor Parra Proaño MsC.

MIEMBRO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

## 16. BIBLIOGRAFIA

### Bibliografía

Castillo, Marysol y Vladimir Castaño. «La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas.» *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24.3 (2015): 737-757.

Garcìa, Ana. «igeograf.unam.mx.» s.f de 2011. *igeograf.unam.mx.* <http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/3/bol3_art20.pdf>.

Krippendort. «Marketing Turístico.» Krippendort. *Marketing Turístico*. España, 1997. 200.

Navarro, Diego. «Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración.» *Cuadernos de Turismo* (2015). 27 de 01 de 2021. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>.

Osorio , Maribel. «La planificación turística. Enfoques y modelos.» *Quivera* 8.1 (2006): 291-314.

Sancho, Amparo

### Referencias

Castillo, Marysol y Vladimir Castaño. «La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas.» *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24.3 (2015): 737-757.

Garcìa, Ana. «igeograf.unam.mx.» s.f de 2011. *igeograf.unam.mx.* <http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/3/bol3_art20.pdf>.

Krippendort. «Marketing Turístico.» Krippendort. *Marketing Turístico*. España, 1997. 200.

Navarro, Diego. «Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración.» *Cuadernos de Turismo* (2015). 27 de 01 de 2021. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>.

Osorio , Maribel. «La planificación turística. Enfoques y modelos.» *Quivera* 8.1 (2006): 291-314.

Sancho, Amparo. «Introducción al Turismo.» *Organización Mundial del Turismo* (2011).

. «Introducción al Turismo.» *Organización Mundial del Turismo* (2011).

## Trabajos citados

Castillo, Marysol y Vladimir Castaño. «La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas.» *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24.3 (2015): 737-757.

Garcìa, Ana. «igeograf.unam.mx.» s.f de 2011. *igeograf.unam.mx.* <http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/3/bol3_art20.pdf>.

Krippendort. «Marketing Turístico.» Krippendort. *Marketing Turístico*. España, 1997. 200.

Navarro, Diego. «Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración.» *Cuadernos de Turismo* (2015). 27 de 01 de 2021. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>.

Osorio , Maribel. «La planificación turística. Enfoques y modelos.» *Quivera* 8.1 (2006): 291-314.

Sancho, Amparo. «Introducción al Turismo.» *Organización Mundial del Turismo* (2011).

## 18. PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN ADICIONALES

PROPUESTA DE ARTÍCULO CIENTÍFICO

# EL TURISMO INTANGIBLE COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

**Rosa Edith Osejo Vallejo**[1]

[1,] Magister en Marketing Turístico y Hotelero, Docente Investigador del Instituto Tecnológico Superior Riobamba, actualmente es docente de la carrera Administración Turística y Hotelera y Gestión de Operaciones Turísticas, especialista en Marketing, Merchandising y Emprendimientos productivos turísticos. edithosejo@gmail.com

**Tania Leonor Parra Proaño**[2]

[2] Master en Industrias Pecuarias, Mención en Insdustrias de la Carne, Rectora del Instituto Tecnológico Superior Riobamba, especialista en Gestión Administrativa, Planificación, Procesamiento de las carnes. Docente Investigador del Instituto Tecnológico Superior Riobamba, tania201268@yahoo.es

## RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito establecer y ubicar un nuevo servicio o producto en el área turístico y que constituye un potencial para la práctica de esta actividad en el Ecuador, toda vez que a partir del reconocimiento de un estado plurinacional se han reivindicado todo el acervo cultural existente en la geografía ecuatoriana y que históricamente ha sido minimizados y olvidados por el avasallante dominio de la cultura occidental desde la época de la conquista del continente americano. Tales culturas si bien no han permanecido inmunes al influjo de occidente no es menos cierto que una vez dada las condiciones de apertura y respeto a la diversidad se han mostrado en diferentes etnias aspectos que se son propios en su vida individual y colectiva, los mismos que les han permitido permanecer en el tiempo fundamentado en una visión distinta especialmente en las relaciones interpersonales, colectivas, comunales y sociales en general, a tal punto que dichas costumbres, usos, prácticas, conocimientos, sabidurías y demás aspectos de la vida colectiva han llegado ser considerados verdaderos patrimonios intangibles no solamente susceptibles de conservación sino también de promoción y difusión a todas las personas ávidas de conocer cosmovisiones ajenas de su cultura.

