



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en
Turismo y Hotelería.**

TEMA:

**LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMA COMUNITARIA:
EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÍ**

AUTOR: Sandoval Jiménez Sandra Ivette

TUTOR: Mg. Lic. Carmen Vaca Vaca

AMBATO-ECUADOR

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Mg. Lic. Carmen Isabel Vaca Vaca C.I. 1803381423 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMA COMUNITARIA: EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÍ” desarrollado por la egresada Sandoval Jiménez Sandra Ivette, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



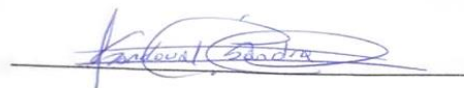
Lic. Mg Carmen Vaca

DOCENTE TUTORA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TUTORA

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Deja constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Sandoval Jiménez Sandra Ivette

C.I 0503969370

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMA COMUNITARIA: EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÍ”, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando este dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.



Sandoval Jiménez Sandra Ivette

C.I 0503969370

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMA COMUNITARIA: EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÍ”, presentada por la Srta. Sandoval Jiménez Sandra Ivette egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Septiembre 2017 – Febrero 2018, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de la investigación y reglamentarios.

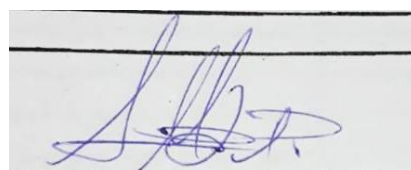
Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



FIRMA

Mg. Alicia Porras



Mg. Diego Melo

DEDICATORÍA

El proyecto de investigación se lo dedico a mis padres Carlos Sandoval y Delia Jiménez por el apoyo incondicional que me han brindado durante mi vida universitaria.

Sandra Ivette Sandoval Jiménez

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco infinitamente al Sr. Ramiro Tipán quien es dirigente de la comunidad Jatun Juigua por permitirme realizar el trabajo de investigación en su sector.

De igual manera agradezco a mis hermanos, amigos, familiares y profesores quienes me motivaron en todo momento a cumplir con una meta más en mi vida profesional.

Sandra Ivette Sandoval Jiménez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	II
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
Índice de Contenidos.....	VIII
Índice de Figuras	X
Índice de Cuadros.....	X
Índice de imágenes.....	X
Índice de Tablas	XI
Índice de Gráficos	XI
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV
CAPÍTULO I.....	1
1 EL PROBLEMA.....	1
1.1 Tema de investigación.....	1
1.2 Planteamiento del problema	1
1.2.1 Contextualización	1
1.2.2 Análisis Crítico	5
1.2.3 Formulación del problema.....	6
1.2.4 Preguntas directrices	6
1.2.5 Delimitación del objeto de investigación.....	7
1.3 Justificación.....	7
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo General.....	8
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
CAPÍTULO II	9
2 MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes investigativos	9
2.2 Fundamentación filosófica	11
2.3 Fundamentación legal.....	11
2.4 Categorías fundamentales.....	13
2.4.1 Fundamentación teórica de la variable independiente	16
2.4.2 Fundamentación teórica de la variable dependiente	22

2.5	Hipótesis	25
2.6	Señalamiento de las variables.....	25
CAPÍTULO III.....		26
3	METODOLOGÍA.....	26
3.1	Enfoque de la investigación.....	26
3.2	Modalidad básica de la investigación.....	26
3.3	Tipos de investigación.....	27
3.4	Población y muestra	27
3.5	Operacionalización de las variables	28
3.5.1	Operacionalización de la variable independiente: Actividad turística.....	28
3.5.2	Operacionalización de la variable dependiente: Autoestima comunitaria.	29
3.6	Plan de recolección de información	30
3.7	Plan de procesamiento de información.....	30
CAPÍTULO IV.....		31
4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	31
4.1	Análisis e interpretación de los resultados	31
4.2	Verificación de la hipótesis	52
4.2.1	Planteamiento de la hipótesis.....	52
4.2.2	Selección del nivel de significación.....	52
4.2.3	Descripción de la población.....	52
4.2.4	Calculo de la prueba de Kolgomorov-Smirnov.	52
4.2.5	Decisión	54
CAPÍTULO V		55
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
5.1	Conclusiones.....	55
5.2	Recomendaciones.....	56
CAPÍTULO VI.....		57
6	PROPUESTA.....	57
6.1	Datos informativos	57
6.1.1	Título.....	57
6.1.2	Ubicación de la intervención	57
6.1.3	Beneficiarios	57
6.2	Antecedentes de la propuesta	57
6.3	Justificación.....	58
6.4	Objetivos.....	58
6.4.1	Objetivo General:.....	58
6.4.2	Objetivos específicos:	58

6.5	Modelo operativo.....	59
6.6	Desarrollo operativo de la propuesta.....	59
6.7	Compendio	60
	Anexos.....	76
	Bibliografía	82
	Artículo Académico	86
	Bibliografía (Artículo Académico)	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Árbol de problemas	5
Figura 2:	Subordinación conceptual (Red de inclusión conceptual)	13
Figura 3:	Subordinación conceptual (Variable Independiente)	14
Figura 4:	Subordinación conceptual (Variable Dependiente).....	15

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	Operacionalización de la variable independiente.....	28
Cuadro 2:	Operacionalización de la variable dependiente.....	29
Cuadro 3:	Plan de recolección de información	30

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1:	Portada del compendio.....	62
Imagen 2:	Información general de la Comunidad Jatun Juigua.....	63
Imagen 3:	Información general de la Comunidad Jatun Juigua.....	64
Imagen 4:	Síntesis Histórica de la Comunidad Jatun Juigua	64
Imagen 5:	Síntesis Histórica de la Comunidad Jatun Juigua	65
Imagen 6:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	65
Imagen 7:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	66
Imagen 8:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	66
Imagen 9:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	67
Imagen 10:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	67
Imagen 11:	Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua	68
Imagen 12:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	69
Imagen 13:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	69
Imagen 14:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	70
Imagen 15:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	70
Imagen 16:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	71
Imagen 17:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	71
Imagen 18:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	72
Imagen 19:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	72
Imagen 20:	Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	73

Imagen 21: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	73
Imagen 22: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	74
Imagen 23: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	74
Imagen 24: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	75
Imagen 25: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Rango de edad de los participantes.....	31
Tabla 2: Sexo de los participantes.....	32
Tabla 3: Profesión de los participantes	33
Tabla 4: Tiempo de participación en la actividad turística	34
Tabla 5: Ingreso económico mensual por la actividad turística.....	34
Tabla 6: Pregunta 1	35
Tabla 7: Pregunta 2	37
Tabla 8: Pregunta 3	38
Tabla 9: Pregunta 4	39
Tabla 10: Pregunta 5	40
Tabla 11: Pregunta 6	42
Tabla 12: Pregunta 7	43
Tabla 13: Pregunta 8	44
Tabla 14: Pregunta 9	45
Tabla 15: Pregunta 10	47
Tabla 16: Pregunta 11	49
Tabla 17: Pregunta 12	50
Tabla 18: Pregunta 13	51
Tabla 19: Modelo Operativo de la propuesta.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Rango de edad de los participantes.....	31
Gráfico 2: Sexo de los participantes.....	32
Gráfico 3: Profesión de los participantes	33
Gráfico 4: Pregunta 1	35
Gráfico 5: Pregunta 2	37
Gráfico 6: Pregunta 3	38
Gráfico 7: Pregunta 4	39
Gráfico 8: Pregunta 5	40
Gráfico 9: Pregunta 6	42
Gráfico 10: Pregunta 7	43
Gráfico 11: Pregunta 8	44
Gráfico 12: Pregunta 9	45
Gráfico 13: Pregunta 10	47
Gráfico 14: Pregunta 11	49
Gráfico 15: Pregunta 12	50
Gráfico 16: Pregunta 13	51

Gráfico 17: Resumen de prueba de hipótesis	53
Gráfico 18: Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra.....	53
Gráfico 19: Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra.....	53

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMA COMUNITARIA:
EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÍ”

AUTOR: Sandra Ivette Sandoval Jiménez

TUTOR: Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación resalta a la actividad turística como fortaleza para el autoestima comunitaria de la comunidad Jatun Juigua, dado que al contar con recursos naturales y tener consciencia de la importancia y simbolismo de los rasgos culturales en la vida cotidiana, el turismo ha sido aceptado positivamente por los actores pasivos de la actividad turística en el sector.

Por ende, la participación, sentido de pertenencia y lazos de fraternidad han mejorado gracias a la implementación de la actividad turística debido a que cada miembro cumple un rol, tiene voz y voto en cada decisión, e incluso su liderazgo como emprendedores se ha desarrollado positivamente, lo cual los hace sentir seres proactivos en esta nueva actividad como es la turística, por ende percibir el valor simbólico de cada uno de los rasgos culturales y de los recursos naturales, mejoró la seguridad de cada actor para compartir con otros su identidad cultural.

Palabras claves:

Actividad turística, consciencia, sentido de pertenencia, participación, identidad cultural, autoestima comunitaria.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se investigó la actividad turística en el autoestima comunitaria: Experiencia del caso Jatun Juigua, cantón Pujilí; mismo que cuenta con seis capítulos, los cuales se describe a continuación.

CAPÍTULO I

Se refiere a la problemática planteada, en donde la contextualización se llevó a cabo con datos reales y concretos a nivel macro, meso y micro, también se incluyó el análisis crítico en el cual se describen las causas y efectos que genero el problema. Así mismo se delimito el objeto de estudio determinando términos de contenido, espacio y tiempo. Seguidamente se enlazaron las variables dentro de la formulación del problema, las preguntas directrices permitieron desarrollar los objetivos y finalmente en la justificación se detalló la importancia, interés, factibilidad y beneficios que trajo consigo la investigación.

CAPÍTULO II

Este capítulo es la base conceptual que fundamento la investigación, con antecedentes que aportaron al sustento de la variable independiente y dependiente, realizando una adecuada recopilación de información a través de artículos científicos, informes, documentos académicos, libros, revistas digitales, entre otros.

CAPÍTULO III

Aquí se encuentra la metodología investigativa que se llevó a cabo dentro de la investigación, es decir su modalidad básica y tipo para después determinar la población y muestra con el propósito de elaborar el cuadro de la operacionalización de las variables la cual que contribuyo a la formulación de las preguntas que en la encuesta están presentes; esto facilito la recopilación de información in situ para el proceso investigativo.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se realizó el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, de igual manera en este apartado se utilizó un método estadístico para verificar la hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

Se establecieron las conclusiones y recomendaciones generadas por el trabajo investigativo, otorgando una visión acertada de la realidad observada.

CAPÍTULO VI

Dentro de este capítulo se planteó una propuesta de solución al problema identificado al inicio de la investigación, para ello se elaboró un compendio cultural y natural de la comunidad Jatun Juigua, combinando la imagen con el escrito en prosa, con la finalidad de elevar el autoestima comunitaria.

Finalmente se concluyó con bibliografía y anexos

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA

1.1 Tema de investigación

La actividad turística en el autoestima comunitaria: Experiencia del caso Jatun Juigua, cantón Pujilí.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

El movilizarse a sitios ajenos a los habituales es una acción satisfactoria para el ser humano, porque permite salir de la rutina diaria, conocer e interactuar con nuevas personas, lo cual deja una experiencia muy placentera. Por su parte, el desplazarse para obtener aquella experiencia implica satisfacer necesidades de viaje como: hospedaje, alimentación, transporte y un sitio nuevo por explorar. Dicha acción y satisfacción de las mencionadas necesidades, es conocido como turismo, en donde al realizarlo existe una relación entre los elementos que lo integran como son: demanda turística, oferta turística, espacio geográfico y operadores turísticos (Organización Mundial de Turismo, 2012).

Muy bien, estos elementos son básicos e indispensables para el desarrollo de esta actividad, pero es necesario realizar un estudio más profundo de la realidad de ese espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística. Monterrubio (2009) manifiesta que existe una relación anfitrión-turista, dicha relación es importante para ambas partes, al anfitrión porque es quien debe proporcionar todas las facilidades para la satisfacción del viaje, y por ende el turista al finalizar su viaje será quien decida regresar o recomendar el lugar, o a su vez, no hacerlo.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se puede decir que el turismo en el Ecuador hoy en día es una prioridad desde el Estado hasta las organizaciones de grupos o comunidades. Según datos del Ministerio del Interior (2017), desde enero hasta agosto del año 2017 se han registrado un total de 1 050 764 llegadas internacionales al país. En cuanto al último informe del MINTUR (2017), el turismo para la economía del país ocupa el tercer lugar en las exportaciones no petroleras del país aportando en el primer trimestre del presente año con 399,5 millones de dólares.

La actividad ha registrado un aporte muy importante para la economía del país, pero el estado también se interesa por la parte sensible que genera el turismo en los recursos tanto culturales como naturales es por esto que el Ecuador al identificarse con el logo “Ecuador ama la vida”, desea “aportar a la consolidación del concepto Turismo Consciente, fundamentado en los valores de paz, amistad, respeto, amor a la vida y en el principio que busca involucrar a los actores en la filosofía del Buen Vivir” (Ministerio de Turismo, 2011).

Como resultado de ese interés al respeto hacia la vida, surgen varias modalidades de turismo como: el ecoturismo, el turismo cultural, el turismo comunitario, entre otras. Ahora bien, los principales escenarios en donde se desarrolla esta actividad son naturales, es decir, sitios geográficos alejados de la ciudad, donde el ambiente emana paz. De acuerdo con lo mencionado, las comunidades indígenas al ubicarse en un sitio privilegiado por estar rodeadas de naturaleza han adoptado la actividad turística como una muy buena opción para su economía, a este respecto el concepto de turismo ayuda a la calidad de vida.

En la provincia de Cotopaxi la actividad turística en los últimos dos años ha sufrido un declive importante debido a la activación eruptiva del Volcán Cotopaxi, el mismo que es uno de los principales atractivos estrellas de la provincia, pero Alfonso Prieto (2015) presidente de la Cámara de Turismo de Cotopaxi considera que pese a la eventualidad del volcán Cotopaxi la provincia cuenta con otros sitios turísticos, como lo son las comunidades. Siendo así que las comunidades u organizaciones que se dedican a la actividad turística como la comunidad de Palopo en el cantón Sigchos, La comunidad Pastocalle y la comunidad de Toacaso en el

cantón Latacunga, la comunidad Jatun Juigua y la Comunidad de Quilotoa en el cantón Pujilí, han empezado a modificar y mejorar el servicio, con la finalidad de convertirse en destinos de renombre, así como lo está logrando la Comunidad de Quilotoa con su laguna y otros atractivos.

En lo mencionado anteriormente se puede observar que en el cantón Pujilí existen dos comunidades organizadas las cuales se dedican al turismo, Pujilí posee una feria indígena muy famosa en donde se encuentra una gran variedad de artesanías, fabricadas en el mismo cantón, adicionalmente a esto, en la feria se puede evidenciar claramente las costumbres y tradiciones de la comunidad.

La comunidad de Jatun Juigua es un claro ejemplo de la vida indígena tan autóctona, esta comunidad se encuentra en la provincia de Cotopaxi, en el cantón Pujilí.

En la comunidad indígena Jatun Juigua se conservan latentes las tradiciones ancestrales, costumbres, ritos, idioma, vestimenta y la forma de comercialización; es por esto que al implementar el turismo entre sus actividades cotidianas es necesario conocer su nivel de organización y participación como comunidad, y por ende como afecta o fortalece el autoestima de la comunidad, puesto que muchas veces las comunidades se muestran reacias a la interrelación con visitantes.

Maritza Montero (2004), en su libro *Introducción a la Psicología Comunitaria: desarrollo, conceptos y procesos*; hace referencia a la característica primordial y esencial de la Psicología Comunitaria, donde afirma lo siguiente: “lo comunitario incluye el rol activo de la comunidad, su participación. Y no sólo como invitada, o como espectadora aceptada o receptora de beneficios, sino como agente activo con voz, voto y veto”.

Otro concepto de Psicología Social Comunitaria considera a:

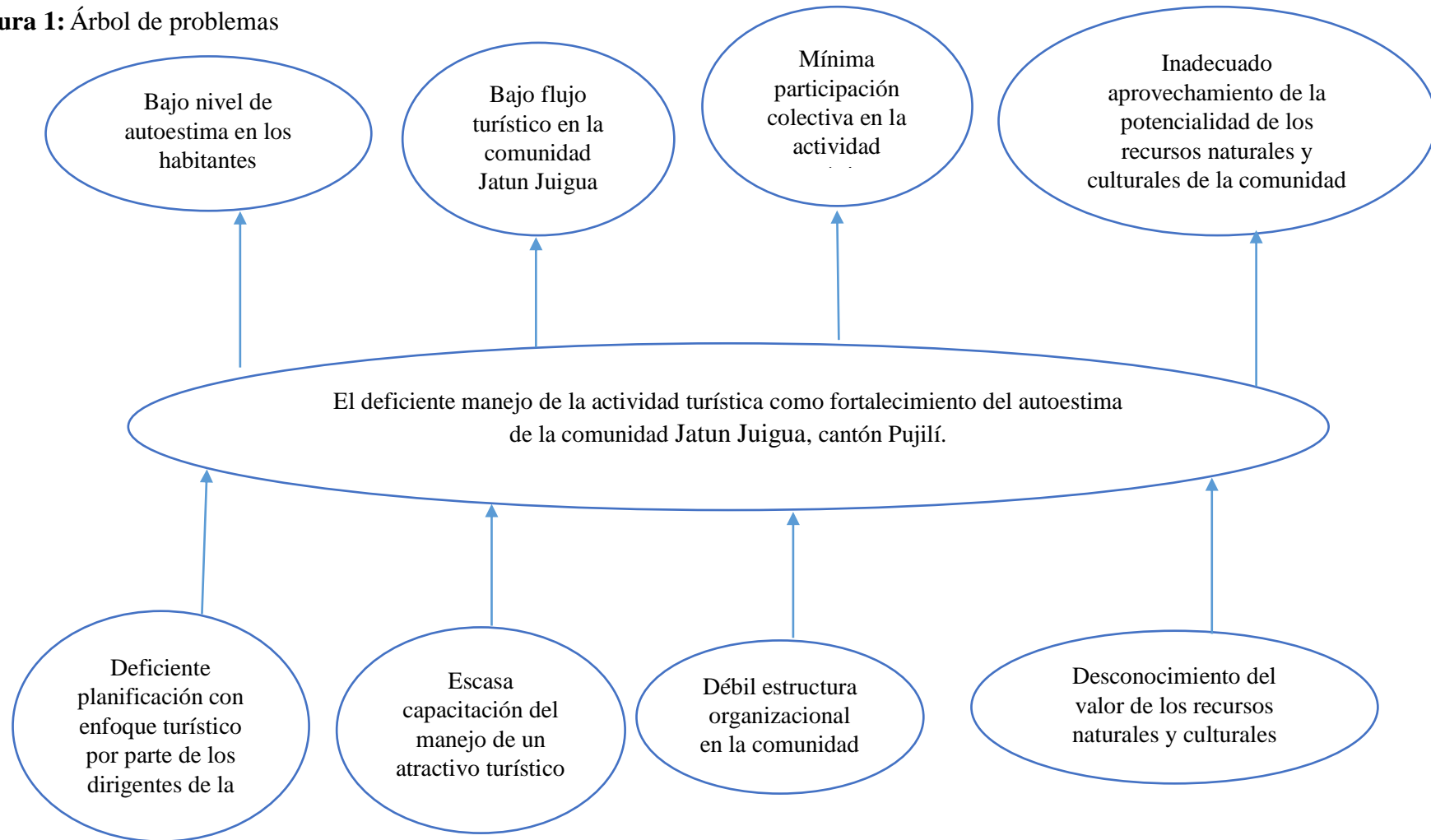
los fenómenos de grupos, colectivos o comunidades a partir de factores sociales y ambientales, a fin de realizar acciones orientadas al mejoramiento de las condiciones de vida de la gente. La metodología que utiliza privilegia un enfoque territorial, participativo para quienes están involucrados en sus procesos de intervención, intentando generar cambios de largo plazo en los sistemas sociales en los que esos grupos están insertos (Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2013).

Esta explicación permite entender que el campo de esta disciplina considera la importancia de la relación entre el individuo y su entorno social, en este caso el individuo viene a ser el habitante indígena, y el entorno social, la comunidad que se encuentra en un espacio geográfico conocido como paramo andino donde se desarrolla la actividad turística.

Con referencia a lo anterior, es oportuno mencionar que una comunidad toma decisiones en conjunto, bajo asambleas, donde todos los residentes tienen voz y voto en las mismas, entonces, esta investigación entre sus intereses, desea indagar si todos los residentes poseen ese sentido de pertenencia y participación en la actividad turística.