A más de ello, el presente trabajo aspira ampliar la visión que se tiene sobre la oferta turística destinada exclusivamente a toda oferta material es decir todo aquello que se puede visualizar como por ejemplo el paisaje, todo lo que se puede sentir ejemplo mares climas, en definitiva no solamente la geografía como espacio físicos es el producto exclusivos de disfrute complementado con la actividad turística y hotelera si no también aquello que no se puede palpar, sentir pero si transmitir experiencias nuevas de carácter espiritual, material como puede ser coexistir en una vida en comunidad y comunión.

En tal sentido vemos que en Ecuador existe un potencial inmenso respecto a poder brindar una alternativa de vida a estos pueblos y comunidades que no signifique un aislamiento del resto del mundo si no una inter relación que aparte de permitirles y garantizarles sus milenarias formas de vida, estas, se puedan transmitir a otras conciencias y a la vez como valor agregado les deje un sustento de carácter material que les permita mantener estables su ecosistema

**PALABRAS CLAVES**
TURISMO, CULTURA, PATRIMONIO, PRODUCTO, SERVICIO

## SUMMARY

This research establishes and locates a potential new service or product in the tourism area for the its practice in Ecuador. Since the recognition of plurinationality Ecuadorian geography cultural heritage has been claimed, although such cultures have not remainedimmune to West influence. It is true that ethnic groups have shown particular aspects own to individual and collective lives. They have allowed them to remain the same: interpersonally, collectively, communally social relations. So that their customs, uses, practices, knowledge, wisdom and other collective life aspects have become real assets. To broaden tourist vision of an exclusive material offer, such as landscape, we must be included everything we visualize and feel, climates.

Geography is not the exclusive product of enjoyment complementedby tourism and hotel activity, but also what we can fell, and transmitted becoming new spiritual and material nature experiences , such as community and fellowship life coexistence.

**Keywords:** Product, Service, Tourism, Culture, Heritage

**INTRODUCCIÓN**

En el año de 2008 entró en vigencia en el Ecuador una nueva Constitución[i] que parte en su Art. 1. Declarándole al Ecuador como un estado plurinacional entre otras características, concomitantemente con ello en el inciso segundo del Art. 2. Establece que los idiomas oficiales del Ecuador de relación intercultural además del castellano son el kechua y el shuar. Establece esta carta fundamental un capítulo entero dedicado a los derechos de las comunidades pueblos y nacionalidades[i] en donde entre otras atribuciones, beneficios les otorga la posibilidad, de mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social[i], de la misma forma tiene la potestad de tener, conservar la propiedad de forma imprescriptible de sus tierras, además de ello, sus dominios son inalienables, inembargables e indivisibles[i], sobre estos territorios se faculta a las comunidades pueblos y nacionalidades conserven y promueven sus prácticas del manejo de biodiversidad y de su entorno natural[i], conservar y desarrollar su propias formas de convivencia y organización social manteniendo la practica en sus territorios de su derecho propio, preservar su patrimonio cultural e histórico y por último mantener y desarrollar relaciones de cooperación con otros pueblos.

Con este marco constitucional fundamental se abre un mundo de posibilidades para el desarrollo de los pueblos y comunidades que no solamente consisten en el respeto a su identidad cultural si no la posibilidad de promover, y desarrollar el mismo a través de delinear un catálogo de productos turísticos intangibles de acceso al mundo.

En este marco jurídico se fundamenta principalmente porque a pesar de la extensión territorial Ecuador registra la existencia de 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas[i],

Ubicados generalmente en diferentes puntos geográficos en las regiones de la sierra, amazonia, costa, región insular. Esta riqueza étnica consiste básicamente en una riqueza de carácter intangible ya que se reduce a instituciones, usos, prácticas, conocimientos y saberes ancestrales, distintos o diferentes a los establecidos por la cultura occidental el mismo que en términos reales y objetivos se pueden encontrar en la relación diaria y cotidiana de estos pueblos. A tal punto que si bien es importante y magnífico que el lugar geográfico dónde se asientan se creen productos intangibles por la creciente demanda de turistas que exigen a más de experimentar esos espacios geográficos tener la posibilidad de convivir o tener momentos de coexistencia o de relación social con sus habitantes, es decir tener la experiencia de formar parte de una comunidad distinta a la suya y con ello llevar una experiencia intensa que llene aspectos espirituales que satisfagan deseos de curiosidad de cualquier persona. Se puede indicar que según algunos especialistas los viajeros turísticos internacionales se orientan cada vez más a la

búsqueda de nuevas experiencias, es decir un turismo más activo que pasivo y que las actividades sean relacionadas con la naturaleza la cultura y la aventura.

Estos productos básicamente consisten en lo siguiente:

Ofertar una alimentación consistente en la preparación de platos típicos según la oferta gastronómica propia del sector, utilizando productos de la zona y servidos con utensillos propios de las costumbres y tradiciones como la cerámica ancestral hecha bajo sus propios procedimientos.

Que su servicio de alojamiento u hospedaje sea mediante la utilización de infraestructura de la zona en similares condiciones de los nativos con precauciones y seguridades.

Participar en fiestas, con la presencia de todos los simbolismos, actitudes, música, danza, costumbres y tradiciones en la forma como se estila en las comunidades, Compartir conocimientos y saberes sobre propiedades atributos y usos de plantas, tierra, aromas del entorno, participar en actividades específicas de labores diarias, pudiendo ser caza, pesca cosecha sembrío de productos de la zona en la medida de que se lo realice como un acto rutinario.

Llevar vestimenta típica del sector, para que conocer los simbolismos, costumbres y tradiciones ancestrales.

Ofertar la participación de las ceremonias ancestrales de purificación dónde los curanderos o shamanes les transporten espiritualmente con sus ancestros y se purifiquen, se limpien de energías negativas y se colmen de energías positivas, les den baños de pureza, suerte, etc.

## 7. MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo se sustenta sobre medios racionales y empíricos que consisten básicamente en revisión bibliográfica básicas, observación, recolección de datos, teóricos doctrinales, datos documentales y testimoniales.

### 7.1. Objetivo de la investigación

Analizar los productos turísticos materiales y proponer un nuevo producto turístico intangible e inmateriales y que fomente el desarrollo turístico.

## 8. DESARROLLO

Bajo el nuevo marco jurídico constitucional ecuatoriano en el que se recoge una nueva visión de las relaciones entre la sociedad ecuatoriana y también con respecto a la naturaleza y el medio ambiente, abre un abanico de posibilidades para que los pueblos y nacionalidades del Ecuador

que emprendan con actividades económicas no tradicionales como son la agricultura, ganadería básica, cierta producción artesanal en niveles micro: si no que aparece la posibilidad de desarrollar actividades dentro del campo administrativo de servicios y dentro del turismo de forma específica el servicio turístico.

Es política de estado y también de los particulares el promover un cambio en la matriz productiva convirtiéndole al Ecuador en un destino turístico mundial así como el turismo interno, para ello la oferta o como el país se ofrece al mundo es promoviendo su privilegiada geografía, un ejemplo que pretende de ello es el spot publicitario contratado por el Ex Presidente Correa y que se difundió en el Bold, en su análisis podemos encontrar que el Ecuador solo oferta productos turísticos tangibles esto es montañas, nevados, el tren, la naturaleza (Galápagos, Oriente, reservas, etc). Mientras que lo intangible como costumbres y tradiciones ancestrales de nuestros pueblos, no.

Sin embargo, en comunidades del oriente o Amazonía se está produciendo un fenómeno en el cual personas usualmente extranjeros cambian radicalmente sus motivaciones y hábitos de consumo, generando nuevos segmentos de mercado, es decir son más exigentes y definen claramente sus expectativas inspiran a vivir experiencias que consisten básicamente en formar parte de estos colectivos ancestrales por periodos cortos en el tiempo, es decir aquellas visitas en los pueblos, donde podrán visitar los ríos, fauna flora sino también podrán participar en el cotidianidad y formar parte de esta comunidad o llegar a sentirse un miembro más de la comunidad, para ello este involucramiento consiste en vivir los rituales, su gastronomía y compartir los conocimientos y sabidurías ancestrales de los pueblos y comunidades.

Al ser este una innovación en la oferta turística no existe abundante literatura en la que se explique desde la naturaleza de la nueva oferta turística, ni los procesos administrativos, tecnológicos para llevar adelante un proyecto de esta índole, no se ha codificado, instrumentado en documento de carácter técnico lo que podría llamarse en un primer momento un producto turístico intangible.