1.2.2 Análisis Crítico

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

El problema central es el deficiente manejo de la actividad turística, lo cual, no aporta como desarrollo del autoestima de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí, dado que existe una deficiente planificación con enfoque turístico por parte de los dirigentes de la comunidad, esta incorrecta proyección de la actividad genera un bajo nivel de autoestima en los habitantes; igualmente la escasa capacitación del manejo de un atractivo turístico trae consigo un bajo flujo turístico en la comunidad Jatun Juigua; así como también débil estructura organizacional en la comunidad es otra de las causas para que la participación colectiva sea mínima en la actividad turística. Como última causa del problema el desconocimiento en la comunidad del valor simbólico que poseen los recursos naturales y culturales, ocasiona un inadecuado aprovechamiento de la potencialidad de los recursos naturales y culturales de la comunidad.

Prognosis

En el caso de no desarrollar la presente investigación, no se podrá conocer la incidencia de la actividad turística en el autoestima comunitaria del caso Jatun Juigua, por lo que esta investigación aportaría a la mejora del bienestar social y al adecuado desarrollo turístico del sector.

El presente proyecto de investigación merece ser estudiado debido a que la participación de los miembros de la misma en las actividades planificadas por sus dirigentes es continua y dinámica; por lo tanto, el sentido de pertenencia hacia la cultura de la comunidad Jatun Juigua se fortalecería y el cumplimiento de sus metas hacia un crecimiento turístico sería exitoso.

1.2.3 Formulación del problema

¿Cómo influye la actividad turística en el fortalecimiento del autoestima comunitaria en la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí?

1.2.4 Preguntas directrices

- ¿Cuáles son las fortalezas de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad Jatun Juigua?
- ¿Qué nivel de autoestima comunitaria existe en los habitantes de la comunidad Jatun Juigua en base al factor sociocultural de la actividad turística?

- ¿Cuáles son las actividades turísticas que contribuyen al desarrollo sociocultural de la comunidad Jatun Juigua?

1.2.5 Delimitación del objeto de investigación

1.2.5.1 Delimitación del contenido

Campo: Turismo

Área: Actividad Turística

Aspecto: Comunidad

1.2.5.2 Delimitación espacial

La presente investigación se realizó en la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, Comunidad Jatun Juigua.

1.2.5.3 Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación se elaboró entre los meses de Septiembre 2017-Febrero 2018.

1.3 Justificación

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad evaluar la autoestima comunitaria en base a la actividad turística, puesto que, la comunidad receptora aún conserva latentes las tradiciones ancestrales, idioma, vestimenta, costumbres y forma de vida indígena, por ende, al estar en contacto con personas ajenas a su cultura, es importante conocer si el sentido de pertenencia y participación en la actividad se eleva o disminuye, con el desarrollo del turismo.

La comunidad Jatun Juigua, así como posee elementos culturales también goza de atractivos naturales como cerros, ríos y termas; estos recursos turísticos forman parte de la oferta en la que no solo se incluye la visita sino también la interpretación de los mismos, debido a que muchos de ellos tienen un valor simbólico para los habitantes.

Entonces, por ejemplo, las personas que cumplen el rol de guía en este caso, deben estar seguras de querer compartir estos conocimientos con el turista, porque de la amabilidad y disposición que cada anfitrión ofrezca depende el deseo de querer regresar o de recomendar; por lo mismo el incremento de la demanda se hará

presente; por lo que es en este punto, donde los beneficios socioeconómicos empezaran a observarse.

Ante la situación planteada, es importante conocer si la comunidad receptora en su totalidad se siente a gusto con estos beneficios y contactos, para continuar en el desarrollo de la actividad turística. Porque la gestión de esta actividad, en la comunidad, implica la aprobación de todos, a los efectos de esto, se notará si la participación y sentido de pertenencia en el turismo es alto, porque se conocerá que tanto la actividad fortalece la autoestima de la comunidad, para seguir conservando latente la cultura indígena, el trabajo en equipo y el bienestar comunitario.

En relación a lo descrito un claro ejemplo es el caso de Jatun Juigua que ha emprendido en el turismo, desde hace dos años, por ello, esta investigación es necesaria para evitar un inadecuado manejo de la actividad turística; para así poder aprovechar positivamente los beneficios socioeconómicos y con esto aportar un mejoramiento en el autoestima comunitaria, en la calidad de vida y en el bienestar individual de cada habitante y/o actor.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la incidencia de la actividad turística en el autoestima comunitaria de la comunidad Jatun Juigua, cantón Pujilí.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar las fortalezas de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad Jatun Juigua.
- Evaluar el nivel de autoestima comunitaria de los habitantes de la comunidad Jatun Juigua en base al factor sociocultural de la actividad turística.
- Identificar las actividades turísticas que contribuyen al desarrollo sociocultural de la comunidad Jatun Juigua.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Para enriquecer la presente investigación algunos aspectos similares encontrados en investigaciones previas referente al tema propuesto contienen fragmentos investigativos muy valiosos; como lo fue en la Revista de Antropología Iberoamericana, donde se publicó una investigación con el nombre de “Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena”, en este artículo el autor hace referencia a lo siguiente:

En términos simples podríamos decir, que los impactos socioculturales son sobre la gente, esto es, los efectos que, sobre los residentes habituales y fijos de la comunidad receptora, tienen las asociaciones directas e indirectas con los visitantes, a los que habría que añadir la actividad turística y los encuentros sobre los mismos individuos que practican el turismo y sus sociedades de origen. Si bien los impactos socioculturales son numerosos y variados, la mayoría de ellos pueden ser ordenado en un sistema amplio de naturaleza interpersonal, con base en la organización social, en el ritmo de la vida social, en la división del trabajo y en el tipo de ocupación, la distribución del poder y finalmente también por el debilitamiento de las tradiciones. Tales ordenamientos se desenvuelven en un contexto marcado por los grupos involucrados y las relaciones entre ellos. (Morales, 2006)

El autor en su investigación claramente enfatiza la importancia que la actividad turística aporta a las relaciones entre anfitriones, puesto que el turismo al añadirse como otra actividad a las ya existentes, genera un impacto importante en la organización, sentido de pertenencia y participación de la comunidad en las decisiones referentes a la ejecución de la actividad turística; esto entendiéndose al aprovechamiento consciente de los recursos tanto culturales como naturales y al correcto manejo de los beneficios económicos.

Por otro lado, el autor Jon Kohl (2014), Coordinador del Consorcio PUP para el patrimonio global, en su artículo “Alcanzar la propia identidad y la autoestima” afirma lo siguiente:

La autoestima de una comunidad, su orgullo, e incluso su potencial de mercado dependen del significado que su comunidad, tanto desde dentro como desde fuera, otorga a ese lugar. A menudo los residentes pueden percibir solamente una noción vaga del valor de su territorio o de su historia, y nunca han compartido sus ideas con las de los demás miembros de la comunidad en un diálogo facilitado y basado en el consenso.

La mayoría de las comunidades no pueden presumir del poder de atracción de, por ejemplo, París, y no solo porque no comparten este patrimonio excepcional; a menudo no han articulado nunca un significado colectivo. En consecuencia, suelen sufrir de una identidad y autoestima confusas que puede inhibir el desarrollo, especialmente en comunidades pobres y subdesarrolladas, y que conduce a una falta de confianza en sí mismas y a la dependencia de personas ajenas a la comunidad.

La comunicación colectiva en la que el autor hace referencia, es indispensable en una comunidad debido a que una noción del valor en conjunto es necesario, para impulsar e incentivar el fortalecimiento del autoconcepto de cada habitante, contribuyendo de esta manera al refuerzo de la confianza comunitaria y al consciente desarrollo turístico.

En este mismo sentido en un artículo relacionado al tema, se aduce lo siguiente:

Por lo tanto, como un aspecto muy importante para el proceso de transformación social, el rescate de la identidad cultural de una población es la capacidad de reconocer sus raíces y a sí misma dentro un proceso histórico. La recuperación de la memoria histórica supone la reconstrucción de ciertos modelos de identificación, que en vez de alienar a la gente, les abrirán el horizonte para su liberación. (Moura & Rebouças, 2014)

Los autores exponen que la identidad cultural es un pilar fundamental para la autenticidad y la transformación; conocer, valorar y conservar las raíces de un pueblo aporta significativamente a la autoimagen, lo cual, fortalece la autoestima y por ende mejora el sentido de pertenecía de los actores y habitantes.

2.2 Fundamentación filosófica

La siguiente investigación se enmarca en un paradigma crítico-propositivo, es crítico porque se investigará la realidad turística del sector y propositivo porque mediante los resultados que arroje la investigación se expondrá una solución al problema.

La investigación también, se sustenta en la relación a los elementos de la corriente humanista; Salazar & Uriegas (2006) describen que el aprender y el reaprender se convierten en herramientas sólidas para el crecimiento de todo ser humano, retomando su esencia cognitiva, volitiva, afectiva y social; en este sentido, la comunidad valorará su identidad, tendrá una mejor visión de su autenticidad y por consiguiente la seguridad de actuar y tomar decisiones se fortalecerán.

2.3 Fundamentación legal

La investigación de acuerdo a la base legal Constitución Política de la República del Ecuador del (2008), cita lo siguiente:

Constitución Política de la República del Ecuador

TÍTULO II DERECHOS.

Capítulo Segundo Derechos del buen vivir.

Sección cuarta Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría. (inocar.mil.ec, 2008)

CAPÍTULO CUARTO

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art.57. Numeral 1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. (inocar.mil.ec, 2008)

Art.57. Numeral 13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto. (inocar.mil.ec, 2008)

La presente investigación se fundamenta en la Ley de Turismo. (Ley 97) Registro Oficial Suplemento 733. (2014), diciembre 29. Donde se manifiesta lo siguiente:

CAPITULO I, GENERALIDADES.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

Numeral e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

Capítulo II, De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Tomando en cuenta lo que determina el Reglamento para Los Centros Turísticos Comunitarios, la investigación nombra el siguiente Capítulo; así:

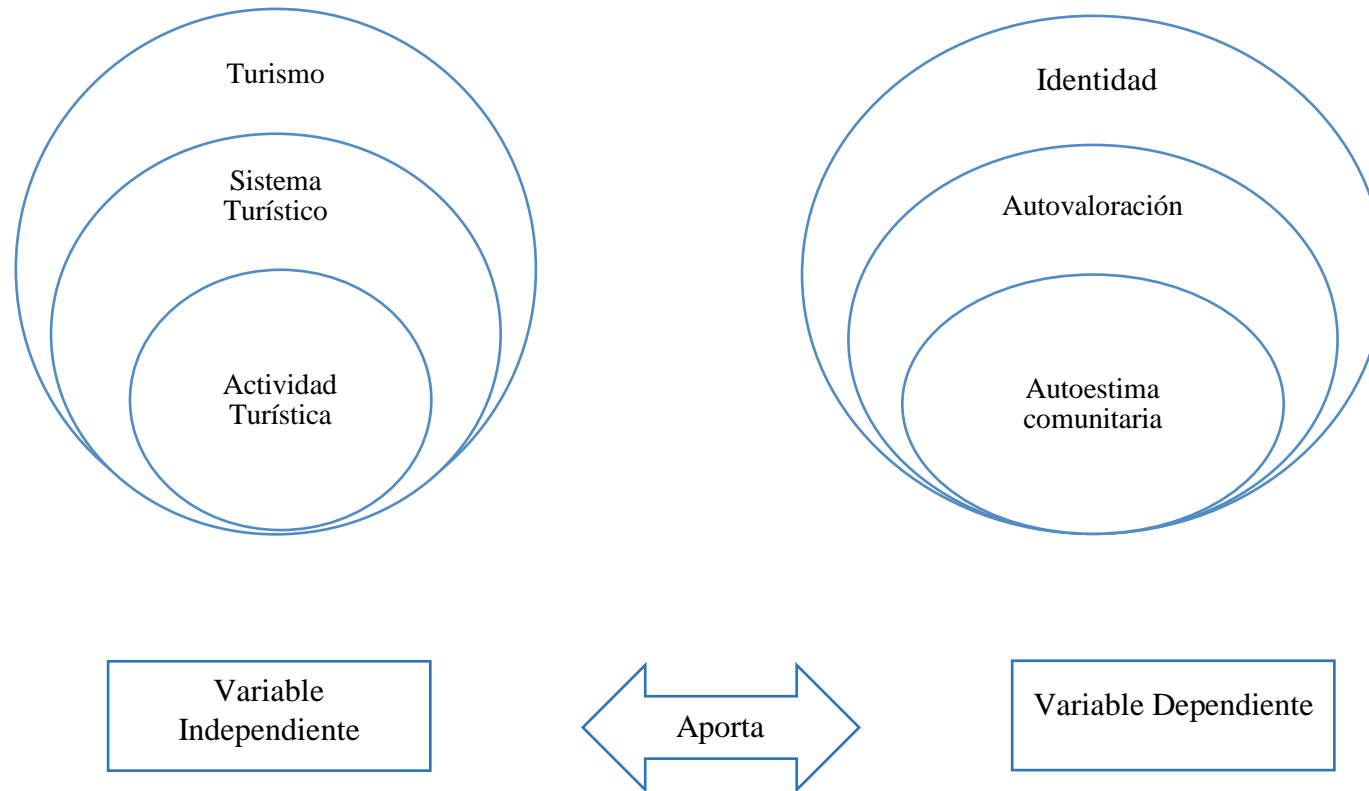
Reglamento para Los Centros Turísticos Comunitarios

CAPITULO V Del Patrimonio

Art. 15.- Oferta Turística. - Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades. (Profesional, lexis.com.ec, 2010, pág. 4)

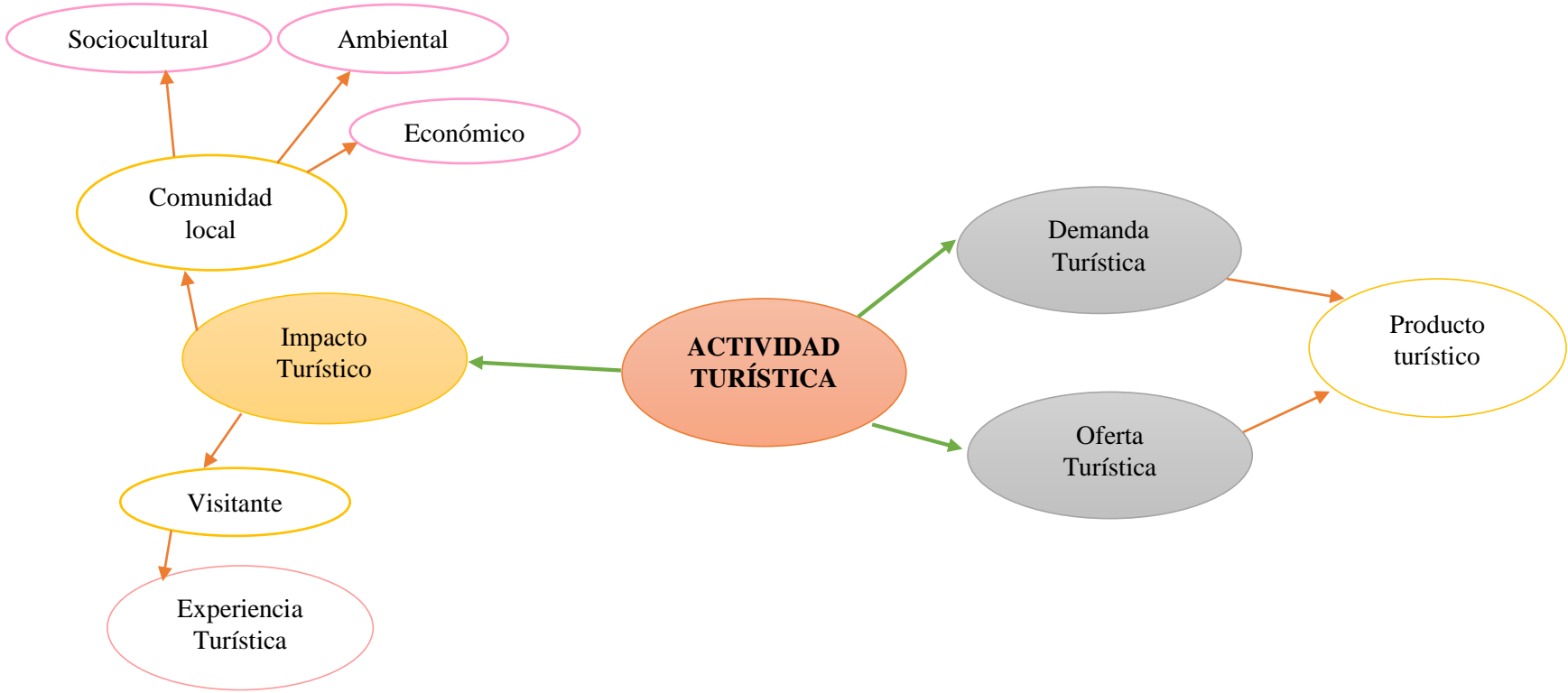
2.4 Categorías fundamentales

Figura 2: Subordinación conceptual (Red de inclusión conceptual)



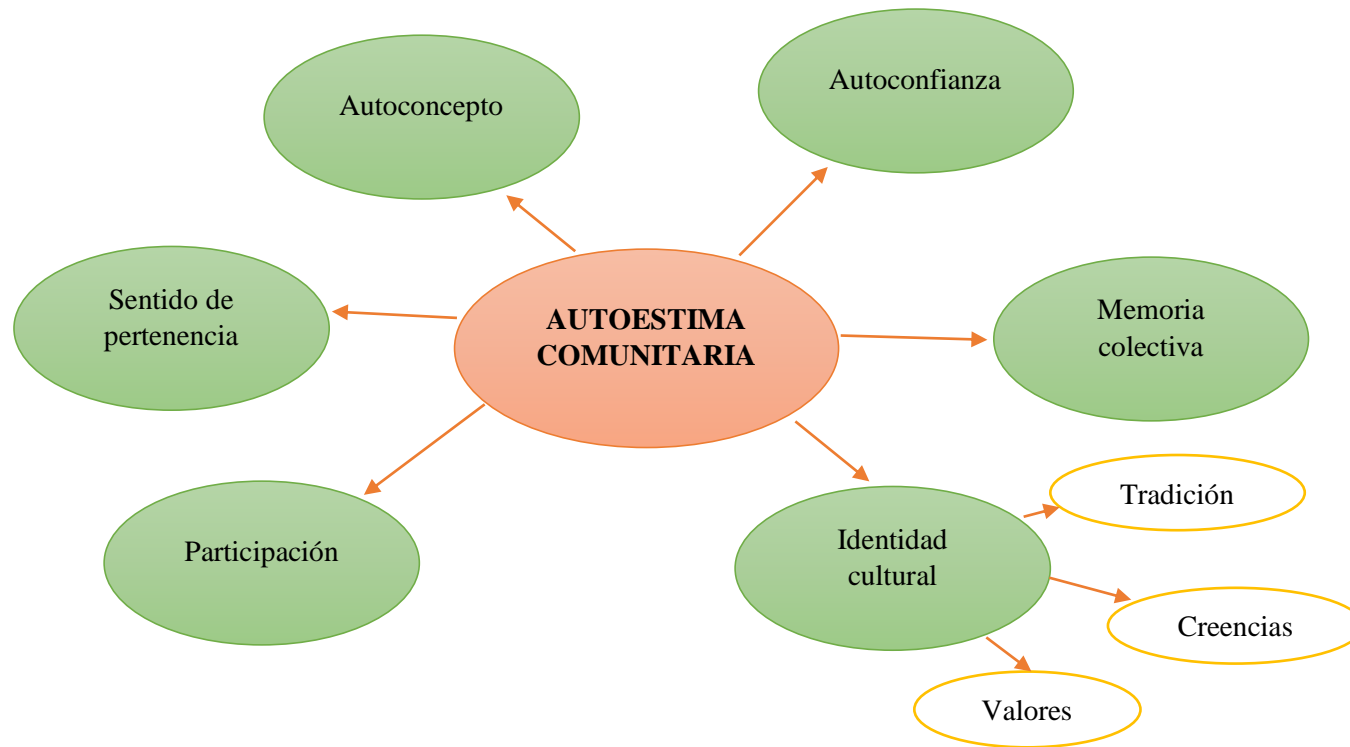
Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Figura 3: Subordinación conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Figura 4:Subordinación conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

2.4.1 Fundamentación teórica de la variable independiente

2.4.1.1 Actividad Turística

La actividad turística comprende la movilidad de las personas hacia sitios donde puedan hacer turismo, estos lugares al contar con servicios y productos destinados al consumo del visitante, implica que este adquiera los mismos, transformándolo en un cliente; con esta acción de compra la actividad turística es efectuada; y es en este punto donde esta actividad como lo indica Boullon (2006), incorpora cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión; es por esto que no solo la compra-venta es importante, sino también la experiencia que el turista adquiera; es por ello que hoy en día las actividades ofertadas tienen una mayor interacción entre visitante y anfitrión; tratando de ofrecer vivencias.

La estancia, la movilidad y el gasto de consumo efectuado por el turista o excursionista en un producto o en servicios específicos del turismo, determina a esta actividad como turística es así como García (2012), lo afirma dado que para que lleve esta consideración es necesario que exista el desplazamiento fuera de su entorno habitual ya sea por negocios, ocio, recreación, salud o cualquier motivo que lo haga regresar, puesto que la frecuencia y la cantidad de personas que visiten ese sitio lo determina como turístico.