Es parte entonces, planteando una definición base de lo que significaría un producto turístico intangible desde la conceptualización jurídica de un bien intangible. El intangible constituye aquel producto inmaterial susceptible de ser apropiado y consecuentemente comercializado un ejemplo de ello es la marca[i] indica “es un nombre o término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de alguno de ellos que identifica a los productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores”, podemos resaltar que la marca debe identificar al producto lo que transmitimos la idea de lo que queremos vender y diferenciar de un producto al otro, es decir es el conjunto de valores que los consumidores asocian a una empresa, país o producto. La marca es el conjunto de valores de un producto con la que diferenciamos de la competencia, es decir posicionamos en nuestra mente respecto al resto de las marcas de la misma categoría.

Entonces podemos decir que un producto turístico intangible es un conjunto de bienes inmateriales consistente de todo un acervo cultural milenario de cierto pueblos y colectivos en el mundo[i].

De la definición base podemos considerar ciertos elementos de la cultura[i] de los pueblos ancestrales y que son intangibles tal es el caso de saberes ancestrales relacionados con las sanaciones, limpias, curaciones a ciertos males espirituales y del cuerpo.

La alimentación básica, orgánica, como su forma de procesamiento, la recolección de hortalizas, semillas, hierbas condimentadas y medicinales, son productos que pueden ser colocados en los restaurantes y hoteles que dan servicio de alimentación y los alimentos procesados como mermeladas, vinos, yogures. Etc.

Los rituales, como danzas y expresiones artísticas, recuerdos o souvenirs hechos por la gente propia del lugar, como la vestimenta, joyas, cremas, perfumes, elaborados con los recursos naturales adecuadamente elaborados como fibras y coloridos naturales extraídos de semillas de la naturaleza.

Si bien pueden existir muchos más elementos a poder ser aprovechados los señalados constituyen parten sustancial de un emprendimiento turístico sobre intangibles. Los mismos se pueden desarrollar de la siguiente forma:

- La alimentación-. Dentro de los atractivos turísticos está la gastronomía, la oferta gastronómica que podemos ofrecer y que tiene su tinte ancestral, no hay que pensar que porque es un alimento del campo y que las personas que nos atienden son personas sin mucha preparación, debemos maltratarnos al recibir el servicio, entonces la calidad juega un papel importante al momento de ofertar un producto o servicio cualquiera. Es necesario la capacitación sobre la preparación, la asepsia al momento de manipular los distintos géneros alimenticios, la forma de llegar al cliente quien demanda de nuestros servicios, la alimentación tradicional, ancestral, autóctono no es sinónimo de recibir un mal servicio, hay que cambiar esa mentalidad. Es cierto que hoy en la actualidad los turistas buscan lo más original pero depende de cómo vendamos la idea lograremos posicionar nuestros productos en la mente del consumidor.
- La Cosmovisión de los pueblos indígenas-. Primero el término indígena está relacionado a la presencia de los primeros habitantes de América Abya Yala- antes de la llegada de los europeos, quienes – los indígenas- fueron tratados como una clase inferior, explotados, denigrados como seres humanos. Pese a ello los pueblos indígenas tiene su propia visón del mundo, sus maneras de descifrar los fenómenos naturales y sociales, los misterios del universo, sus dioses, la vida, la cosecha, la sabiduría, la muerte, la ciencia, que son interpretados a la luz de sus conocimientos adquiridos oralmente y transmitidos a sus generaciones.

- Expresiones artísticas-. Las costumbres y tradiciones que nuestros pueblos pueden demostrar como atractivos y se conjugaría en un solo producto o servicio.

  La celebración, producto del sincretismo, se encuentra inmersa y arraigada en muchas de las parroquias, comunidades y cantones de la provincia y el Ecuador, afianzándose como el espacio y tiempo del reencuentro de la familia en su lugar de origen. Las celebraciones tienen grandes corrientes opuestas pero complementarias que convierten en únicas nuestras manifestaciones.

  Podemos citar el carnaval mestizo, de origen español y de alto contexto popular – religioso; y por otro, el Andino con el Pawcar Raymi que recrea aspectos cotidianos de la vida y el universo. Se manifiesta en juegos ceremoniales y ritos purificadores con agua, que al fusionarse con cantos, música, danzas, comida, bebida y vestimentas de propias del carnaval andino, se convierte en una verdadera fiesta del Ecuador y modelo característico de la interculturalidad por lo que se considera Patrimonio Intangible del Ecuador.