2.4.1.2 Sistema turístico

Un sistema propiamente dicho consiste en la conexión de sus partes, donde la coexistencia de las mismas es esencial, García (2012), manifiesta que como componentes de este sistema se identifican un centro emisor y un centro receptor unidos por dos flujos el real y el monetario, el primero hace referencia al número de personas que acuden al destino y el flujo monetario es la cantidad de dinero gastado en dicho destino. Pero también manifiesta que el ambiente es un componente esencial debido a que en este se encuentran variables de tipo políticas, económicas, culturales, naturales, entre otras, las cuales son las responsables de las variaciones que pueden surgir en el sistema puesto que no se las puede controlar, y

es en este punto donde se puede explicar la vulnerabilidad de la actividad turística frente a cambios de las mencionadas variables.

Boullon (2006), por su parte acota que la demanda, la oferta, el producto turístico, la planta turística, la superestructura, la comunidad y los atractivos son los elementos que componen el sistema, los mismos deben estar interrelacionados cumpliendo la conexión que todo sistema posee, porque de esta conexión se puede controlar eficiencia del desarrollo de todas sus partes, para cumplir con la satisfacción que el visitante anhela del destino.

2.4.1.3 Turismo

El turismo es la acción de viajar a un destino ajeno al habitual por un lapso corto, donde el principal motivo es el de ocio y recreación, Óscar de la Torre Padilla (1992), considera que este desplazamiento es por motivos de recreación, descanso, cultura o salud [...] en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada; por otro lado la OMT (2007), señala que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas [...] por motivos personales o de negocios/profesionales.

Está claro que el turismo se da por varios motivos, pero un autor considera que si es por motivo lucrativo (negocio) no se puede llamar turismo, debido a que el turista no puede lucrar del mismo; sin embargo, la persona que viaja por motivos de negocios según la OMT si es considerado turista. Entonces se puede decir que para ser considerado turismo el visitante debe generar un movimiento económico en el sitio o en los lugares que presten algún servicio turístico. Es decir, aportar a la economía del lugar gracias a la actividad turística.

Boullon (2006), también propone varios modelos para el desarrollo del turismo y entre ellos se encuentra el antropológico social, este se ocupa de las manifestaciones del ocio y del tiempo libre en las distintas sociedades y analiza sus repercusiones en las conductas individuales y colectivas; por medio de este análisis se puede conocer el motivo común de viaje de las personas, pudiendo identificar el mercado potencial, el perfil de turista, e incluso innovar en la oferta, satisfaciendo así las necesidades y exigencias del viajero actual.

2.4.1.4 Demanda Turística

La demanda es considerada como “un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias” (Sancho, 2008). De acuerdo al concepto las motivaciones de movilización pueden ser varias, pero cuando este grupo de personas se moviliza por algún motivo significativo de viaje; este grupo se transforma en una demanda turística puesto que al viajar a un lugar alejado al de su residencia habitual, promueve el consumo o adquisición de productos o servicios turísticos por parte de los visitantes.

Como se mencionó anteriormente la demanda es un grupo de personas que se trasladan a un sitio por algo que los incentive, en relación a esto García (2012), manifiesta que analizando los motivos y la frecuencia de viaje, es decir el flujo real como este autor lo nombra se puede clasificar la demanda en real, potencial, diferida, entre otras, dado que este flujo representa el número de personas que se desplazan desde un punto inicial a un punto final, y en este caso este punto final viene a ser el destino turístico.

2.4.1.5 Oferta Turística

La oferta turística comprende todo bien, producto y servicio que este destinado a complacer las necesidades del visitante. Sancho (2008), define a la oferta turística como un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Adquirir un servicio o producto antes de estar presente en el destino es parte de la oferta turística puesto que la oferta es dinámica, García (2012), afirma que la oferta llega al consumidor antes de que ocurra el desplazamiento puesto que la oferta no es estática, y esta afirmación es respaldada por uno de sus componentes como es la comercialización.

2.4.1.6 Producto Turístico

El producto turístico es el resultado de la unión de ciertos atributos como: los recursos turísticos, la infraestructura y el patrimonio tangible o intangible; cabe recalcar que el producto turístico se adapta a las necesidades del turista, entonces los elementos deben estar en óptimas condiciones para que el turista obtenga una experiencia turística satisfactoria; porque como señala Boullon (2006), el producto turístico es aquel que le permite pasear, visitar los atractivos o hacer deportes.

Juan Manuel de la Colina (2009), en su escrito cita a Miguel Ángel Acerenza quien lo describe como un producto compuesto, el mismo puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran, siendo estos los atractivos, las facilidades y el acceso.

Los recursos, los servicios y los equipamientos son elementos que forman el producto turístico, es así como García (2012), lo manifiesta debido a que estos también son motivos que incentivan el viaje, puesto que si un recurso es famoso, como por ejemplo una montaña para ascender, motiva a la persona a desplazarse hasta ella, y en el proceso de adquisición intervienen otros componentes que satisfacen el deseo del turista.

2.4.1.7 Impacto turístico

El impacto turístico trae consigo efectos en los sitios donde la actividad turística es desarrollada, estos efectos bien pueden ser negativos o positivos, la generación de estos impactos para Tinoco (2003), se debe a la acción de los mismos turistas o por los requerimientos que demanda el desarrollo de la misma actividad. Entonces estos efectos muchas veces están predeterminados en el tiempo y espacio; por lo que algunos de ellos llegan a ser evitables.

2.4.1.8 Comunidad local

Una comunidad es un conjunto de seres con características similares o diferentes que comparten un mismo espacio geográfico, donde los integrantes interactúan

constantemente, Mahieu (2015), dice que dentro de este espacio surge la “cultura popular” entendida como la expresión de manifestaciones de la cultura: folklore, artesanía, usos y costumbres.

2.4.1.9 Ámbito Sociocultural

El ámbito social está ligado con el desarrollo interpersonal del individuo en un entorno colectivo, puesto que se analizan características básicas de una sociedad como la clase social, etnia, nivel educacional, entre otros; el ámbito cultural por su parte abarca temas más internos de un sitio, porque se habla de cultura. Entre estos dos ámbitos existe una conexión muy fuerte, puesto que la cultura es parte de una sociedad, por ello Tinoco (2003) señala algunos impactos generados por la adopción del turismo:

- Mejora del nivel del conocimiento de lo autóctono en el aspecto cultural y social para ofertarlo al turista.
- Pérdida del uso de los lenguajes y dialectos nativos.
- Rescate del patrimonio.
- Incremento del número de personas que aprenden otros idiomas.

2.4.1.10 Ámbito Ambiental

“El ambiente natural es un sistema único y complicado, formado por muchos componentes orgánicos e inorgánicos, que se influyen recíprocamente y se mantienen en un equilibrio dinámico, porque todas sus partes están en continua evolución” (Boullon, 2006). Por ello, mantener ese equilibrio en el ambiente es responsabilidad de toda persona y especialmente de los actores turísticos, por lo que en su mayoría los productos turísticos son elementos naturales (montañas, cerros, ríos, cascadas).

2.4.1.11 Ámbito Económico

El ámbito económico está ligado con el flujo monetario que existe en un determinado sector, en el turismo para Tinoco (2003), los impactos económicos se originan tanto por el gasto turístico como por el desarrollo de la actividad turística

(efecto multiplicador). Donde principalmente el incremento de plazas de empleo es evidente, ya sea directa o indirectamente a la actividad, por ejemplo, directamente como ama de llaves en un hotel, e indirectamente como taxista en cuanto al servicio de transporte.

2.4.1.12 Visitante

En el turismo el termino visitante se le otorga a toda persona que viaje a un lugar ajeno al de origen por motivo de ocio, recreación o tiempo libre, esta persona puede o no pernoctar en el destino escogido. La OMT (2016), lo define y lo clasifica de esta manera, un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

2.4.1.13 Experiencia Turística

Las personas son seres sociales que están en constante intercambio ya sea de ideas, actividades, comportamientos, entre otros. Entonces al ser alguien social, la persona busca nuevas experiencias y entre esta búsqueda el turismo se lo puede otorgar, puesto que, al viajar, desde el instante que elige el destino, llegar a él y dejarlo, experimenta una serie de situaciones; las mismas que se resumen en su experiencia total de viaje. Como se menciona al ser una experiencia adquirida por el turismo, esta combinación de términos no solo se basa en lo bien o mal que paso el turista sino también se preocupa por la calidad del producto turístico. Por ello SERNATUR (2016), en su Manual de Diseño manifiesta que, el diseño e implementación de experiencias de calidad deben tomar en cuenta las preferencias, actitudes, habilidades y conocimientos previos del turista. Dicho de otro modo, tanto este como el proveedor co-crean valor en la experiencia.

2.4.2 Fundamentación teórica de la variable dependiente

2.4.2.1 Autoestima Comunitaria

La autoestima es un término relacionado con la evaluación del individuo hacia él mismo, en este caso la autoestima comunitaria se relaciona con el “grado en que una persona cree que otros valoran al grupo social” (Palencia, 2006), con esto se entiende que a más de ser una evaluación individual hacia la pertenencia del grupo, la aceptación de los criterios de otros sobre la pertenencia a aquel grupo y del valor que este tiene, es la razón de ser del autoestima comunitaria, por ello Rottenbacher & Espinosa (2010), deducen que la autoestima colectiva es el resultado de la comparación que las personas realizan entre la situación de su endogrupo y la situación de exogrupos similares significativos.

2.4.2.2 Autovaloración

La autovaloración es emitir un juicio de valor a sí mismo, este juicio puede darse a las habilidades que el individuo tiene para llegar a ser o hacer lo que desea. Este autovalor está vinculado con el autoconcepto y en si con el autoestima; lo cual también contribuye al “desarrollo del sentido de la propia identidad, lo cual aporta integración y continuidad al yo” (Nerea & Molero, 2013).

2.4.2.3 Identidad

La identidad es una imagen que el individuo tiene de sí mismo y de sus características, para definir las como diferentes y así poder distinguirse de los demás. Por ello la identidad para Lyons (1996), se conceptualiza bajo dos procesos como es la asimilación-acomodación y la evaluación. La asimilación-acomodación se refiere a la captación de nuevos hechos en la vida del ser y de cómo estos son acomodados en la identidad ya existente, en el ser. El proceso de evaluación se refiere al valor que se les otorga a estos nuevos hechos asimilados dentro de la identidad.

2.4.2.4 Autoconcepto

El autoconcepto se resume en un conjunto de ideas, pensamientos o percepciones que la persona tiene de sí misma en cualquier aspecto de la vida. Nerea & Molero (2013), indican que estas percepciones se basan en las experiencias con los demás y en las atribuciones que la persona hace de su propia conducta. Simplificando se puede decir que el autoconcepto es una descripción realizada desde una visualización interna y muy personal.

2.4.2.5 Autoconfianza

La autoconfianza permite al individuo sentir y creer, ser capaz de realizar esto o aquello, Portugal (2016), afirma que esta emoción nos predispone a sentirnos seguros con nosotros mismos, entonces calificar la capacidad intelectual o física de una manera positiva incrementa la seguridad en la persona e incentiva a continuar en el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por aquel ser.

2.4.2.6 Memoria colectiva

Rottenbacher (2009), en relación a la memoria colectiva dice que la valoración de la historia puede ser definida como el componente afectivo que está vinculado a la recordación de los hechos del pasado. El autor resalta la afectividad como la parte esencial de la memoria colectiva, puesto que se conoce el origen y simbolismo de cierto rasgo, esta acción contribuye a la valoración de la cultura y por ende incentiva a la conservación de la misma en el tiempo y espacio; siempre y cuando este valor sea positivo.

2.4.2.7 Identidad cultural

La identidad cultural implica dos términos muy importantes, identidad como algo propio, y cultural como un comportamiento adquirido al estar en contacto con otras personas; unidos los dos términos, Molano (2007), menciona que el concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social y que se lo

recrea individual y colectivamente; entonces, por ejemplo, si este grupo es indígena, la identidad cultural es clara y visible en rasgos culturales como: vestimenta, idioma, música, creencias, valores, entre otros.

2.4.2.8 Tradición

La tradición es una expresión social que cada individuo la adopta según su grupo social, está a la vez, es un conjunto de manifestaciones que se van transfiriendo entre generaciones, pero que también sufre ciertas modificaciones por el mismo hecho del cambio en el tiempo y espacio; es así que Arévalo (2004), argumenta que la tradición está en constante renovación, se crea, se recrea, se inventa y se destruye cada día; porque se modifica al compás de la sociedad y es así como la tradición representa la continuidad cultural.

2.4.2.9 Valores

Los valores en un contexto social, son un conjunto de características que interviene en el comportamiento de los grupos humanos, para Garrigue (2010), los valores se generan por estima y por un juicio de valor, donde mantienen una coexistencia entre estas reacciones puesto que una persona juzga para más tarde sentir estima, por ende, los valores determinan la interacción con otros individuos en el entorno que se encuentre.

2.4.2.10 Creencias

Moya (2004), menciona que las creencias son perspectivas de lo verdadero, un individuo adopta creencias según su forma de ver la vida distinguiendo entre lo que tiene por verdadero y lo que es verdadero.

2.4.2.11 Sentido de pertenencia

El sentido de pertenencia como sus palabras lo describen, se trata del sentimiento que tiene una persona al saber que forma parte de algo, Palencia (2006), por su parte señala que la pertenencia comprende el sentimiento de ser miembro del grupo y de cómo funcionan las personas como miembro de aquel grupo social

determinado, entonces si la pertenencia posee un nivel alto, este funcionamiento reflejado en la participación será evidente y voluntario.

2.4.2.12 Participación

“La participación y la implicación comunitarias constituyen, por tanto, elementos relevantes para el desarrollo psicosocial [...] tales elementos se relacionan con el ajuste, el bienestar psicosocial y la autoestima” (Ferrer & Muñoz, 2011). Está claro que sentir la importancia de tu opinión en algún debate, en cierta ayuda a lograr un objetivo común o en ser integrante de alguna revuelta, son ejemplos de la participación del individuo en un entorno colectivo donde su participación es importante, lo que genera un bienestar emocional. Entonces el ser partícipe de algún evento o situación mejora el nivel de autoestima.

2.5 Hipótesis

La actividad turística SÍ influye positivamente en el fortalecimiento del autoestima comunitaria en la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí.

2.6 Señalamiento de las variables

Variable independiente: Actividad turística

Variable dependiente: Autoestima Comunitaria

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación mantiene un enfoque cualitativo puesto que denota características naturales o adquiridas que distinguen a los actores directos de la actividad turística en la comunidad Jatun Juigua. Es por esta razón que las cualidades de los participantes son significativas para tener un panorama más claro de la realidad cualitativa de la comunidad.

Además, la investigación también tiene un enfoque cuantitativo, con el objeto de obtener datos numéricos de los resultados arrojados por medio de los instrumentos utilizados en la comunidad Jatun Juigua en la relación de las variables, lo que permitió contar con datos estadísticos claros y precisos, lo cual apoyo al cumplimiento de los objetivos que la investigación persigue.

3.2 Modalidad básica de la investigación

- **De campo:** El tema de investigación fue realizado en la comunidad Jatun Juigua, donde se realizó el respectivo estudio in situ, mediante instrumentos técnicos como es la encuesta y la ficha de observación. Para de este modo conocer la situación actual de la comunidad.
- **Documental o Bibliográfica:** se basó en la búsqueda, recolección, organización y procesamiento de la información bibliográfica, para dicha recopilación se tomó en cuenta documentos académicos, libros, revistas digitales, lo que permitió fundamentar la investigación planteada.

3.3 Tipos de investigación

- **Exploratorio:** a través de este nivel investigativo se pudo indagar mesuradamente la realidad de la comunidad Jatun Juigua, lo cual fue un aporte significativo para poder identificar la idea general del problema en un contexto global.
- **Descriptivo:** este nivel por su parte facilito la investigación de los fenómenos o elementos que generan el problema, extrayendo los detalles del mismo en una forma precisa y sistemática.
- **Explicativo:** por lo que se refiere a este, se analizó de manera específica el problema planteado en la presente investigación enfocándose en la comprobación de la hipótesis, identificación y análisis de las causales (variable independiente) y sus resultados, con el fin de probar los resultados (variable dependiente).
- **Asociación de Variables:** la interrelación que existen en el comportamiento de las variables contribuyo a las predicciones estructuradas que el investigador se planteó, después de haber identificado el grado de relación entre las mismas.

3.4 Población y muestra

El universo de investigación se lo obtuvo de los habitantes involucrados en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad Jatun Juigua perteneciente al cantón Pujilí quienes están, y son parte de la población económicamente activa del sector, el número de actores directos de la actividad turística son 25 personas, 18 de ellas son socios y 7 son voluntarios, por ser un universo pequeño se trabajó con el total del número de personas sin necesidad de aplicar una estadística muestral.

3.5 Operacionalización de las variables

3.5.1 Operacionalización de la variable independiente: Actividad turística

Cuadro 1: Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Herramientas
La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un atractivo turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento, alimentación.	-Desplazamiento	- ocio - tiempo libre -vacaciones	¿Cree usted que la comunidad de Jatun Juigua posee recursos turísticos que motiven el desplazamiento hacia el sector?	Encuesta	Cuestionario estructurado
	-Atractivo turístico	- Infraestructura turística - Recurso turístico	¿Considera usted que la comunidad de Jatun Juigua conserva sus rasgos étnicos y culturales?	Encuesta	Cuestionario estructurado

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

3.5.2 Operacionalización de la variable dependiente: Autoestima comunitaria

Cuadro 2: Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Herramientas
La autoestima colectiva se refiere a la evaluación que hace el propio individuo y a la percepción de la evaluación que hacen otros acerca de esos grupos.	-Autoevaluación	-comportamiento -personalidad -autoestima	¿Considera usted que el desplazamiento de turistas a su comunidad por motivos de turismo ha afectado en su comportamiento, personalidad y autoestima?		Cuestionario estructurado
	-Percepción	-impresión -asimilación	¿Cómo asimila usted el desplazamiento de turistas hacia su comunidad?	Encuesta	

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

3.6 Plan de recolección de información

Cuadro 3: Plan de recolección de información

Nº	Preguntas Básicas	Explicación
1	¿Para qué?	Alcanzar los objetivos de la investigación y comprobar la hipótesis
2	¿De qué personas?	De la comunidad Jatun Juigua.
3	¿Sobre qué aspectos?	<ul style="list-style-type: none">• Autoestima comunitaria• Adaptación a la modernidad• Actividad turística• Conservación y valoración de la cultura
4	¿Quién/quiénes?	El investigador - Sandra Ivette Sandoval Jiménez
5	¿A quiénes?	Actores directos de la actividad turística en la comunidad
6	¿Cuándo?	Periodo Septiembre 2017- Febrero 2018
7	¿Dónde?	En la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí
8	¿Cuántas veces?	Una sola vez
9	¿Con que técnicas?	Encuesta – Observación
10	¿Con que instrumentos?	Cuestionario estructurado Ficha de observación

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

3.7 Plan de procesamiento de información

En el plan de procesamiento la información será procesada de la siguiente manera:

- Limpieza de datos
- Codificación
- Tabulación
- Análisis e Interpretación
- Verificación de Hipótesis
- Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Datos generales de los participantes en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua.

Tabla 1: Rango de edad de los participantes

Datos Generales		
Rango de edad	N° encuestados	Porcentaje
15 -19 años	6	24%
20 - 35 años	12	48%
36 - 55 años	7	28%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 1: Rango de edad de los participantes



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De los 25 participantes se obtuvo que el 48% pertenece al rango de edad entre 20-35 años, el 28% está dentro del rango de 36-55 años y el 24% corresponde a personas de 15 a 19 años.

Interpretación:

Los resultados arrojan que existe mayor número de personas de entre 20 y 35 años de edad, pero las personas jóvenes de entre 15 a 19 años y adultos de entre 36 a 55 años tienen un porcentaje similar, lo cual muestra que existe inclusión de edad en la actividad turística y por ende el interés por participar en la misma se da desde los jóvenes hasta los adultos mayores.

Tabla 2: Sexo de los participantes

Datos Generales		
Sexo	N° encuestados	Porcentaje
Hombre	16	64%
Mujer	9	36%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 2: Sexo de los participantes



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Según la encuesta aplicada el 64% de los participantes son hombres y el 36% mujeres.

Interpretación:

La encuesta aplicada muestra que los hombres tienen un número mayor de participación en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua, dado que el trabajo en el sitio requiere una fuerza física considerable, por ende, el número de hombres es mayor.