- Simbolismo y rituales-. La cosmovisión indígena, la Pachamama, las costumbres ancestrales transmitidos mediante expresiones lúdicas deben ser conceptualizadas también no como un complemento de un servicio si no como un producto intangible más, que al ser considerados por sus bondades el turismo que gusta de este tipo de servicio lo haga formalmente y no clandestinamente, como algo malo. Se debe dar el valor que esto acarrea y su importancia en la cosmovisión indígena.

- Formas de subsistencias-. Los parámetro de propiedad que regula su economía, la cual se basa principalmente en la agricultura, son cultivos expresamente para el mercado local, externo de su comunidad, productos como el ajo, cebolla, zanahoria, habas, mellocos, legumbres, papas y crianza de animales. La producción de hierbas, que sirven de alimento para el ganado, borregos, chanchos, cuyes. Crianza de animales domésticos como aves (pollos, patos, etc).

  Esta cotidianidad hace que su forma de subsistencia sea el pleno conocimiento del manejo de plantas, medicinales, que sirven para sus costumbres curativas, haciendo que no necesiten acudir donde un médico para curar un dolor de barriga, etc.

  La diversidad culinaria es extensa, se preparan las famosas viandas que son bandejas de motes, papas, fritada; tenemos además como los tamales, chigüiles, caldo de gallina, cuero asado acompañado de mote, morcilla, fritada con empanadas y plátano frito.

  Existe un sinnúmero de bebidas características de cada lugar y preparados especialmente como es el jucho, la chicha de jora, de morocho, frutas o de arroz, mistelas de menta o fresa y el canelazo.

Visto desde el punto de vista turístico diríamos que el Ministerio de Turísmo cuenta con un portafolio amplio de productos turísticos, bien diseñados y clasificados pero con el análisis expuesto vemos que no hay un producto específico que promocione al turismo intangible. Para entender mejor analizaremos que es:

Recurso turístico-. Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitados o admirados por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

Atractivo turístico-. Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, este es, que estén dotados de al menos accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otras definiciones que establecen una definición la establece la metodología de inventarios turísticos del MINTUR:

Atractivos turísticos-. Es el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés de visitantes. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

El Ecuador tiene inventariado 1635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales con su propia jerarquía y significado.

Jerarquía IV: Atractivo excepcional de gran significación para el mercado internacional capaz pos sí solo motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III: Atractivo con rasgos excepcionales de un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitas del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitar a visitantes de larga distancia, ya sea del merca do interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero e igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Líneas de Productos-. Chias y Kotler, coinciden que existen dos dimensiones prioritarias para determinar un producto, siendo por una parte la amplitud de gama que muestra las distintas líneas de productos y por otra parte, la profundidad del conjunto de productos que se refiere a las sub líneas de productos o denominadas variantes de productos por cada línea.

***Cuadro de línea de productos***

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Recreación Touring | Recreación Descanso | Salud | Cultural | Naturaleza Ecoturismo | Gran Aventura | Deporte Eventos | Casi negocios |

***Fuente Chias (2006).***

***Cuadro. Variantes de productos por cada línea de producto***

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Recreación Touring | Recreación Descanso | Salud | Cultural | Naturaleza Ecoturismo | Gran Aventura | Deporte Deporte | Eventos | Casi negocios |
| Coche | Playa | Dieta | Ciudades Lugares arqueológicos | Ecosistemas Parques naturales | Escalada Rafting | Esquí Golf | Culturales Religiosos | Reuniones Congresos |
| Bus | Campo | Tratamientos | Conjunto histótico s | Lugares geográficos | Senderismo | Pesca | Musicales | Presentaciones |
| Tren | Montaña | Belleza | Monumentos edificios | Flora singular | Paracaidismo | Caza | Deportivos | Ferias |
| Crucero | Ciudad | Fitness | Museos | Comunidades indígenas | Deporte de motor | Vela | Fiestas populares | Incentivos |
| Pie | Lagos/ ríos | | Gastronomía | | | Buceo | | |
| Caballo | | | Estudios | | | Cabalgata | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bicicleta | | | | | | Ciclismo | | |