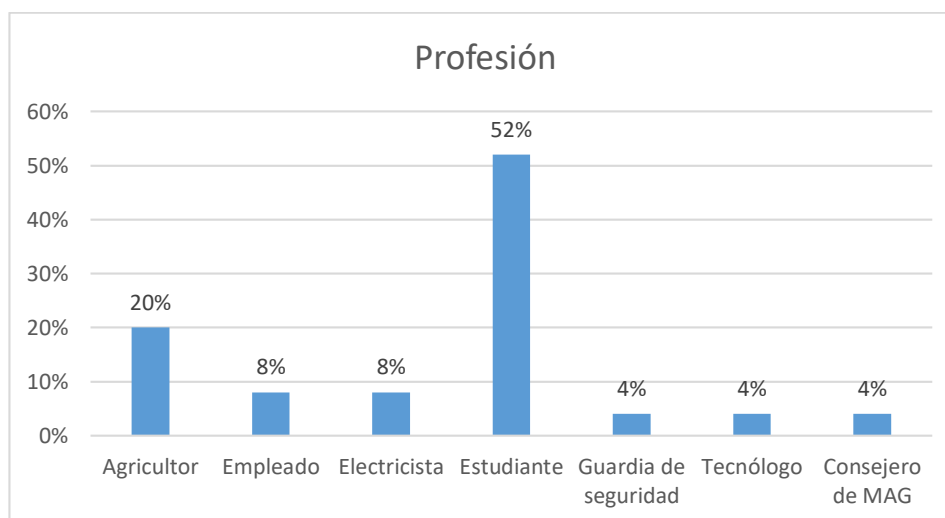
Tabla 3: Profesión de los participantes

Datos Generales		
Profesión	N° encuestados	Porcentaje
Agricultor	5	20%
Empleado	2	8%
Electricista	2	8%
Estudiante	13	52%
Guardia de seguridad	1	4%
Tecnólogo	1	4%
Consejero de MAG	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 3: Profesión de los participantes



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De los 25 encuestados el 52% son estudiantes, el 20% agricultores, el 8% corresponde a empedado y electricista respectivamente; mientras que el 4% pertenece a guardia de seguridad, tecnólogo y consejero de MAG respectivamente.

Interpretación:

Los datos obtenidos muestran que los individuos de la comunidad Jatun Juigua actores activos del turismo, en su mayoría son estudiantes, lo cual indica que son personas emprendedoras y que perciben al turismo como una actividad de gran desarrollo y crecimiento personal.

Tabla 4: Tiempo de participación en la actividad turística

Datos Generales		
Tiempo de participación en la actividad turística	N° encuestados	Porcentaje
3 años	25	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Tabla 5: Ingreso económico mensual por la actividad turística

Datos Generales		
Ingreso económico mensual por la actividad turística	N° encuestados	Porcentaje
\$1.000	25	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

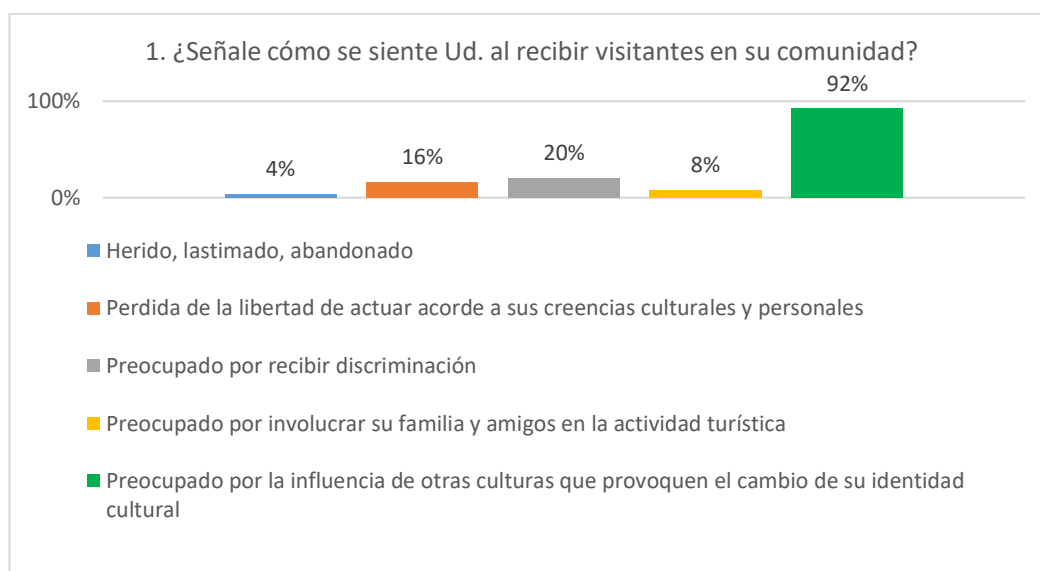
Tabla 6: Pregunta 1

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Señale cómo se siente Ud. al recibir visitantes en su comunidad?	Herido, lastimado, abandonado	1	4%
	Perdida de la libertad de actuar acorde a sus creencias culturales y personales	4	16%
	Preocupado por recibir discriminación	5	20%
	Preocupado por involucrar su familia y amigos en la actividad turística	2	8%
	Preocupado por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural	23	92%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 4: Pregunta 1



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Los 25 participantes entre las cinco opciones descritas para conocer el cómo se sienten al recibir visitantes en su comunidad, han escogido en un 92% la preocupación por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural, un 20% indicó que también se siente preocupado por recibir discriminación, un 16% señaló la opción de la pérdida de la libertad de actuar acorde a sus creencias culturales y personales, un 8% marcó el ítem de preocupado

por involucrar a su familia y amigos en la actividad turística y finalmente un 4% eligió la opción de herido, lastimado y abandonado.

Interpretación:

La pregunta planteada en la encuesta indica que existe una gran preocupación por parte de los actores activos, por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural y también en recibir discriminación cuando reciben visitantes en su comunidad, puesto que al ser un anfitrión con una cultura diferente, la misma inconscientemente es parte de la oferta turística, entonces la preocupación por no recibir una buena aceptación hacia sus rasgos culturales es evidente, según los resultados obtenidos.

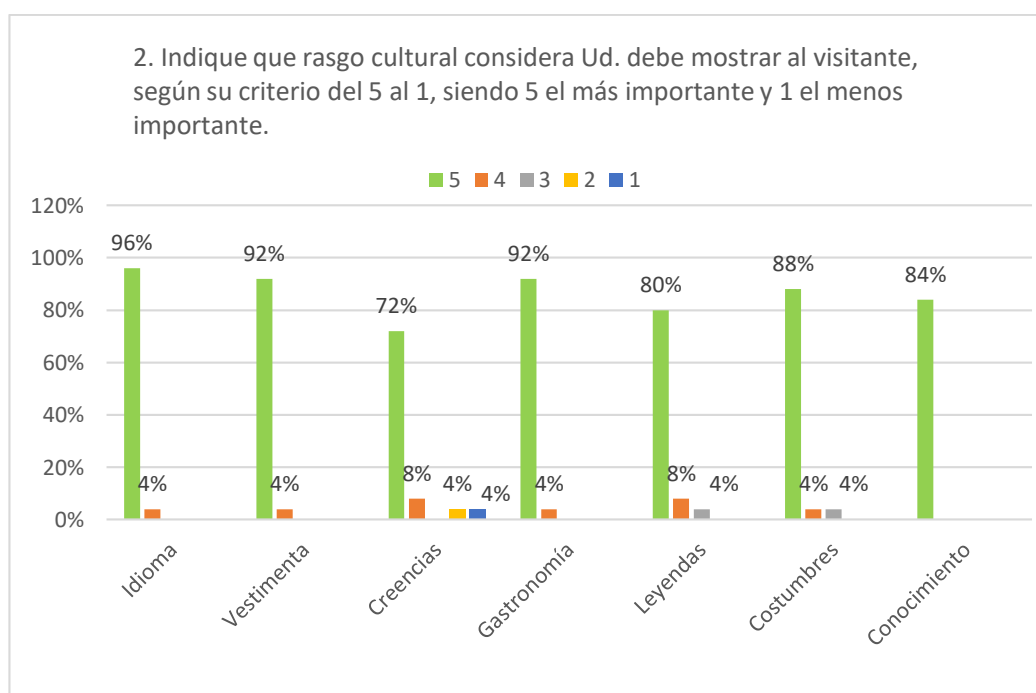
Tabla 7: Pregunta 2

Pregunta	Respuesta	Cantidad					Porcentaje				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Indique que rasgo cultural considera Ud. debe mostrar al visitante, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.	Rasgo cultural										
	Idioma	24	1				96%	4%			
	Vestimenta	23	1				92%	4%			
	Creencias	18	2	1	1		72%	8%		4%	4%
	Gastronomía	23	1				92%	4%			
	Leyendas	20	2	1			80%	8%	4%		
	Costumbres	22	1	1			88%	4%	4%		
	Conocimiento	21					84%				

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 5: Pregunta 2



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Los resultados arrojan que el 96% marco al idioma en un nivel 5 de importancia, la vestimenta y la gastronomía también adquirieron un nivel 5 de importancia en un 92% respectivamente, mientras que las costumbres obtuvieron un 88% de nivel 5 de importancia, el conocimiento tiene un 80% de nivel 5 de importancia, así mismo con un nivel 5 de importancia las leyendas poseen un 80% y finalmente las creencias adquirieron un 72% en el nivel 5 de importancia.

Interpretación:

Según el gráfico se puede observar que todos los rasgos culturales descritos poseen un nivel 5 de importancia, lo cual muestra que las personas que participan en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua, indican que todos los rasgos son importantes debido a que son elementos de valor para su identidad cultural, sin embargo consideran al idioma, a la gastronomía, la vestimenta y las costumbres como los rasgos que más les interesaría mostrar al turista; puesto que los mismos obtuvieron porcentajes altos.

Tabla 8: Pregunta 3

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En qué nivel cree Ud. que la relación entre los miembros de su familia ha cambiado.	Alto	4	16%
	Medio	19	76%
	Bajo	0	0%
	Ninguno	2	8%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 6: Pregunta 3



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De los participantes encuestados un 76% considera que la relación entre los miembros de su familia ha cambiado en un nivel medio, el 16 % señalo que ha cambiado en un nivel alto y un 8% marco que no existe cambio en la relación entre los miembros de su familia.

Interpretación:

Las personas señalan que la influencia de la actividad turística dentro de la relación entre los miembros de sus familias ha cambiado en un nivel medio y alto, dado que, al participar de la misma, la comunicación y la responsabilidad por un trabajo extra ha generado que compartan mayor tiempo juntos especialmente los fines de semana que se dedican a brindar el servicio turístico.

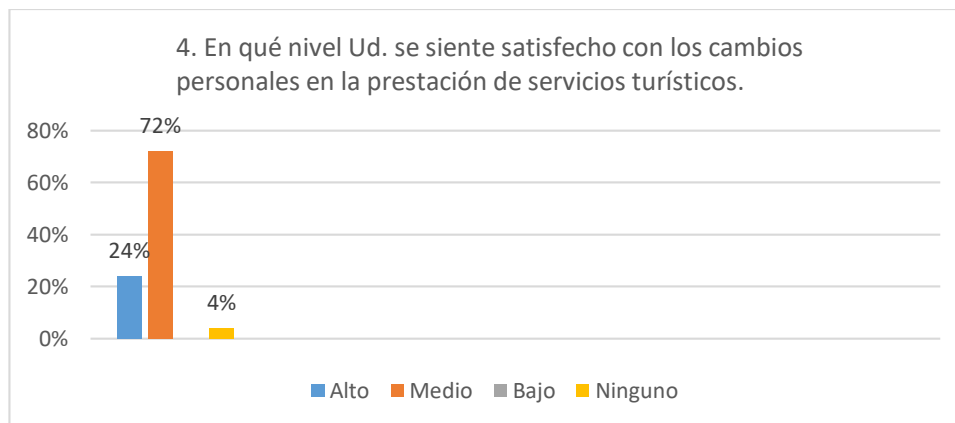
Tabla 9: Pregunta 4

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En qué nivel Ud. se siente satisfecho con los cambios personales en la prestación de servicios turísticos.	Alto	6	24%
	Medio	18	72%
	Bajo	0	0%
	Ninguno	1	4%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 7: Pregunta 4



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De los 25 participantes un 72% indica que se siente satisfecho con los cambios personales en la prestación de servicios turísticos en un nivel medio; en cuanto al nivel alto un 24% marco que se siente satisfecho y un 4% dice que en un ningún nivel se siente satisfecho con los cambios personales en la prestación de servicios turísticos.

Interpretación:

Los resultados arrojan que las personas se sienten satisfechas con los cambios que la prestación de los servicios turísticos ha generado en sus vidas en el ámbito personal, debido a que se sienten útiles en un campo nuevo dentro de su vida cotidiana como es el turismo; es decir se siente proactivos.

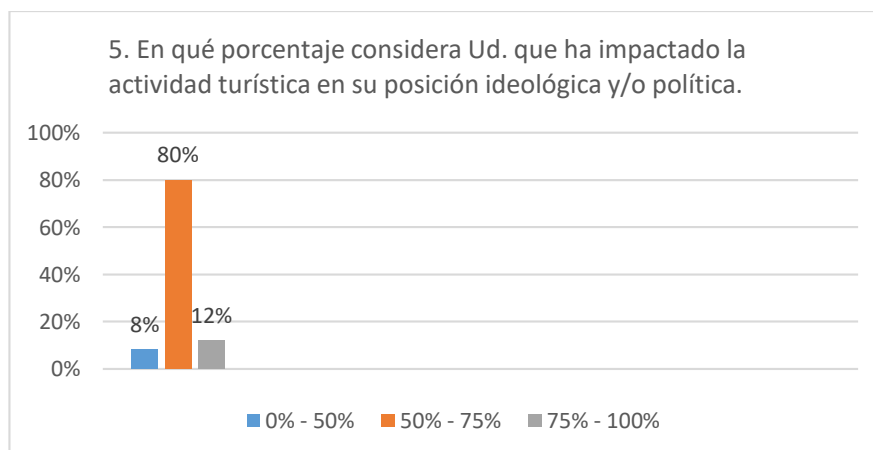
Tabla 10: Pregunta 5

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En qué porcentaje considera Ud. que ha impactado la actividad turística en su posición ideológica y/o política.	0% - 50%	2	8%
	50% - 75%	20	80%
	75% - 100%	3	12%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 8: Pregunta 5



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De los 25 encuestados un 80% señaló que la actividad turística ha generado un impacto del 50% al 75% en su posición ideología y/o política; mientras que el 12% escogió que el impacto generado se ha dado en un rango de porcentaje del 75% al 100%; y por último el 8% de los encuestados menciona que el impacto se dio en un porcentaje del 0% al 50%.

Interpretación:

El rango de porcentaje del 50% al 75% pertenece a un cambio ligero mientras que del 75% al 100% pertenece a un cambio considerable, es decir alto, en su posición ideología y/o política, esto se da porque el turismo motiva a valorar y amar tanto su cultura como su entorno, la comunidad Jatun Juigua al ubicarse en un ecosistema de paramo posee una riqueza en su biodiversidad; por lo que las personas que participan del turismo han adoptado una perspectiva consciente respecto al cuidado y conservación de los recursos naturales y culturales de su entorno.

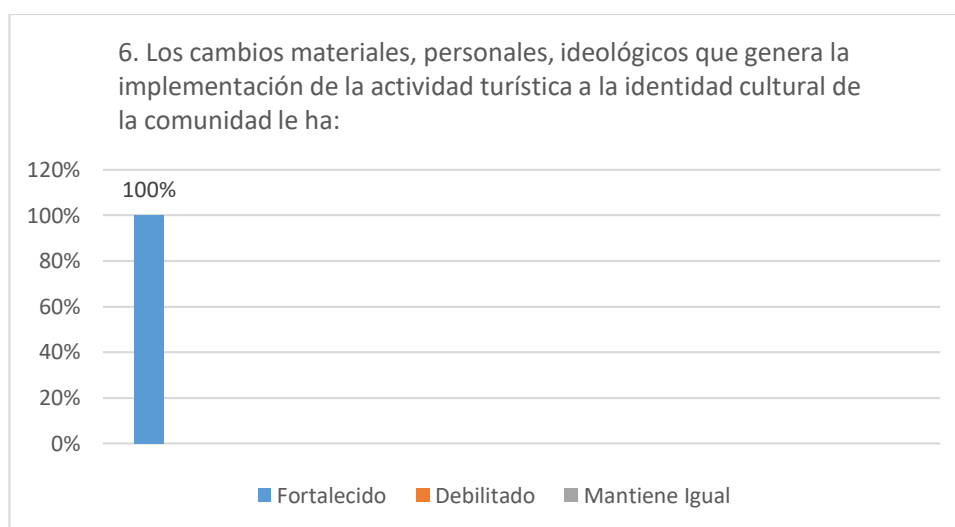
Tabla 11: Pregunta 6

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Los cambios materiales, personales, ideológicos que genera la implementación de la actividad turística a la identidad cultural de la comunidad le ha:	Fortalecido	25	100%
	Debilitado	0	0%
	Mantiene Igual	0	0%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 9: Pregunta 6



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Respecto a la pregunta del cambio generado en lo material, personal e ideológico por la implementación de la actividad turística a la identidad cultural de la comunidad Jatun Juigua; el 100% de los encuestados marcó la opción de que le ha fortalecido.

Interpretación:

Las personas involucradas en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua considera que los cambios materiales, personales e ideológicos generados por dicha actividad fortalece su identidad cultural, debido a que el turismo les recuerda el valor simbólico que sus rasgos culturales tienen dentro de su comunidad, motivándolos a rescatar lo que ya no se practicaba y a fortalecer lo que se mantiene,

para que así las generaciones futuras puedan vivenciar la identidad cultural que la comunidad Jatun Juigua posee.

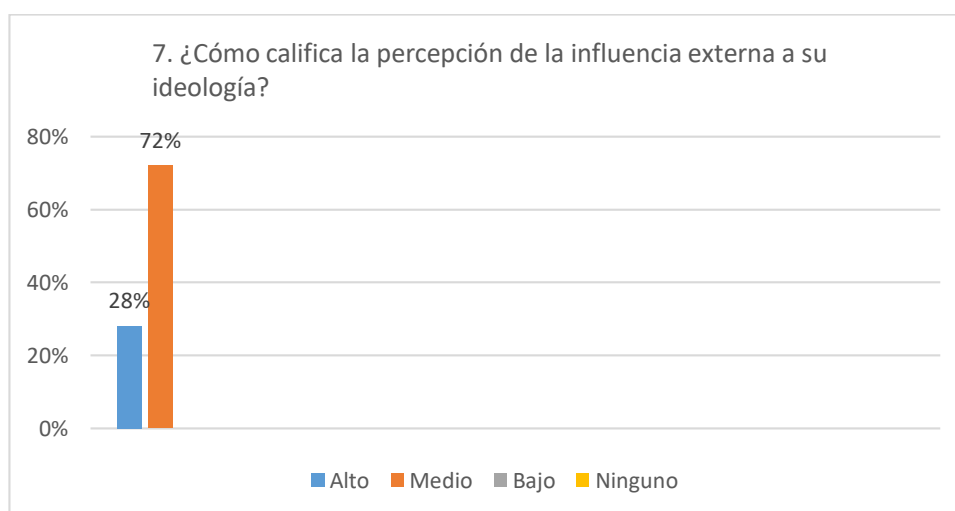
Tabla 12: Pregunta 7

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cómo califica la percepción de la influencia externa a su ideología?	Alto	7	28%
	Medio	18	72%
	Bajo	0	0%
	Ninguno	0	0%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 10: Pregunta 7



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

En el gráfico se puede observar que el 72% de los participantes calificó en un nivel medio la percepción de la influencia externa a su ideología, mientras que el 28% restante calificó dicha percepción en un nivel alto.

Interpretación:

Los datos recolectados indican que la mayoría de las personas le dan una mediana calificación a la percepción de la influencia externa hacia su ideología, lo cual muestra una ligera importancia a las críticas de las personas ajenas; pero una pequeña parte si se muestra preocupada por como las personas externas perciben su ideología; puesto que como se observó en la primera pregunta, la preocupación por el cambio en su identidad cultural por otras culturas es considerable.

Tabla 13: Pregunta 8

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cómo calificaría a su comunidad en el aspecto organizativo?	Organizado	19	76%
	Medianamente organizado	6	24%
	Desorganizado	0	0%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 11: Pregunta 8



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

En cuanto a esta pregunta el 76% de los encuestados calificó el aspecto organizativo de la comunidad como organizado, pero el 24% señaló este aspecto como medianamente organizado.

Interpretación:

Las personas que calificaron el aspecto organizativo de la comunidad Jatun Juigua como medianamente organizado, considera que es porque aún existe desconocimiento en la actividad turística; pero en general un número alto de personas indico que es organizado debido a que tienen varias actividades fuera del turismo.