**Fuente: Chias (2006)**

Como resultado de análisis de la líneas de productos actualizadas y las variantes que integran estas líneas, producto de revisión y análisis realizados:

***Portafolio de productos turísticos del Ecuador***

| | | | |
|---|---|---|---|
| Circuitos generales | Circuitos generales | Ecoturismo y turismo de naturaleza | Parques nacionales |
| Sol y Playa | Sol y Playa | | Reservas y bosques privados |
| Turismo Comunitario | Turismo Comunitario | | Ríos, lagos, lagunas y cascadas |
| Turismo cultural | Patrimonio naturales y culturales | Turismo de deportes y aventura | Deportes terrestres |
| | Mercados de artesanías | | Deportes Fluviales |
| | Gastronomía | | Deportes aéreos |
| | Shamanismo | | Deportes acuáticos |
| | Fiestas populares | Turismo de salud | Termalismo |
| | Turismo religioso | | Medicina ancestral |
| | Turismo urbano | | SPA´s |
| | Turismo arqueológico | Agroturismo | Haciendas, fincas y plantaciones |
| | CAVE, científico, académico, voluntario y educativo | Turismo de convenciones y congreso | Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias |
| | Haciendas históricas | Turismo de cruceros | Cruceros |
| Parques temáticos | Parques temáticos | | |

***Fuente: PLANDETUR 2020***

Producto intangible-. Los productos intangibles de una empresa son aquellos que a diferencia de los recursos tangibles no son medibles, ni cuantificables. Tampoco tienen un soporte físico. Son un tipo de información y de conocimiento y de todo aquello que es inmaterial, no se puede medir. La inmaterialidad de los recursos intangibles también dificulta su gestión ya que en muchas ocasiones, es difícil poder ver estos bienes con objetividad y poder evaluarlos. A diferencia de los recursos tangibles que se desgastan por el uso, por el contrario, los recursos intangibles ganan fuerza, calidad y valor.

## CONCLUSIONES

- Se confirmó la existencia de bienes inmateriales o intangibles catalogados dentro del acervo patrimonial del Ecuador como es la música, la danza, la gastronomía, la religiosidad pero no uno que indique como es el uso o manejo de la medicina ancestral susceptibles de explotación turística los mismos que pueden constituir una fuente de ingreso para el desarrollo local.
- Hay que establecer una diferencia entre el uso y aplicación de la medicina ancestral con propósitos exclusivos de aliviar enfermedades, en la misma forma en cómo se aplica la medicina occidental; con el atractivo que puede provocar en las personas con fines no necesariamente de tratar enfermedades si no con fines interculturales y turísticos específicamente la oferta de un servicio de sanación, limpieza, de lavados, etc que puede brindarse a turista como parte de una oferta del turismo intangible.
- No existe ningún procedimientos definidos para el uso y manejo de las plantas medicinales y silvestres, donde nuestros ancestros descubrieron de ellas su esencia y el beneficio que ofrecían a las personas que sufrían de alguna dolencia y que eran la cura a falta de centros médicos en sus comunidades. Hoy en la actualidad existen las tiendas naturistas que venden productos naturales y que curan todos los males y lo que pretendemos es que la venta sea in si tu logrando así que desarrollen económicamente y vendan lo que conocen, hacen y dicen.
- Los productos turísticos inmateriales se caracterizan por no poderlos adquirir como un bien material, la satisfacción del cliente, del turista estaría dado en la sensación de haber recibido, sentido, es decir en el gusto, en las sensaciones que provocan el adquirir este tipo de productos.
- El valor del producto elemental es el servicio también podemos decir que es el beneficio principal que se le da forma para satisfacer las necesidades del público objetico y que se ofrece a través de otros productos tangibles que componen el producto, pero ello no basta para dejar de estudiar a los productos intangibles como producto principal.
- Es necesario promover la consideración de los atractivos turísticos inmateriales como un producto turístico base, tanto por el beneficio que provocaría en los pueblos y nacionalidades y para todas aquellas personas que ofertarían este tipo de productos.

## RECOMENDACIONES

- Revalorizar nuestra cultura, costumbres y tradiciones es reafirmar nuestra identidad, potencializando nuestras manifestaciones o expresiones culturales, difundiendo nuestra historia y pasando de la oralidad a la escritura.
- Desarrollar estas costumbres como un nuevo producto turístico intangible promoviéndolo, potencializándolo y revalorizándolo.
- Que se le considere a esta especialización ancestral no como una parte de, si no como un producto más de todo el portafolio turístico que maneja el Ecuador.

**BIBLIOGRAFÍA**

Acevedo A. Gómez M. (2010). *La Logística Moderna en la Empresa.* La Habana: Felix Varela.

Allburquerque Ll. (2004). America Latina, Programas de desarrollo. *Revista de la CEPAL N°82*, 157-171.

Anaya J. (2011). *Logística Integral. La gestión operativa de la empresa.* Madrid: ESIC ISBN 978-84-7356-770-1.

Ballaud R. (2004). *Logística Empresarial. Control y Planificación.* México: Díaz de Santos S.A. pag 32.

Belema L. (2013). *LA economía popular y solidaria y los emprendimientos locales de la parroquia San José, Ecuador.* Quito pag 185: Observatorio Eco. Latinoamericana.

Cabrera A. (2014). *Logística Internacional. Una herramienta para la competitividad.* Madrid: ICEX ISBN: 978-84-7811-774-1.

Casanovas A. Cuatrecasas Ll. (2011). *Integral Logistic. Lean Suply Chain Management.* Barcelona: Profit ISBN 978-84-15330-51-5.

Castro Díaz-Balart F. (2002). *Ciencia, innovación y futuro.* Barcelona: Grijalbo.

CENEVAL. (2000). *Mecadotecnia Nueva Generación.* México: Egel-Merca www.guias de ceneval.com.

Chopra S. Meindl P. (2008). *Adminitrsación de la Cadena de Suministro. Estrategia,planeación y operración.* México: Pearson pag. 552 ISBN 978-970-26-1192-9 .

Clark I. (1998). *Tecnología y Sociedad: Desafios éticos en tecnología y sociedad.* La Habana: GEST Vol. 2. pag. 1-10 ISBN 959-16-0022-4.

Constitución del Ecuador. (2009). *Creación del IEPS. Decreto Ejecutivo N°1668.* Quito: Registro Oficial.

Coyle J. Langley C. Novack R. Gibson B. (2013). *Supply Chain Management: Logistic Perpective.* México: Cengage Learning ISBN 978-0-538-4918-9.

Cristopher M. (2002). *Logística Apstecos Intergrales.* México: Limusa ISBN 968-18-5282-6.

Flynn B. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach" Journal of Operation Managements. *Journal of Operation*, 58-71.

Franca F . (2002). *Terceiro setor, economi social, economia solidaria e economia popular.* Bahia: Análise & Dados pag. 9-19.

García E. (1995). *Surgimiento, evolución y perspectiva de la política de ciencia y tecnología en Cuba.* La Habana: GEST ISBN 959-16-0021-6.

Gómez M. Acevedo J. (2001). *La logística moderna y la competitividad empresarial.* La Habana: Felix Varela.

Guerra P. (2013). Bases para la comprensión de formatos económicos solidarios. *Revista Académic Universidad de Málaga N°15*, 5 ISSN 1988-2483.

Guerra P. (2014). Bases para la comprension de formatos económicos solidarios. *Revista Académica Universidad de Málaga*, N°15 ISSN 1988-2486.

Lara P. (2012). *Oferta consolidada de la economía popular y solidaria y la participación en la demanda publica.* Quito pag 2-3: IEPS.

Lawrence D. Hill E. (2001). *Basics of supply chain management* . New York: McGraw Hill ISBN 1-57444-120-5.

MIES MInisterio de Inclusión Económica y Social. (2011). *Agenda Económica Nacional.* Quito: MIES.

Nuñez J. (2000). *La Ciencia y la Tecnología como Procesos Sociales.* La Habana: Cuba Literaria.

Ramos R. (2001). *Modelos de Evaluación de la Competitividad Internacional.* Gran Canaria: Universidad las Palmas.

Ratliff D, N. W. (1996). Logistic Composite Modeling. *The Logistics Insitute*, 4.

Saravia M. (2011). *Orientación Metodológica para la elaboración de proyectos e informes de investigación.* . Barcelona: Conacyt.

Sarria A. (2013). *Economía Solidara como Política y Estrategia de Desarrollo.* Madrid: CESOT.

Senplades. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir.* Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito: Registro Oficial.