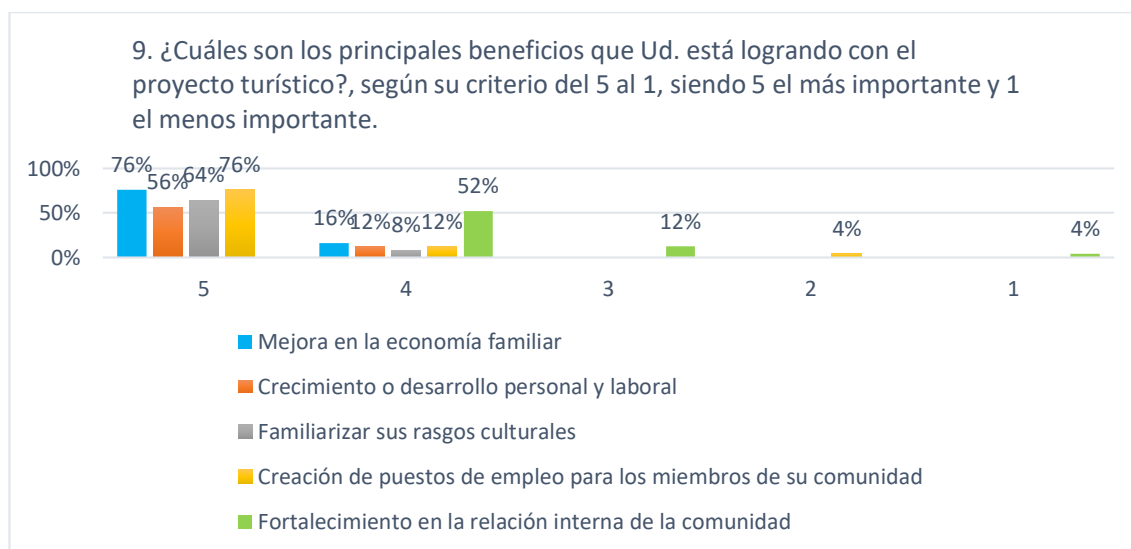
Tabla 14: Pregunta 9

Pregunta	Respuesta	Cantidad					Porcentaje				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
¿Cuáles son los principales beneficios que Ud. está logrando con el proyecto turístico?, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.	Beneficios										
	Mejora en la economía familiar	19	4				76%	16%			
	Crecimiento o desarrollo personal y laboral	14	3				56%	12%			
	Familiarizar sus rasgos culturales	16	2				64%	8%			
	Creación de puestos de empleo para los miembros de su comunidad	19	3		1		76%	12%		4%	
Fortalecimiento en la relación interna de la comunidad		13	3		1		52%	12%		4%	

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 12: Pregunta 9



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Los 25 encuestados han marcado dentro del nivel 5 de importancia la mejora en la economía familiar y la creación de puestos de empleo para los miembros de su familia en un 76% respectivamente, de igual manera en un nivel 5 de importancia con el 64% a familiar sus rasgos culturales, así mismo el crecimiento o desarrollo personal y laboral posee un 56% en el nivel 5 de importancia; mientras que en el

nivel 4 de importancia se tiene con un 52% al fortalecimiento en la relación interna de la comunidad, en este mismo nivel el 16% pertenece a la mejora en la economía familiar y el 12% corresponde a la creación de puestos de empleo para los miembros de su familia.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos los beneficios más importantes que las personas involucradas en la actividad turística han logrado son la mejora en la economía familiar, la creación de puestos de empleo para los miembros de su familia, familiar sus rasgos culturales y el crecimiento o desarrollo personal y laboral. Con esto se evidencia que los objetivos dentro del proyecto turístico que la comunidad persigue se están cumpliendo puesto que para ellos la creación de puestos de empleo es lo más importante debido a que no desean que los habitantes de la comunidad Jatun Juigua migren a la ciudad.

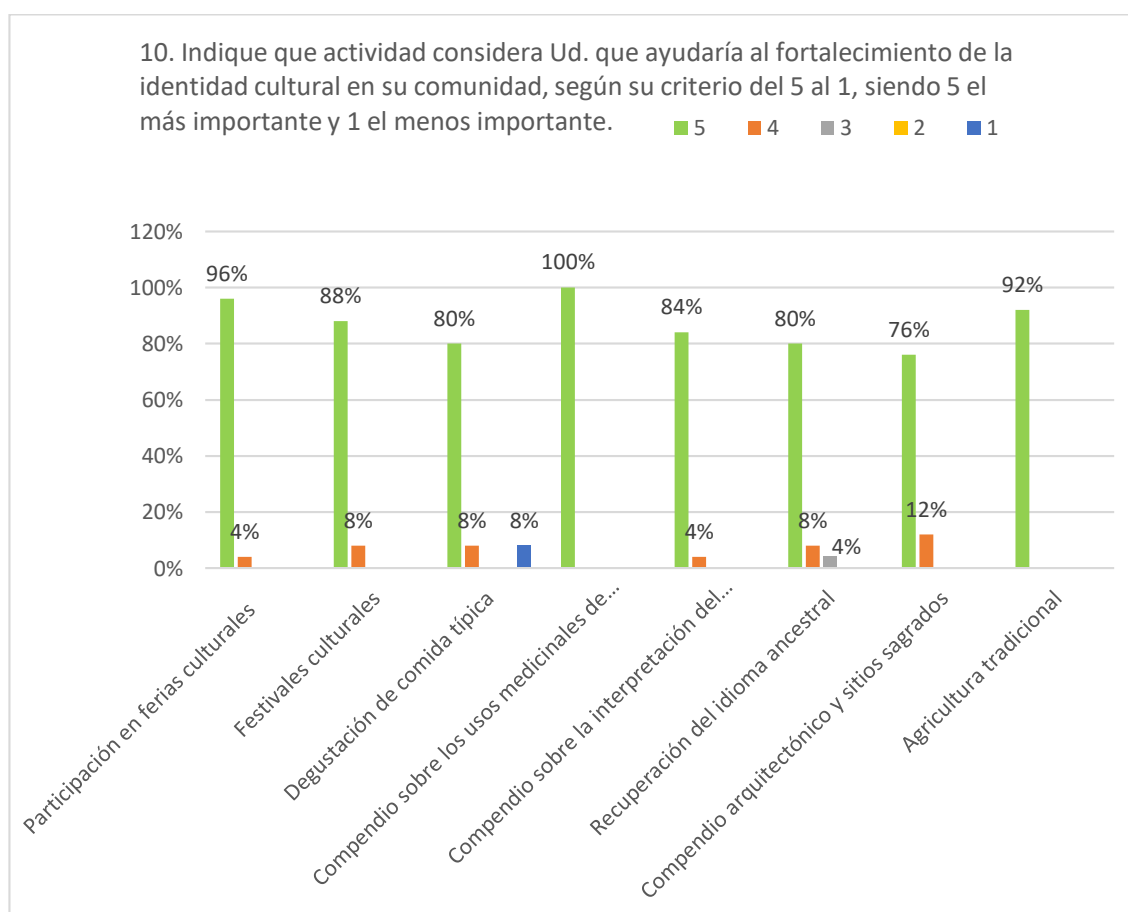
Tabla 15: Pregunta 10

Pregunta	Respuesta Actividad	Cantidad					Porcentaje				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Indique que actividad considera Ud. que ayudaría al fortalecimiento de la identidad cultural en su comunidad, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.	Participación en ferias culturales	24	1				96%	4%			
	Festivales culturales	22	2				88%	8%			
	Degustación de comida típica	20	2		2		80%	8%			8%
	Compendio sobre los usos medicinales de las plantas nativas	25					100%				
	Compendio sobre la interpretación del valor simbólico de su vestimenta	21	1				84%	4%			
	Recuperación del idioma ancestral	20	2	1			80%	8%	4%		
	Compendio arquitectónico y sitios sagrados	19	3				76%	12%			
	Agricultura tradicional	23					92%				

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 13: Pregunta 10



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Los 25 participantes entre las varias opciones para conocer cuál de ellas fortalecería su identidad cultural han seleccionado en el nivel 5 de importancia con un 100% al compendio sobre los usos medicinales de las plantas nativas, en este mismo nivel con un 96% se escogió la participación en ferias culturales, de igual manera con un 92% la agricultura tradicional, continuando en el nivel 5 de importancia el 88% pertenece a festivales culturales, el 84% corresponde al compendio sobre la interpretación del valor simbólico de su vestimenta, con un 80% se tiene a la degustación de comida típica y a la recuperación del idioma ancestral respectivamente; finalmente con un 76% en el nivel 5 de importancia se observa al compendio arquitectónico y sitios sagrados.

Interpretación:

Las personas encuestadas señalaron como actividades más importantes para el fortalecimiento de la identidad cultural al compendio sobre los usos medicinales de las plantas nativas, a la participación en ferias culturales y a la agricultura tradicional. Ahora bien, el compendio de los usos medicinales de las plantas nativas es importante porque se rescatará la medicina natural y a la vez se conservará la flora medicinal del sitio, la participación en ferias culturales es esencial para mostrar el proyecto turístico en el que se trabaja, esto también ayudaría a la parte de promoción y difusión del proyecto; y finalmente la agricultura tradicional sería una actividad en la cual el visitante podría actuar y así llevarse una experiencia vivencial inolvidable.

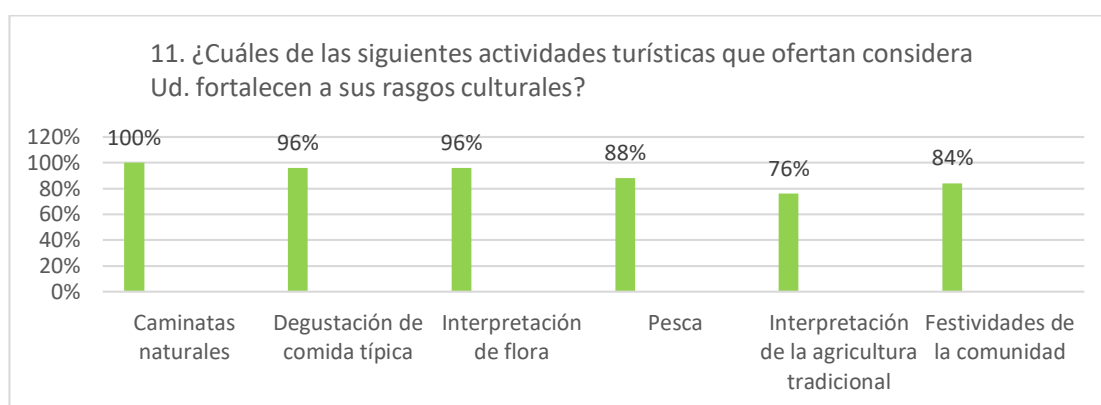
Tabla 16: Pregunta 11

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas que ofertan considera Ud. fortalecen a sus rasgos culturales?	Caminatas naturales	25	100%
	Degustación de comida típica	24	96%
	Interpretación de flora	24	96%
	Pesca	22	88%
	Interpretación de la agricultura tradicional	19	76%
	Festividades de la comunidad	21	84%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 14: Pregunta 11



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

La encuesta aplicada arroja que las caminatas naturales obtuvieron un 100% de aceptación como una actividad que fortalecería los rasgos culturales, el 96% corresponde a la degustación de la comida típica y a la interpretación de la flora respectivamente, la pesca obtuvo un porcentaje del 88%, las festividades de la comunidad un 84% y la interpretación de la agricultura tradicional obtuvo un 76%.

Interpretación:

Los participantes en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua indican que las caminatas naturales, la degustación de la comida típica y la interpretación de la flora son las tres actividades turísticas más importantes dentro de su oferta turística que fortalecen sus rasgos culturales, dado que en la explicación se puede usar términos en su idioma nativo como es el kichwa, en la parte de la gastronomía se

utilizan productos del sitio y las técnicas de preparación serian ese valor agregado al producto.

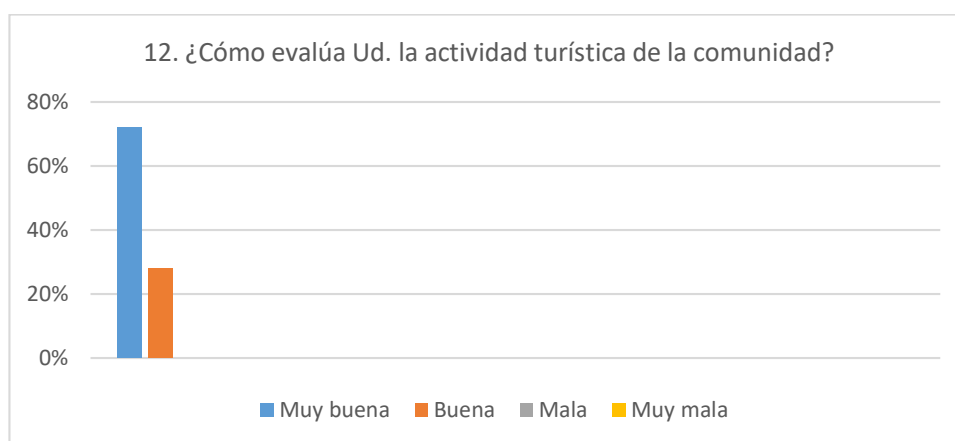
Tabla 17: Pregunta 12

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cómo evalúa Ud. la actividad turística de la comunidad?	Muy buena	18	72%
	Buena	7	28%
	Mala	0	0%
	Muy mala	0	0%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 15: Pregunta 12



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

Los participantes han señalado que la actividad turística en la comunidad es muy buena en un 72%, y buena en un 28%.

Interpretación:

En general se puede observar en el gráfico que la actividad turística se viene desarrollando muy bien en la comunidad, esto gracias a la participación de todos los involucrados, al aporte de ideas que cada uno y a la utilización de las redes sociales como canales de difusión y promoción turística.

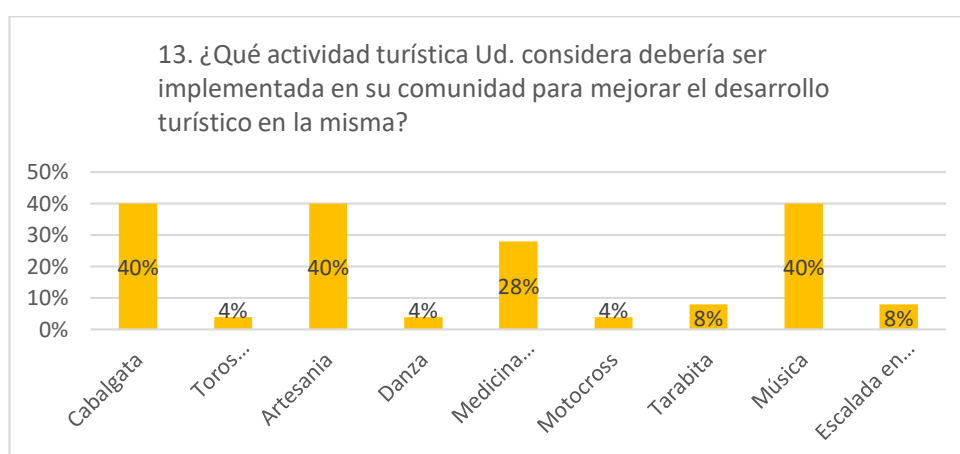
Tabla 18: Pregunta 13

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Qué actividad turística Ud. considera debería ser implementada en su comunidad para mejorar el desarrollo turístico en la misma?	Cabalgata	10	40%
	Toros Populares	1	4%
	Artesanía	10	40%
	Danza	1	4%
	Medicina ancestral	7	28%
	Motocross	1	4%
	Tarabita	2	8%
	Música	10	40%
	Escalada en roca	2	8%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 16: Pregunta 13



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Análisis:

De acuerdo al gráfico se observa que la cabalgata, la artesanía y la música obtuvieron un 40% respectivamente, la medicina ancestral adquirió un 28%; por su parte la tarabita y la escalada en roca tiene un 8% respectivamente; mientras que los toros populares, la danza y el motocross poseen un 4% en cada caso.

Interpretación:

Los porcentajes arrojados muestran que las actividades que las personas de la comunidad Jatun Juigua implementarían a su oferta turística para mejorar el desarrollo del turismo son la cabalgata, la artesanía y la música; la cabalgata porque muchas personas se dedican a la crianza de caballos y sería un buen recurso para mejorar la oferta turística; en cuanto a la artesanía y música pues existen personas

interesadas en el arte, lo cual se podría aprovechar y de esta manera la identidad cultural se fortalecería.

4.2 Verificación de la hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo de investigación se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

Modelo lógico

H0: Hipótesis nula

La actividad turística **NO** influye positivamente en el fortalecimiento del autoestima comunitaria en la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí.

H1: Hipótesis alternativa

La actividad turística **SÍ** influye positivamente en el fortalecimiento del autoestima comunitaria en la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí.

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará un nivel de significación del 0,95.

4.2.3 Descripción de la población

La población investigada son los habitantes de la comunidad Jatun Juigua perteneciente al cantón Pujilí el número de actores directos de la actividad turística son 25 personas, 18 de ellas son socios y 7 son voluntarios.

4.2.4 Cálculo de la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

La prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra compara la función de distribución acumulada observada de una variable con una distribución teórica determinada. Si el valor calculado es menor al límite elegido por significancia estadística del 95% (0.05) entonces la hipótesis nula se rechaza en favor de la hipótesis alternativa.

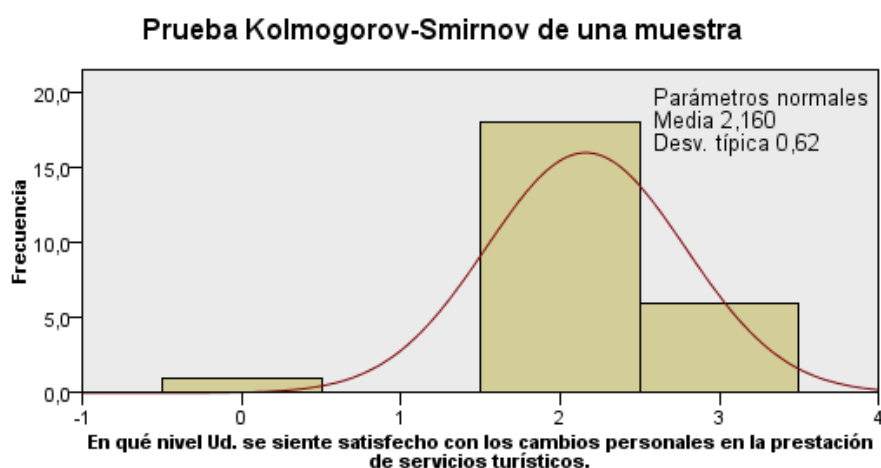
Gráfico 17: Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	La distribución de En qué nivel Ud. se siente satisfecho con los cambios personales en la prestación de servicios turísticos. es normal con la media 2,160 y la desviación típica 0,62.	Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra	,003	Rechazar la hipótesis nula.
2	La distribución de ¿Cómo evalúa Ud. la actividad turística de la comunidad? es normal con la media 2,720 y la desviación típica 0,46.	Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

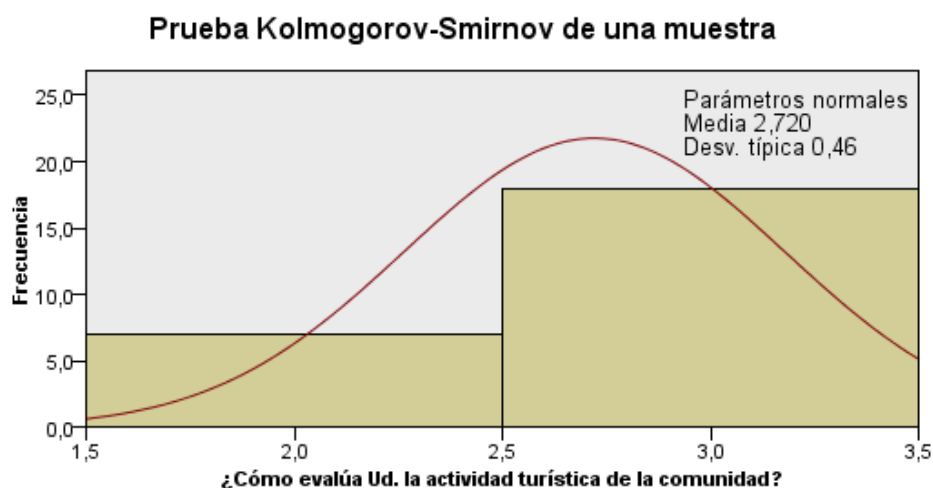
Fuente: IBM SPSS Statistics Visor
Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 18: Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra



Fuente: IBM SPSS Statistics Visor
Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Gráfico 19: Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra



Fuente: IBM SPSS Statistics Visor
Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

4.2.5 Decisión

Con un nivel de significancia de 0,05 y de acuerdo con la regla de decisión, los valores calculados correspondientes a 0,003 y a 0,000 son menores al límite elegido por significancia estadística del 95% (0.05) entonces la hipótesis nula se rechaza en favor de la hipótesis alternativa, la misma que dice lo siguiente: “La actividad turística **SÍ** influye positivamente en el fortalecimiento del autoestima comunitaria en la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí”

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez realizada la investigación se obtiene las siguientes conclusiones:

- Las personas involucradas en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí muestran una gran preocupación por la influencia de culturas ajenas a la suya, especialmente en los jóvenes debido a que son más vulnerables a adoptar comportamientos que tiendan a provocar un cambio negativo en su identidad cultural.
- Los beneficiarios de la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí se muestran satisfechas con los cambios que la prestación de los servicios turísticos ha generado en sus vidas tanto en el ámbito personal como laboral, debido a que se sienten proactivos al cumplir un nuevo rol, lo cual fortalece el crecimiento personal y laboral, cumpliendo de esta manera con dos de los niveles de la pirámide de Maslow como es el reconocimiento y la autorrealización del ser humano.
- La implementación del turismo a la vida de cada uno de los habitantes de la comunidad Jatun Juigua les evoca el valor simbólico de sus rasgos culturales motivándolos a rescatar lo que ya no se practica y a fortalecer lo que se mantiene, para que así se mantenga permanente en la memoria colectiva.
- La comunidad Jatun Juigua al ubicarse en un ecosistema de paramo posee una riqueza en su biodiversidad; por lo que las personas que participan del turismo han adoptado una perspectiva consciente respecto al cuidado y conservación de los recursos naturales.

5.2 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones planteadas se recomienda lo siguiente:

- Impartir talleres sobre revalorización de la cultura indígena e identidad cultural a los jóvenes y niños de la comunidad Jatun Juigua para evitar la aculturación en los mismos.
- Implementar capacitaciones sobre gestión turística, turismo comunitario, diseño de productos turísticos, promoción turística y atención al cliente para enriquecer su conocimiento en el turismo, para que de esta manera el proyecto turístico se pueda desarrollar con éxito y los anfitriones se puedan sentir más seguros en la prestación de servicios turísticos.
- Incluir en las asambleas temas donde las personas adultas mayores compartan anécdotas y memorias vividas en la comunidad, para así motivar a otros miembros de la de la misma ser parte del proyecto turístico.
- Fortalecer mediante capacitaciones la perspectiva consciente que algunos de los anfitriones han adoptado respecto al cuidado y conservación de los recursos naturales.
- Evaluar las aptitudes de cada uno de los beneficiarios para así redistribuir los roles dentro del proyecto turístico, incentivándolos a trabajar con compromiso en el área donde se sienten más cómodos y seguros según sus habilidades y destrezas.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA

6.1 Datos informativos

6.1.1 Título

Compendio cultural y natural de la comunidad Jatun Juigua.

6.1.2 Ubicación de la intervención

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Pujilí

Comunidad: Jatun Juigua

6.1.3 Beneficiarios

Habitantes de la comunidad Jatun-Juigua involucrados en el proyecto: Turismo Agroecológico Termas Aluchán.

6.2 Antecedentes de la propuesta

De acuerdo a la investigación realizada las personas involucradas en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua aún mantienen una gran parte de sus rasgos culturales, el proyecto turístico lo conforman jóvenes, adultos y adultos mayores. Sin embargo, su conocimiento sobre el mismo es empírico por lo que no toman en cuenta la vulnerabilidad de exponer su cultura a personas ajenas, lo cual puede provocar una aculturación en las personas más jóvenes.

De los resultados obtenidos en la investigación de campo se obtuvo que existe una gran preocupación por recibir discriminación hacia su identidad por parte de los visitantes quienes poseen diferentes ideologías y por ende esto puede generar un cambio en sus rasgos culturales latentes; pese a esto, las personas se muestran muy interesadas en fortalecer la actividad turística en su

comunidad, puesto que consideran su entorno tiene un gran potencial turístico para aprovechar y mostrar tanto al turista nacional como extranjero.

Por lo cual se ha visto necesario diseñar un folleto donde se registre los rasgos culturales y recursos naturales más importantes que la comunidad posee dentro del espacio destinado a la prestación de servicios turísticos, debido a que es esencial que el anfitrión conozca, valore y ame su destino, para poder con seguridad compartir, vender y mostrar al turista su potencial tanto natural como cultural.

6.3 Justificación

La presente propuesta para los beneficiarios es de gran interés, dado que les impulsará a mantener el valor simbólico de sus rasgos culturales e ideología en cuanto a la naturaleza, lo cual será un gran aporte para conservar su identidad cultural, de igual manera ayudará a afianzar los lazos de confraternidad dentro de la comunidad haciéndola más fuerte para evitar la adopción de otras culturas.

Es factible que se lleve a cabo la presente propuesta puesto que la autoestima en cada una de las personas se elevará de una manera positiva, por ende, la autoestima comunitaria se fortalecerá, la participación en las actividades será más proactiva, y el compromiso hacia el cumplimiento de las metas planteadas por la comunidad se darán a corto plazo, debido a que el liderazgo y el trabajo en equipo dentro de la comunidad se solidificará.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General:

- Valorar la cultura y el entorno natural de la comunidad Jatun Juigua para fortalecer el autoestima comunitaria respecto a la identidad cultural.

6.4.2 Objetivos específicos:

- Planificar las actividades a ejecutarse para la elaboración de la propuesta.
- Socializar la propuesta con las personas involucradas en el proyecto Turismo Agroecológico Termas Aluchán para tener apoyo en el desarrollo de la misma.
- Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta.

- Generar instrumentos para el seguimiento y monitoreo.

6.5 Modelo operativo

Tabla 19: Modelo Operativo de la propuesta

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar la propuesta con las personas involucradas en el proyecto Turismo Agroecológico Termas Aluchán para tener apoyo en el desarrollo de la misma.	- Convocar a una asamblea a los involucrados en el proyecto Turismo Agroecológico Termas Aluchán. - Explicar el procedimiento de la propuesta.	-Talento Humano -De oficina	Ivette Sandoval	1 día
Planificación	Planificar las actividades a ejecutarse para la elaboración de la propuesta.	- Enlistar los rasgos culturales latentes de la comunidad. - Identificar las actividades turísticas que oferta el lugar. - Asignar responsables para cada uno de los puntos enlistados.	-Talento Humano -Económicos -De oficina	Ivette Sandoval	1 semana
Ejecución	Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta.	- Tomar fotografías de los rasgos culturales y de las actividades turísticas existentes en el lugar. - Entrevistar a los responsables de cada punto para extraer una explicación de la importancia.	-Talento Humano -Tecnológicos -Económicos -De oficina	Ivette Sandoval	1 semana
Evaluación	Generar instrumentos para el seguimiento y monitoreo.	- Elaborar los instrumentos para el seguimiento y monitoreo.	-Talento Humano	Ivette Sandoval	2 días

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

6.6 Desarrollo operativo de la propuesta

INTRODUCCIÓN

La actividad turística en las comunidades ha sido adoptada como una alternativa para mejorar su economía y por ende su calidad de vida, es así que algunos miembros de la comunidad Jatun-Juigua han decidido emprender en el turismo empíricamente y sin el necesario asesoramiento turístico.

Esta comunidad al tener sus rasgos latentes es vulnerable a sufrir una aculturación es por ello que se vio necesario realizar una recopilación de sus potencialidades en el ámbito natural y cultural debido a que la conservación de estos dos ámbitos son pilares importantes para el turismo en estos espacios.

La propuesta planteada tiene como finalidad combinar la fotografía con el escrito en prosa, para ayudar al autoestima comunitaria, puesto que volver a sentir importancia, valor y amor por lo propio es necesario para fortalecer la seguridad en querer compartir y mostrar con otros lo suyo; y como la actividad turística genera un intercambio intercultural es importante que la cultura dentro de la comunidad se conserve y se fortalezca.

METODOLOGÍA

6.7 Compendio

Definición de Compendio

El termino compendio es una palabra simple ante la semántica de la léxica Teso (2007), menciona que esta es la encargada del significado y que para la adquisición del mismo, se requiere a la medida que sea oír las palabras, experimentar sus usos e incluso en la medida que corresponda memorizarlas, es por esta razón que en cualquier diccionario básico la palabra compendio hace referencia a un conjunto de elementos que tiene algo en común y que son agrupados en un solo trabajo, este término también es utilizado para designar a obras escritas o digitales que comprenden un importante número de conocimientos relacionados con una materia o área en particular.

Por consiguiente, un compendio tiene una estructura básica como la que se muestra a continuación:

- Portada
- Desarrollo (en este punto se describen los temas)

Ahora bien, el compendio propuesto posee una combinación entre la imagen y la semántica combinatoria; con el propósito de que la narrativa sobre la realidad de la comunidad otorgue una perspectiva íntima al lector; es decir que este se pueda

conectar y en medida de lo posible visualizar en el espacio donde suceden los hechos.

La imagen se representa en este caso mediante la fotografía, porque al capturar un acto y plasmarlo en una fotografía, el sentido visual percibe la composición de la misma, con esto me refiero a colores, formas, entre otros elementos presentes en ella, Ardila (2017), dice que la imagen tiene la capacidad de contar historias y una facultad para transmitir mensajes, con ello, la mente puede recrear el momento para generar en el ser cualquier estado de ánimo, incluso despertar un interés por ser parte de la situación percibida al observar dichas fotografías.

Por otro lado, la semántica combinatoria según Teso (2007), menciona que es la encargada de estudiar la secuencia de varias palabras, conociendo los significados de las palabras simples utilizadas en la secuencia, es decir en la oración, por ende es la base para la narración escrita.

Explicado los dos elementos presentes en el compendio, es necesario decir que el contenido que se mostrara tiene relación con la cultura de la comunidad Jatun-Juigua, donde tanto la recopilación de los rasgos culturales como los recursos naturales de su entorno serán los aspectos que conformen este compendio.

La finalidad de esta herramienta es evocar el valor de la identidad cultural y la importancia de conservar tanto la cultura como la naturaleza; puesto que la actividad turística en la comunidad es nueva en su vida cotidiana y al ofertar turismo; la cultura es parte de la oferta, y cada miembro como toda persona es un mundo diferente, entonces ejecutar la actividad turística como Chicaiza (2016), lo menciona permite un análisis complejo de la realidad social, que son, cómo son, cómo ven el mundo y cómo perciben su propia realidad. Es por ello que las personas dedicadas al turismo, se convierten en anfitriones, por lo tanto, deben conocer perfectamente su realidad, y lo que el turismo trae consigo como es el contacto y el intercambio con personas de distintas nacionalidades, con diferentes costumbres, ideologías; en fin, otra cultura.

Santafé (2012), indica que cada uno de los actores asume su posición en relación con su cultura, de modo que las relaciones turista anfitrión se vuelven más complejas de lo que a simple vista parecen, por lo tanto, el riesgo de reproducir estereotipos que discriminen, principalmente, al anfitrión, son más probables;

aunque también afecta al turista o visitante, dado que las relaciones humanas son muy complejas.

El fin del turismo no es conducir a la destrucción de las culturas locales, sino más bien al fortalecimiento y valorización de los diferentes aspectos culturales, así como también al respeto de nuevas formas y comportamientos culturales, es así como Santafé (2012), lo afirma; y por ende Troya (2016), manifiesta que la relación entre memoria e imagen fotográfica se halla vinculada tanto a la historia del arte como a la antropología; por ello el interés de mostrar las situaciones y recursos que los anfitriones desean compartir con el visitante.

Entonces, el compendio está formado por dos partes mencionadas anteriormente, la primera es la portada, en ella se eligió una fotografía y se utilizó el idioma kichwa para darle el nombre al presente trabajo, este nombre es el siguiente: *Kikipak unachata yanapay*, lo que en castellano significa *Valora tu cultura*, también se incluyó una frase en mismo idioma a modo de slogan, esta frase es: *Ñukanchikpak unanchakunata tukuy punchakuna yanapashun* (*Valoremos nuestra identidad cultural todos los días*).

Donde la portada se muestra así:

Imagen 1: Portada del compendio



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Y, finalmente el desarrollo de los temas; en este apartado se clasificó en cuatro partes importantes como es la descripción del sitio, una breve síntesis histórica, los rasgos culturales que lo hacen ser “él” y la combinación de estos rasgos con la actividad turística.

- En la primera parte se describe la información general de la Comunidad Jatun-Juigua.
- En la segunda parte se encuentra una breve síntesis histórica del surgimiento de la idea del proyecto turístico.
- En la tercera parte se muestran los rasgos culturales que forman su esencia, estos son la vestimenta, la agricultura y la gastronomía, cabe recalcar que este último se lo coloco en esta sección puesto que es parte de su alimentación diaria, pero que también forman parte de la oferta turística.

Estas tres secciones se muestran de la siguiente manera:

Imagen 2: Información general de la Comunidad Jatun Juigua



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 3: Información general de la Comunidad Jatun Juigua

Recuerda que:

Jatun Juigua en tu idioma kichwa significa Jatun= Grande y Juigua= Zona, esto quiere decir zona basta, debido a la extensión del páramo, observa el desnivel montañoso, donde tus tierras destinadas a la agricultura te ofrecen una gama de colores, convirtiendo a la montaña en un poncho de la pacha mama.

En el trayecto mientras se asciende al sector se puede admirar por un lado como la ciudad se va haciendo pequeña ante tus ojos y por otro lado la cercanía de la montaña y el cielo; donde también se observa llamas, ganado bravo y asnos alimentarse en el páramo.

En medio del páramo andino se encuentra una piscina de agua termal, la cual lleva el nombre de Termas Aluchán, que es tu idioma significa "Un lugar escondido", esta consideración es evidente puesto que esta pis-

¿Qué puedes admirar?

cina está rodeada por montañas donde sus paredes poseen tanto roca como diversidad de flora. Junto a la piscina se encuentra el Río Nagsiche donde en su agua nadan las truchas de río, las cuales te sirven de alimento



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 4: Síntesis Histórica de la Comunidad Jatun Juigua



Síntesis histórica

¿Dónde se ubica tu comunidad?

Tu compañero al ser propietario de unas tierras donde existen chorros de agua termal, conjuntamente con familiares y amigos decidió organizarse para crear un rincón que acoja a las personas interesadas en curar sus dolencias en una piscina con esta agua de propiedades curativas.

Tu comunidad Jatun Juigua al poseer un río y estar cerca de vertientes de agua termal, es un sector con una importante fuente hídrica para ti y tus compañeros.

¿Qué hizo tu compañero?

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 5: Síntesis Histórica de la Comunidad Jatun Juigua

Entonces la idea surgió, ¿lo recuerdas...?

Es así que esta idea empezó a crecer hasta crear un proyecto turístico llamado Termas Aluchán el mismo que actualmente es parte de la Fundación de Investigación Integral para el Desarrollo de los Pueblos de Cotopaxi.

Desde el 24 de enero del 2014 se empezó con el trabajo legal terminándolo en el segundo trimestre del año 2015; los documentos con los que cuenta este proyecto son la sentencia, la escritura de terreno, una planimetría, un estudio topográfico, el RUC y el estatuto. En este trabajo arduo intervinieron varios profesionales como el arquitecto, el geólogo, el ingeniero ambiental, el ingeniero en gestión de riesgos y el ingeniero civil.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 6: Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua

Rasgos Culturales

Agricultura

¿Por qué es importante la agricultura para ti y tus compañeros?

Porque las enseñanzas de sembrío y cosecha de los productos impartido por los adultos mayores y tus antepasados se mantienen, es por ello que en tus tierras aún se observan: las parcelas (división de tierras); los chaquiwasi (casa de paja) donde se guardan las herramientas para el cultivo; el chaquiñañ (sendero) el cual conecta los terrenos, se encuentra a un lado de los sembríos para evitar el daño hacia los productos y la diversificación de los mismos según la temporada.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 7: Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua

Gastronomía

Tus platos principalmente son elaborados por tus compañeras y con los productos cosechados, entre ellos están: el choclo, la mashua, el melloco, el ajo, la papa, el haba, y la cebolla.

¡Entérate sobre la creatividad de tus compañeras...!

Las mujeres han creado tres principales platos para mostrar su alimentación diaria con sus propios productos.

Mashua con choclo



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 8: Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua

Choclo, habas y melloco



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 9: Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua

¿Que suelen hacer tus hijos?

En ocasiones los hijos varones más jóvenes acuden al río para pescar la trucha, entregárselas a sus madres para que ellas la combinen con algún producto de sus tierras. Entonces surge la Trucha de río con la papa.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 10: Rasgos culturales de la Comunidad Jatun Juigua

Vestimenta

Compañero así me visto.

Las prendas que utilizan los hombres son: un pantalón de tela (los colores varían en tonalidades oscuras), un sombrero negro, una camisa, poncho rojo y zapatos.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Vestimenta

Las mujeres por su parte usan faldas negras con bordados en los filos de la misma (los bordados varían), blusas, sacos de lana (cualquier color), chales (cualquier color), sombrero café o negro, medias blancas y zapatos negros. Los bordados en sus faldas y los chales son realizados por ellas mismas.

Compañera así me visto.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

La última parte está compuesta por las actividades productivas que en este caso están ligadas con el turismo, como es la artesanía, el senderismo, el camping y la medicina ancestral; esta última también se la dividió en tres segmentos como es: la piscina termal donde su agua posee propiedades curativas, el rito de sanación, y los usos medicinales de las plantas que se encuentran a su alrededor.

Imagen 12: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Actividades productivas

¿Sabes que realiza tu compañera? Entérate...!



Artesanías

Las mujeres se dedican a tejer bolsos y pulseras con el crochet aplicando técnicas de punto relieve tomado por delante, tomado por detrás y en cadena; utilizan hilo de lana

¿Cuánto tiempo necesita?

Para fabricar las pulseras necesitan máximo 3 horas y para elaborar los bolsos necesitan 15 días puesto que los realizan en su tiempo libre.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 13: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Turismo

¿Qué puedes hacer con tus amigos de la ciudad en tu comunidad?

Senderismo

La caminata es una de las actividades ofertadas en Termas Aluchán, el sendero tiene la intención de llevarlos hasta la orilla del Río Nagsiche donde se observan a las truchas y si desea las puede pescar.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 14: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

¿Qué miras durante el recorrido?

En el sendero se puede observar una gran variedad de flora, como al wikundo, ñachik, chilca, polylepis, sigse, entre otros; en aproximadamente 10 minutos la caminata hasta el Río Nagsiche culmina.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 15: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Camping



A orillas de la piscina de agua termal se puede asentar una carpa para pernoctar en el sitio, donde la noche le ofrece la calma de la naturaleza escuchando el caudal del río mientras nada en la piscina bajo un cielo estrellado

Aguas Termales

Las personas acuden a la piscina para que el chorro de agua termal que viene desde el interior de la montaña, les cure sus dolencias, purifique su piel o simplemente elimine todo el estrés y los relaje con su agua cálida y llena de propiedades curativas.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 16: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Medicina Ancestral

Esta medicina ancestral es una herencia milenaria de tus tayas y mamas, el objetivo principal de este rito es buscar la cura y sanación de los dolores que invaden el cuerpo mediante las plantas para equilibrar las vibraciones del ser buscando la conexión entre el espíritu, alma

Rito de purificación

y cuerpo; para vivir en armonía con la madre naturaleza. Los cuatro elementos de la pacha mama (agua, fuego, madera y aire) brindan la protección al ser. La figura que se puede observar es la representación del Hanan Pacha quien simboliza el espíritu del cerro a quien se le agradece y pide sanación mediante el ritual



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 17: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua



Como primer paso la persona debe frotar la vela por todo su cuerpo, luego encenderla, colocarla frente a Hanan Pacha, mediante la luz que otorga el fuego se puede percibir el estado actual del ser para identificar el daño del cuerpo y pedir sanación.

¿Qué plantas se utiliza?



Las plantas que se utiliza para este rito es la ortiga, el marco, la chilca, eucalipto, santa maría y simbalo, este conjunto de plantas absorbe la energía negativa, todas las partes muertas del cuerpo para luego activar esas células muertas y así renacer el nuevo espíritu.

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 18: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

¿Por qué el Yumbo usa la campana?

La campana hace eco para ubicar las vibraciones en un solo sitio, es decir concentrar la energía en un solo núcleo, después se utiliza

el agua ardiente para dotar al cuerpo la energía que se concentra en esta bebida puesto que contiene la esencia de las plantas y finalmente la persona debe beber agua para culminar con la purificación del alma y del espíritu sanado de esta manera el cuerpo.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 19: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Usos Medicinales de la Flora

¿Sabías que las plantas de tu sector, se las puede usar como medicina?

Matico. Eficaz para la inflamación de las vías urinarias (un mal muy común en las mujeres)



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 20: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua



Wikundo. Se debe realizar una infusión y con esto tomar un baño, para eliminar malestares; es decir purificar el espíritu y alma.

Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

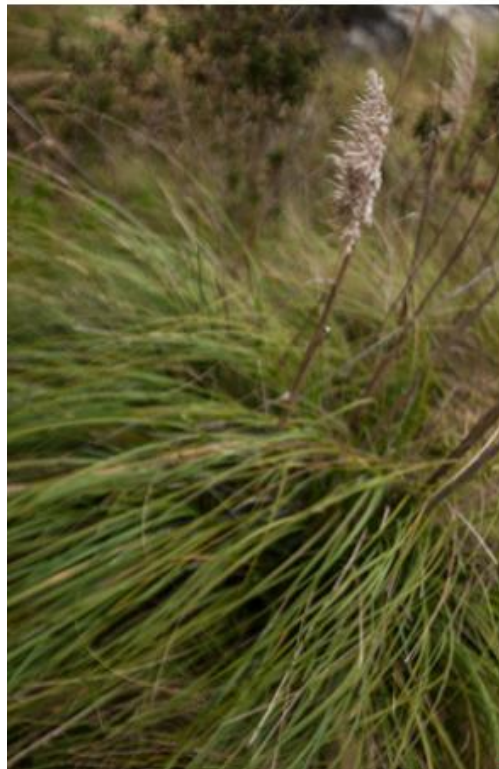
Imagen 21: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Chilca. Sus hojas poseen propiedades curativas, se las debe aplicar como paños para eliminar el frío interno.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 22: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua



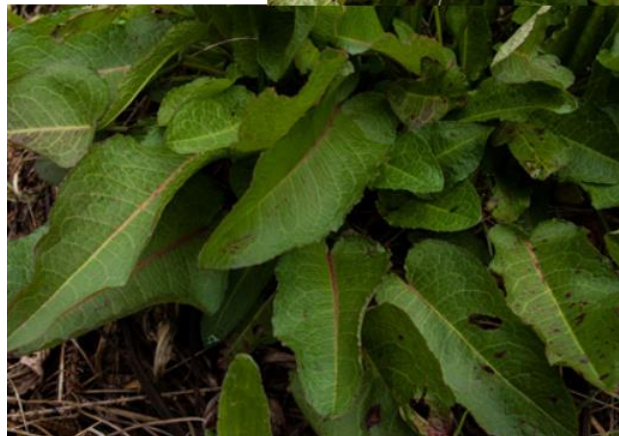
Sigse. Es ideal para preparar un té y así combatir la fiebre



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 23: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Lengua de vaca. Esta planta es importante para eliminar el frío interno y desinflamar la hinchazón de algún golpe.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

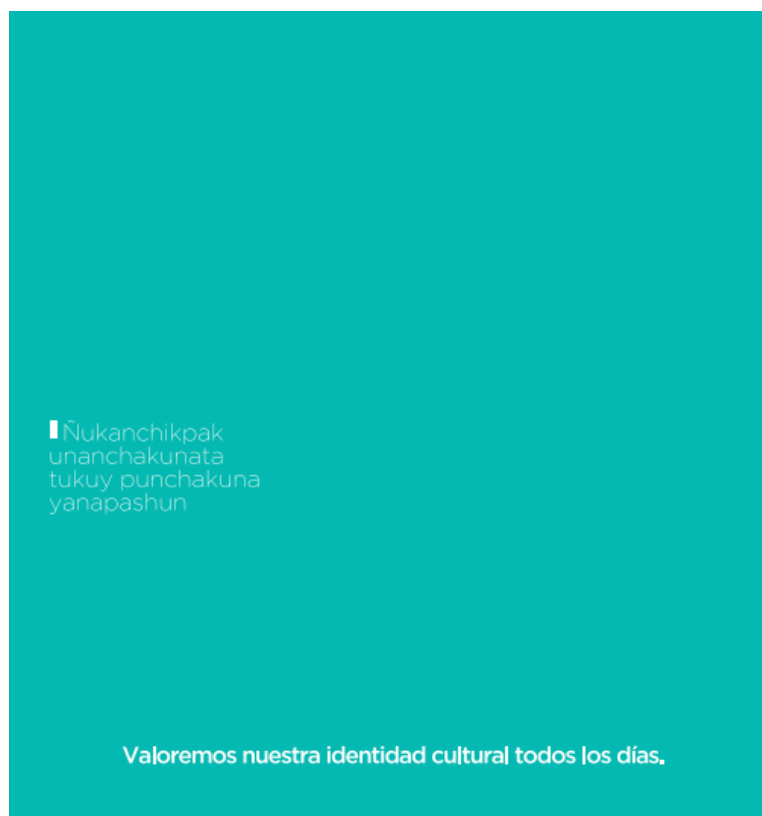
Imagen 24: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua

Ñachik. Se debe preparar un té y eliminar malestares cardiacos.



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

Imagen 25: Actividades productivas de la Comunidad Jatun Juigua



Elaborado por: SANDOVAL, Ivette (2017)

ANEXOS



Tema de investigación: La actividad turística en el autoestima comunitaria: Experiencia del caso Jatun Juigua, cantón Pujilí.

Objetivo: Identificar la relación que existe entre la comunidad Jatun Juigua y el sentido de pertenencia con los rasgos culturales.

Ficha de observación	
Tema: Sentido de pertenencia en los rasgos culturales.	
Lugar: Comunidad Jatun Juigua	Nombre del investigador: Sandra Ivette Sandoval Jiménez
Nº de participantes: 4	Fecha: 28 Octubre 2017
Rasgo cultural	Registro de la observación
Vestimenta	<p>En el caso del atuendo del hombre sus prendas son: un pantalón de tela (los colores varían en tonalidades oscuras), un sombrero negro, una camisa (cualquier color) o camiseta, una bufanda (cualquier color) y zapatos negros. Este lo usan las personas adultas, los jóvenes optan por usar ropa común.</p> <p>Las mujeres por su parte usan faldas negras con bordados en los filos de la misma (los bordados varían), blusas o camisetas, sacos de lana (cualquier color), chales (cualquier color), sombrero café o negro, medias blancas y zapatos negros. Este atuendo lo usan todas las mujeres adultas y jóvenes. Cabe recalcar que en ocasiones combinan sus prendas tradicionales con ropa común, esto es en los sacos y las blusas.</p>
Idioma	<p>Respecto al idioma, existe una combinación del castellano y el kichwa. Siendo el castellano el idioma que prevalece al momento de expresarse, el idioma kichwa lo utilizan solo para ciertas palabras, y para comunicarse con los ancianos.</p> <p>Esto indica que el idioma kichwa se está perdiendo en su comunicación cotidiana.</p>
Creencias	Con respecto a las creencias religiosas se catalogan como católicas.
Sitios sagrados	En este caso no poseen sitios sagrados. Pero consideran que es importante respetar y proteger la naturaleza.
Tradición	<p>Entre las tradiciones la más importante para ellos es la Minga, entre otras poseen el construir chaquiwasi (casa de paja) y parcelas en los terrenos cuando realizan sembríos.</p> <p>En cuanto a tradiciones religiosas se apegan a la católica como es el caso del día de los difuntos, semana santa y navidad.</p>
Convivencia	La convivencia es muy buena entre los habitantes debido a que el compañerismo, la colaboración y la comunicación son bastante efectivos entre ellos.



	Incluso comparten e intercambian los productos que cosechan.
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none">- El uso del sombrero es obligatorio.- Combinar ropa común con la tradicional esta permitido.- El matrimonio debe respetar el protocolo establecido por la comunidad, este consiste en que el hombre debe ir un día antes de la ceremonia a la casa de la prometida con el "medio" (se refiere a la comida y son 25 variedades de platos); después de entregar el medio, los padres de la prometida le dicen al prometido que se la lleve con él y al día siguiente se celebra la ceremonia bajo el protocolo católico.
Alimentación	Para alimentarse utilizan los productos que ellos cosechan y los animales que crían (ej. conejo, cuy). La preparación la hacen en cocina de leña y en piedras volcánicas (ej. freir trucha).



La información proporcionada, únicamente se utilizará con fines investigativos, garantizando su confidencialidad.

Objetivo: Determinar el impacto de la actividad turística en el autoestima comunitaria de la comunidad Jatun Juigua, cantón Pujilí.

Datos generales del participante:

Edad: Sexo: Hombre Mujer

Profesión:

Tiempo de participación en la actividad turística:

Ingreso económico mensual por la actividad turística:

Instrucción: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una "X" el ítem de respuesta que usted considere adecuado.

1. ¿Señale cómo se siente Ud. al recibir visitantes en su comunidad?

Herido, lastimado, abandonado	
Perdida de la libertad de actuar acorde a sus creencias culturales y personales	
Preocupado por recibir discriminación	
Preocupado por involucrar su familia y amigos en la actividad turística	
Preocupado por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural	

2. Indique que rasgo cultural considera Ud. debe mostrar al visitante, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.

Rasgo cultural	5	4	3	2	1
Idioma					
Vestimenta					
Creencias					
Gastronomía					
Leyendas					
Costumbres					
Conocimiento					

Si su respuesta está dentro de (1-2); explique ¿Por qué?.....

.....



3. En qué nivel cree Ud. que la relación entre los miembros de su familia ha cambiado.
 Alto Medio Bajo Ninguno
4. En qué nivel Ud. se siente satisfecho con los cambios personales en la prestación de servicios turísticos.
 Alto Medio Bajo Ninguno
5. En qué porcentaje considera Ud. que ha impactado la actividad turística en su posición ideológica y/o política.
 0% - 50% 50% - 75% 75% - 100%
6. Los cambios materiales, personales, ideológicos que genera la implementación de actividad turística a la identidad cultural de la comunidad le ha:
 Fortalecido debilitado mantiene igual
7. ¿Cómo califica la percepción de la influencia externa a su ideología?
 Alto medio bajo Ninguno
8. ¿Cómo calificaría a su comunidad en el aspecto organizativo?
 Organizado Medianamente organizado Desorganizado
9. Cuáles son los principales beneficios que Ud. está logrando con el proyecto turístico, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante

Beneficios	5	4	3	2	1
Mejora en la economía familiar					
Crecimiento o desarrollo personal y laboral					
Familiarizar sus rasgos culturales					
Creación de puestos de empleo para los miembros de su comunidad					
Fortalecimiento en la relación interna de la comunidad					



10. Indique qué actividad considera Ud. que ayudaría al fortalecimiento de la identidad cultural en su comunidad, según su criterio del 5 al 1, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.

Actividad	5	4	3	2	1
Participación en ferias culturales					
Festivales culturales					
Degustación de comida típica					
Compendio sobre los usos medicinales de las plantas nativas					
Compendio sobre la interpretación del valor simbólico de su vestimenta					
Recuperación del idioma ancestral					
Compendio arquitectónico y sitios sagrados					
Agricultura tradicional					

11. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas que ofertan considera Ud. fortalecen sus rasgos culturales?

Actividad	
Caminatas naturales	
Degustación de comida típica	
Interpretación de flora	
Pesca	
Interpretación de la agricultura tradicional	
Festividades de la comunidad	

12. ¿Cómo evalúa Ud. la actividad turística de la comunidad?

Muy buena Buena
Mala Muy mala



13. ¿Qué actividad turística Ud. considera debería ser implementada en su comunidad para mejorar el desarrollo turístico en la misma?

.....
.....

Agradecemos su colaboración y honestidad.

REVISADO
Ing. Patricio Asadobay

Ing. Patricio Asadobay
Técnico de Turismo

Ing. Diego Melo
Docente de la Carrera de Turismo y Hotelería

Mg. Johanna Monge
Docente de la Carrera de Turismo y Hotelería

BIBLIOGRAFÍA

- Ardila, R. (Mayo de 2017). *fido.palermo.edu*. Obtenido de fido.palermo.edu: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=4115
- Arévalo, J. (20 de Septiembre de 2004). *www.dip-badajoz.es*. Obtenido de [www.dip-badajoz.es](http://www.dip-badajoz.es/cultura/ceex/reex_digital/reex_LX/2004/T.%20LX%20n.%203%202004%20sept.-dic/RV000002.pdf): http://www.dip-badajoz.es/cultura/ceex/reex_digital/reex_LX/2004/T.%20LX%20n.%203%202004%20sept.-dic/RV000002.pdf
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas. Obtenido de http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf
- Chicaiza, J. (Enero de 2016). *flacsoandes.edu.ec*. Obtenido de flacsoandes.edu.ec: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8909/8/TFLACSO-2016JACL.pdf>
- Covarrubias, R. (2015). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- De la Colina, J. (2009). *ucipfg.com*. Obtenido de ucipfg.com: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- De la Torre, O. (1992). *El turismo. Fenomeno Social*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Ferrer, B., & Muñoz, L. e. (Diciembre de 2011). Implicación y participación comunitarias y ajuste psicosocial en adolescentes. *Psicología y Salud*, 10.
- García, A. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar>. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1): http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Garrigue, O. (Junio de 2010). *repositorio.flacsoandes.edu.ec*. Obtenido de repositorio.flacsoandes.edu.ec: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/2611#.Wq7v9uhubIU>
- HORA, L. (Septiembre de 2015). *lahora.com.ec*. Obtenido de lahora.com.ec: <https://lahora.com.ec/noticia/1101859627/noticia>
- Informador, E. (Junio de 2013). *elinformador.com*. Obtenido de [elinformador.com](http://www.elinformador.com.co): <http://www.elinformador.com.co/index.php/component/content/article/57008-autoestima-colectiva-o-identidad-social>
- inocar.mil.ec*. (20 de 10 de 2008). Obtenido de [inocar.mil.ec](http://www.inocar.mil.ec): http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf

- Kohl, J. (2014). Alcanzar la propia identidad y la autoestima. *Interpretation Journal (AHÍ)*, 19(1), 15-19.
- Lyons, E. (1996). Coping with social change: Processes of social memory in the reconstruction of identities. En G. Breakwell, & E. Lyons, *Changing European Identities: Social Psychological Analyses of Social Change* (págs. 31-39). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mahieu, G. e. (Marzo de 2015). Obtenido de <http://190.104.117.163/a2015/marzo/Patrimonio%20Cultural/contenido/po-nencias/Olga%20Joya/Conceptos%20comunidad%20local.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011). *invest.ecuador.travel*. Obtenido de [invest.ecuador.travel: http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf](http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf)
- Ministerio del Interior. (2017). *public.tableau.com*. Obtenido de [public.tableau.com: https://public.tableau.com/profile/cifras.turismo.gob.ec#!/vizhome/Entrada-sySalidasInternacionales/EntradasySalidasInternacionales](https://public.tableau.com/profile/cifras.turismo.gob.ec#!/vizhome/Entrada-sySalidasInternacionales/EntradasySalidasInternacionales)
- MINTUR, C. G. (15 de Septiembre de 2017). *public.tableau.com*. Obtenido de [public.tableau.com: https://public.tableau.com/profile/cifras.turismo.gob.ec#!/vizhome/BoletnMensual2016-2017/BoletnMensual2016-2017](https://public.tableau.com/profile/cifras.turismo.gob.ec#!/vizhome/BoletnMensual2016-2017/BoletnMensual2016-2017)
- Molano, L. (Mayo de 2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*(7), 69-84. Obtenido de [redalyc.org: http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf)
- Montero, M. (2004). *Introducción a la Psicología Comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. Buenos Aires: Paidós.
- Monterrubio, J. (2009). *www.redalyc.org*. Obtenido de [www.redalyc.org: http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=223314808005](http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=223314808005)
- Morales, H. (2006). Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(2), 249-264. Obtenido de www.redalyc.org/articulo.oa?id=62310205
- Moura, J., & Rebouças, F. (2014). Intervención comunitaria con mujeres a partir de la actuación en Red en Psicología Comunitaria: Una experiencia en una comunidad de Brasil. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 13(2), 133-143. doi:10.5027/PSICOPERSPECTIVAS-VOL13-ISSUE2FULLTEXT-419
- Moya, C. (2004). Creencia, significado y escepticismo. *Ideas y Valores*, 23-47.
- Nerea, L., & Molero, D. (10 de Julio de 2013). REVISIÓN TEÓRICA SOBRE EL AUTOCONCEPTO Y SU IMPORTANCIA EN LA ADOLESCENCIA. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, 43-64. Obtenido de

<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/reid/article/viewFile/991/818>

- OMT. (2007). *media.unwto.org*. Obtenido de [media.unwto.org](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico):
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo. (2012). *http://www.utntyh.com*. (A. Sancho, Ed.) Obtenido de <http://www.utntyh.com>: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Palencia, E. (2006). *rua.ua.es*. Obtenido de rua.ua.es:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/761/1/tesis_doctoral_esperanza_palencia.pdf
- Portugal, N. (2016). *nelsonportugal.com*. Obtenido de [nelsonportugal.com](https://www.nelsonportugal.com):
<https://www.nelsonportugal.com/wp-content/uploads/2016/11/Autoconfianza.pdf>
- Profesional, e. (19 de Marzo de 2010). *lexis.com.ec*. Obtenido de [lexis.com.ec](http://www.turismo.gob.ec):
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Rottenbacher, J. M. (2009). Identidad nacional y la valoración de la historia en una muestra de profesores de escuelas públicas de lima metropolitana. *Liberabit*, 75-82. Obtenido de [scielo.org](http://www.scielo.org):
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272009000200002
- Rottenbacher, J., & Espinosa, A. (2010). Identidad nacional y memoria histórica colectiva en el Perú. *Revista de Psicología*, 28(1), 147-174.
- Salazar, D., & Uriegas, M. (2006). *Autoestima desde un enfoque humanista: Diseño y aplicación de un programa de Intervención*. Mexico. Obtenido de <http://200.23.113.51/pdf/23181.pdf>
- Sanchez, E. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. En E. Sanchez, *Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad* (Vol. XV, pág. 252). Murcia, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. Obtenido de http://www.um.es/analesps/v15/v15_2pdf/11v98_08aut.PDF
- Sancho, A. (Julio de 2008). *UNWTOeLIBRARY*. Obtenido de UNWTOeLIBRARY: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>
- Santafé, V. (Marzo de 2012). *flacsoandes.edu.ec*. Obtenido de [flacsoandes.edu.ec](http://repositorio.flacsoandes.edu.ec):
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5846/2/TFLACSO-2012VTST.pdf>
- SECTUR. (2017). *datatur*. Obtenido de [datatur](http://www.datatur.sectur.gob.mx):
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

- SEGITTUR. (s.f.). *segittur.es*. Obtenido de segittur.es:
<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- SERNATUR . (2008). *fedetur.org*. Obtenido de fedetur.org:
http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Sernatur, S. N. (Diciembre de 2016). *sernatur.cl*. Obtenido de sernatur.cl:
https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2017/05/Manual_Disen%CC%83o_Experiencias_Turisticas_FINAL.pdf
- Teso, M. (2007). Cuadernos de Lengua Española. En M. Teso, *Teso, Martín* (págs. 15-16). Madrid: Arco Libros, S.L.
- Tinoco, O. (Agosto de 2003). Los Impactos del Turismo en el Perú. *Produccion y Gestión*, 6, 47-60. Obtenido de
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/viewFile/5982/5179>
- Troya, M. F. (2016). Por una “iconología” de la memoria y su aplicación al trabajo etnográfico. *Revista Ecuador Debate*(99), 43-58. Obtenido de flacsoandes.edu.ec:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/12220/1/REXTN-ED99-05-Troya.pdf>
- Turismo, M. d. (29 de Diciembre de 2014). *turismo.gob.ec*. Obtenido de turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- UCLM. (04 de Noviembre de 2008). Obtenido de previa.uclm.es:
<https://previa.uclm.es/actividades0809/seminarios/turismoMA/docs/materiales/TyMA%20Javier.pdf>
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2013). *datateca.unad.edu.co*. Obtenido de datateca.unad.edu.co:
http://datateca.unad.edu.co/contenidos/90016/2013_2/Lecturas_de_referencia_Lecciones/Leccion_Evaluativa_Unidad_2/psicologa_comunitaria.html
- UNWTO. (2016). *media.unwto.org*. Obtenido de media.unwto.org:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

ARTÍCULO ACADÉMICO

La actividad turística en el autoestima comunitaria: Experiencia del caso Jatun Juigua, cantón Pujilí.

Sandoval Jiménez Sandra Ivette

Universidad Técnica de Ambato
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

Resumen

Las comunidades indígenas por lo general se ubican geográficamente en ecosistemas de paramo, donde el sitio es privilegiado por estar rodeado de naturaleza que muchas veces se mantiene en su estado puro, resulta una gran oportunidad para el habitante aprovechar los recursos tanto naturales como culturales, es así que la comunidad indígena Jatun Juigua al conservar latentes las tradiciones ancestrales, costumbres, ritos, idioma, vestimenta y la forma de comercialización; debe, fortalecer su seguridad, sentido pertenencia y participación en la actividad, para de este modo elevar su autoestima comunitaria evitando de esta manera una posible aculturación, y así adoptar la actividad turística, desarrollarla correctamente para conservar el ambiente, la cultura y revalorar su identidad cultural. Los habitantes de la comunidad Jatun Juigua involucrados en la actividad turística fueron quienes proporcionaron la información necesaria participando en los instrumentos de recolección de información como fue la entrevista y la encuesta.

Palabras clave: Actividad turística, autoestima comunitaria, identidad cultural, sentido de pertenencia, participación.

Abstract

Indigenous communities are usually located geographically in paramo ecosystems, where the site is privileged because it is surrounded by nature that is often kept in its pure state, it is a great opportunity for the inhabitant to take advantage of both natural and cultural resources. so the Jatun Juigua indigenous community to preserve latent ancestral traditions, customs, rituals, language, clothing and the way of marketing; must, strengthen their security, sense of belonging and participation in the activity, in order to raise their community self-esteem thus avoiding a possible acculturation, and thus adopt the tourist activity, develop it correctly to conserve the environment, culture and revalue their identity cultural. The inhabitants of the Jatun Juigua community involved in the tourism activity were the ones who provided the necessary information by participating in the information gathering instruments such as the interview and the survey.

Keywords: Tourist activity, community self-esteem, cultural identity, sense of belonging, participation.

Introducción

La actividad turística es desarrollada en cualquier parte y por cualquier persona que desee compartir algo con un ajeno, con el fin de otorgar vivencia y por ende recibir un beneficio económico por dicha prestación. Es así que las comunidades indígenas han adoptado esta actividad como una alternativa para mejorar su bienestar, los involucrados deben conocer correctamente lo que esto involucra, puesto que el Ecuador al identificarse con el logo *Ecuador ama la vida*, desea aportar a la consolidación del concepto Turismo Consciente, fundamentado en los valores de paz, amistad, respeto y amor a la vida (Ministerio de Turismo, 2011).

En una comunidad indígena la forma de vida es totalmente diferente a la comúnmente conocida, dado que lo comunitario incluye el rol activo de la comunidad es decir su participación puesto que cada miembro no sólo se lo percibe como invitado, o como espectador aceptado o receptor de beneficios, sino como agente activo con voz, voto y veto (Montero, 2004).

El autoestima de una comunidad, su orgullo, e incluso su potencial de mercado dependen del significado que su comunidad, tanto desde dentro como desde fuera, otorga a ese lugar (Kohl, 2014), entonces es ese significado el que importa y el cual debe ser fortalecido para que la actividad turística no genere cambios bruscos a su forma de vida, ideología y comportamiento como habitante de esa comunidad. El turismo dentro de una comunidad indígena tiene el propósito de motivar el cuidado tanto de los recursos culturales como naturales conservando la riqueza de los pueblos en el presente, para así dejarlos como legado a las generaciones futuras.

La comunidad donde se realiza la investigación lleva el nombre de Jatun Juigua, la misma que aún posee latente su cultura, y por dicha razón en este lugar de intervención se deberá analizar las fortalezas de los recursos naturales y culturales y evaluar el nivel de autoestima comunitaria de los habitantes de la comunidad en base al factor sociocultural de la actividad turística.

Actividad turística

La estancia, la movilidad y el gasto de consumo efectuado por el turista o excursionista en un producto o en servicios específicos del turismo, determina a esta actividad como turística es así como (García, 2012), lo afirma dado que para que lleve esta consideración es necesario que exista el desplazamiento fuera de su entorno habitual ya sea por negocios, recreación, descanso, cultura, salud (De la Torre, 1992) o cualquier motivo que lo haga regresar, puesto que la frecuencia y la cantidad de personas que visiten ese sitio lo determina como turístico, a la comunidad Jatun Juigua principalmente la visitan por su piscina de agua termal, debido a que este tipo de agua posee propiedades curativas.

La comunidad posee recursos tanto naturales como culturales, estos conjuntamente con los servicios y los equipamientos son elementos que forman el producto turístico, es así como (García, 2012) lo manifiesta debido a que estos también son motivos que incentivan el viaje, dado que si un recurso es famoso en el proceso de su adquisición intervienen otros componentes que satisfacen el deseo del turista, como el transporte. Es por esto que la comunidad Jatun Juigua aprovecha sus recursos para hacerlos parte de su oferta, y donde las actividades ofertadas están relacionadas principalmente con la salud debido a que su principal atractivo es la piscina de agua termal, en lo referente al bienestar espiritual el rito de curación o sanación también se lo puede experimentar.

Brevemente se ha mencionado algunos ejemplos de lo que oferta la comunidad y a menudo los residentes no pueden percibir todo el valor de su territorio o de su historia, porque nunca han compartido sus ideas con las de los demás miembros de la comunidad en un diálogo facilitado y basado en el consenso (Kohl, 2014), entonces es en este punto donde buscar el fortalecimiento de su identidad como individuo y luego como parte de un grupo es necesario para evitar una posible aculturación, en personas jóvenes puesto que son ellas las más vulnerables a adoptar comportamientos ajenos a los propios.

Autoconcepto y Autoconfianza

Por lo mencionado anteriormente, el autoconcepto y la autoconfianza son pilares básicos para aportar al conocimiento del *valor de su identidad*, el autoconcepto se resume en un conjunto de ideas, pensamientos o percepciones que la persona tiene de sí misma en cualquier aspecto de la vida basadas en las experiencias con los demás y en las atribuciones que la persona hace de su propia conducta (Nerea & Molero, 2013); por su parte la autoconfianza permite al individuo sentir y creer, ser capaz de realizar esto o aquello (Portugal, 2016).

Identidad cultural

La identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social el cual se lo recrea individual y colectivamente (Molano, 2007), y este sentido de pertenencia comprende el sentimiento de ser miembro del grupo y de cómo funcionan las personas como miembro de aquel grupo social determinado, entonces si la pertenencia posee un nivel alto, se verá reflejada en la participación, la cual será voluntaria.

Es por ello que un aspecto muy importante para el proceso de transformación social, es el rescate de la identidad cultural de una población puesto que tiene la capacidad de reconocer sus raíces y a sí misma dentro un proceso histórico (Moura & Rebouças, 2014), y la memoria colectiva es una buena forma para contribuir al mencionado rescate cultural.

Dentro de esta transformación el ámbito social y cultural tienen una fuerte conexión, dado que la cultura es parte de la sociedad, por ello (Tinoco, 2003), señala algunos impactos generados por la adopción del turismo como es la mejora del nivel del conocimiento de lo autóctono en el aspecto cultural y social para ofertarlo al turista, el rescate del patrimonio y el incremento del número de personas que aprenden otros idiomas. Entonces conservar los rasgos culturales es indispensable para el adecuado desarrollo del turismo, debido a que a la cultura de los pueblos ofertantes está inmersa en la oferta y muchas veces estos recursos culturales son la razón de ser de la actividad turística.

Memoria colectiva

En relación a la memoria colectiva (Rottenbacher J. M., 2009), dice que la valoración de la historia puede ser definida como el componente afectivo que está vinculado a la recordación de los hechos del pasado. El autor resalta la afectividad como la parte esencial de la memoria colectiva, puesto que se conoce el origen y simbolismo de cierto rasgo, esta acción contribuye a la valoración de la cultura y por ende incentiva a la conservación de la misma en el tiempo y espacio; siempre y cuando este valor sea positivo.

Por esta razón, la imagen es una de las mejores opciones para contribuir a la memoria colectiva dado que tiene la capacidad de contar historias y una facultad para transmitir mensajes (Ardila, 2017), la misma se puede representar mediante la fotografía, porque al capturar un acto y plasmarlo en una fotografía, el sentido visual percibe la composición de la misma, con esto me refiero a colores, formas, entre otros elementos presentes en ella, por lo que la mente puede recrear el momento para generar en el *ser* cualquier estado de ánimo, incluso despertar un interés por ser parte de la situación percibida al observar dichas fotografías.

Metodología

La presente investigación mantiene un enfoque cualitativo puesto que denotará características naturales o adquiridas que distinguen a los actores directos de la actividad turística en la comunidad Jatun Juigua. Es por esta razón que las cualidades de los participantes son significativas para tener un panorama más claro de la realidad cualitativa de la comunidad.

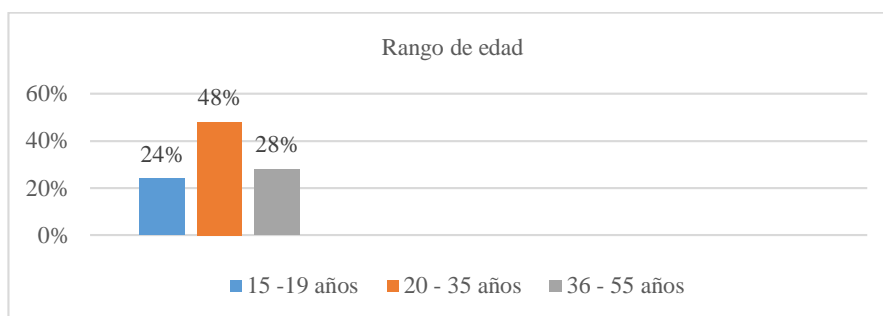
Además, la investigación también tendrá un enfoque cuantitativo, con el objeto de obtener datos numéricos de los resultados arrojados por medio de los instrumentos utilizados en la comunidad Jatun Juigua en la relación de las variables, lo que permitirá contar con datos estadísticos claros y precisos, lo cual apoyará al cumplimiento de los objetivos que la investigación persigue.

El tema de investigación fue realizado en la comunidad Jatun Juigua, donde se realizó el respectivo estudio in situ, mediante instrumentos técnicos como es la encuesta y la ficha de observación. Para de este modo conocer la situación actual de la comunidad.

Para el trabajo de investigación el universo de investigación son los habitantes de la comunidad Jatun Juigua, quienes están involucrados en el desarrollo de la actividad turística dentro de la misma, y son parte de la población económicamente activa del sector, el número de actores directos de la actividad turística son 25 personas, 18 de ellas son socios y 7 son voluntarios, por ser un universo pequeño se trabajó con el total del número de personas mencionado sin necesidad de aplicar una estadística muestral.

Siendo así, con el instrumento encuesta se obtuvo el siguiente rango de edad de los involucrados:

Gráfico 20: Rango de edad de los participantes



Donde los resultados arrojan que existe mayor número de personas de entre 20 y 35 años de edad, pero las personas jóvenes de entre 15 a 19 años y adultos de entre 36 a 55 años tienen un porcentaje similar, lo cual muestra que existe inclusión de edad en la actividad turística y por ende el interés por participar en la misma se da desde los jóvenes hasta los adultos mayores.

Continuando con los datos que en el estudio se recolectó, la siguiente información se refiere al tipo de profesión u ocupación que los habitantes involucrados en la actividad turística realizan como empleo fijo, los datos son los siguientes:

Tabla 20: Profesión de los participantes

Datos Generales		
Profesión	Nº encuestados	Porcentaje
Agricultor	5	20%
Empleado	2	8%
Electricista	2	8%
Estudiante	13	52%
Guardia de seguridad	1	4%
Tecnólogo	1	4%
Consejero de MAG	1	4%
Total	25	100%

Los datos obtenidos muestran que los individuos de la comunidad Jatun Juigua actores activos del turismo, en un 52% son estudiantes, y un 20% agricultores, lo cual indica que a más de ser jóvenes tienen una visión emprendedora y que perciben al turismo como una actividad de gran desarrollo y crecimiento personal.

Resultados

Para la obtención de resultados que se mostrara en el presente artículo académico se aplicó una encuesta conformada por trece preguntas, enfocadas a los objetivos del proyecto de investigación donde el objetivo general que persigue la misma es determinar la incidencia de la actividad turística en el autoestima comunitaria de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí; para ello la encuesta fue un instrumento necesario para obtener resultados verídicos los mismos que aportaron considerablemente a la investigación.

La primera pregunta planteada tuvo el propósito de conocer la percepción de los actores o anfitriones ante la visita de personas ajenas a su entorno, esta pregunta posee cinco opciones de respuesta, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 21: Pregunta 1

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Señale cómo se siente Ud. al recibir visitantes en su comunidad?	Herido, lastimado, abandonado	1	4%
	Perdida de la libertad de actuar acorde a sus creencias culturales y personales	4	16%
	Preocupado por recibir discriminación	5	20%
	Preocupado por involucrar su familia y amigos en la actividad turística	2	8%
	Preocupado por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural	23	92%

La pregunta planteada en la encuesta indica que existe una gran preocupación por parte de los actores activos, por la influencia de otras culturas que provoquen el cambio de su identidad cultural, en recibir discriminación cuando reciben visitantes en su comunidad, y si bien los impactos socioculturales son numerosos y variados, la mayoría de ellos pueden ser ordenados en un sistema amplio de naturaleza interpersonal (Morales, 2006), por ello al ser un anfitrión con una cultura diferente, debe tener claro que la cultura está inmersa en la oferta turística, entonces la preocupación por no recibir una buena aceptación hacia sus rasgos culturales es evidente, según los resultados obtenidos.

Como bien se ha mencionado la participación en la actividad turística es un aspecto nuevo para la vida cotidiana de las personas, por lo tanto, dentro de las familias es un también un tema nuevo de dialogo y por eso es necesario conocer si su relación familiar ha cambiado; la siguiente pregunta tiene como finalidad evaluar ese nivel de cambio.

Tabla 22: Pregunta 3

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En qué nivel cree Ud. que la relación entre los miembros de su familia ha cambiado.	Alto	4	16%
	Medio	19	76%
	Bajo	0	0%
	Ninguno	2	8%

Donde las personas señalan que la influencia de la actividad turística dentro de la relación entre los miembros de sus familias ha cambiado en un nivel medio y alto, dado que, al participar de la misma, la comunicación y la responsabilidad por un trabajo extra ha generado que compartan mayor tiempo juntos especialmente los fines de semana que se dedican a brindar el servicio turístico; mostrando así que la relación interfamiliar se fortalece.

La posición ideológica y/o política de la comunidad también sufre cambios por la implementación del turismo a sus labores, por ende, se preguntó el cambio generado en porcentajes de 0%-50%; 50%-75% y de 75%-100%.

Tabla 23: Pregunta 5

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En qué porcentaje considera Ud. que ha impactado la actividad turística en su posición ideológica y/o política.	0% - 50%	2	8%
	50% - 75%	20	80%
	75% - 100%	3	12%

Por lo tanto, el rango de porcentaje del 50% al 75% fue el de más marcado, este pertenece a un cambio medio esto ocurre porque el turismo motiva a valorar y amar tanto su cultura como su entorno, la comunidad Jatun Juigua al ubicarse en un ecosistema de paramo posee una riqueza en su biodiversidad; por lo que las personas que participan del turismo han adoptado una perspectiva consciente respecto al cuidado y conservación de los recursos naturales y culturales de su entorno, esto sucede gracias a que las culturas tienen implícita una predisposición al diálogo y los acuerdos (Santafé, 2012).

Por otro lado, la organización dentro de una comunidad indígena es aún más indispensable debido a que la toma de decisiones se las hace mediante asambleas, donde cada miembro tiene voz y voto, por ello a la siguiente pregunta se la plantea de aquella forma porque conocer el aspecto organizativo es importante.

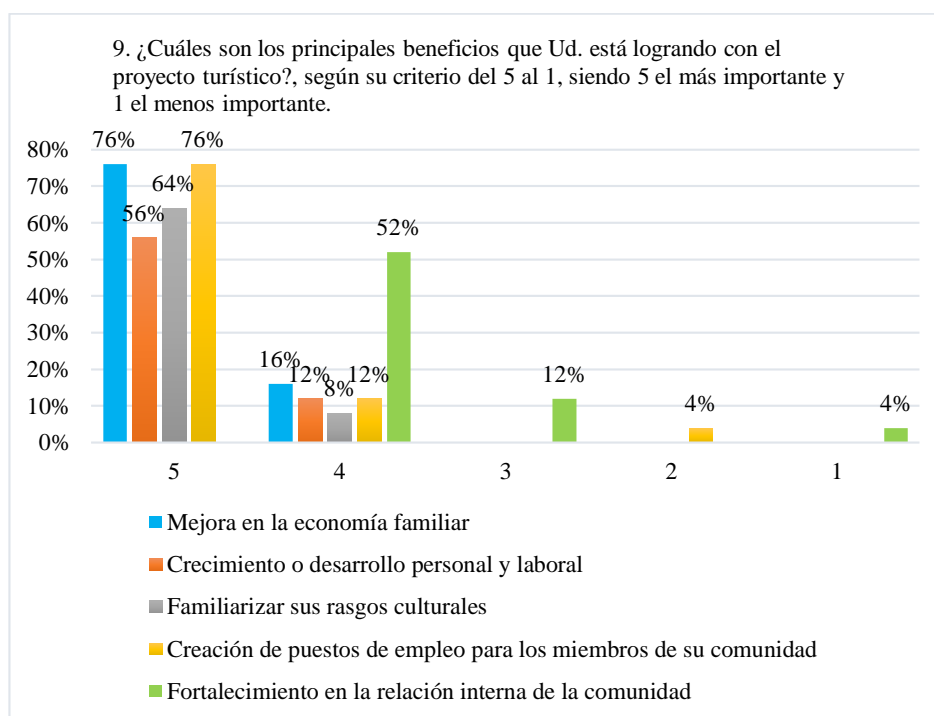
Tabla 24: Pregunta 8

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cómo calificaría a su comunidad en el aspecto organizativo?	Organizado	19	76%
	Medianamente organizado	6	24%
	Desorganizado	0	0%

Entonces, las personas que calificaron el aspecto organizativo de la comunidad Jatun Juigua como medianamente organizado, consideran que es porque aún existe desconocimiento en la actividad turística; pero en general un número alto de personas indicó que es organizado debido a que tienen varias actividades fuera del turismo, donde la organización social, en el ritmo de la vida social, en la división del trabajo, en el tipo de ocupación y la distribución del poder es respetado por los dirigentes de la comunidad dado que los roles asignados están acordes a sus aptitudes (Morales, 2006).

Ahora bien, la actividad turística trae consigo muchos beneficios en el ámbito personal, de cada miembro, dado que cada uno lo percibe, adopta y trabaja de distinta manera, por esto la pregunta que se menciona a continuación tiene la intención de recolectar los beneficios más importantes que el turismo les ha otorgado en el tiempo que lo han estado desarrollando.

Gráfico 21: Pregunta 9



De acuerdo a los resultados obtenidos los beneficios más importantes que las personas involucradas en la actividad turística han logrado son la mejora en la economía familiar, la creación de puestos de empleo para los miembros de su hogar, familiarizar sus rasgos culturales y el crecimiento o desarrollo personal y laboral. Con esto se evidencia que los objetivos dentro del proyecto turístico que la comunidad persigue se están cumpliendo puesto que para ellos la creación de puestos de empleo es lo más importante debido a que no desean que los habitantes de la comunidad Jatun Juigua migren a la ciudad.

Como bien se conoce que familiarizar los rasgos culturales es un beneficio visible en la comunidad Jatun Juigua, indagar en cuáles son las actividades turísticas que consideran fortalecen estos rasgos, es necesario para solidificar dichas actividades y así evitar un cambio negativo en los rasgos mostrados y compartidos con el visitante.

Tabla 25: Pregunta 11

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas que ofertan considera Ud. fortalecen a sus rasgos culturales?	Caminatas naturales	25	100%
	Degustación de comida típica	24	96%
	Interpretación de flora	24	96%
	Pesca	22	88%
	Interpretación de la agricultura tradicional	19	76%
	Festividades de la comunidad	21	84%

Los participantes en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua indican que las caminatas naturales, la degustación de la comida típica y la interpretación de la flora son las tres actividades turísticas más importantes dentro de su oferta turística que fortalecen sus rasgos culturales, dado que en la explicación se puede usar términos en su idioma nativo como es el kichwa, en la parte de la gastronomía se utilizan productos del sitio y las técnicas de preparación serían ese valor agregado al producto.

Para culminar con los resultados obtenidos retener la evaluación conjunta de los habitantes hacia la actividad turística que se está desarrollando en la misma es vital para los objetivos que persigue la investigación es por ello que la pregunta se planteó de la siguiente manera:

Tabla 26: Pregunta 12

Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
¿Cómo evalúa Ud. la actividad turística de la comunidad?	Muy buena	18	72%
	Buena	7	28%
	Mala	0	0%
	Muy mala	0	0%

Donde en general se puede observar que la actividad turística se viene desarrollando muy bien en la comunidad, esto gracias a la participación de todos los involucrados, al aporte de ideas que cada uno, a la buena organización de la comunidad en la distribución de roles, a la utilización de las redes sociales como canales de difusión, por lo que el autoestima comunitaria se ve fortalecida y esto se puede evidenciar en los beneficios antes mencionados que son latentes en los actores activos

Discusión

En este punto es necesario mencionar que el termino cultura es el aspecto principal de investigación, porque en el sentido de pertenencia que los habitantes poseen sobre los elementos que conforman la cultura se puede percibir el nivel de autoestima comunitaria, dado que si este nivel es alto la conservación de su identidad cultural será observada en sus futuros comportamientos, y en este caso de investigación denota que el turismo contribuye positivamente a la revalorización de los rasgos culturales mostrando así que el fin del turismo no es conducir a la destrucción de las culturas locales, sino más bien al fortalecimiento y

valorización de los diferentes aspectos culturales, así como también al respeto de nuevas formas y comportamientos culturales (Santafé, 2012).

En el Ecuador la adopción de la actividad turística en espacios donde las personas viven alejadas de la ciudad las ejercen comunidades indígenas y afrodescendientes, como un medio de autogestión y conservación de un territorio que por su posesión ancestral lo reconocen como propio (Santafé, 2012), por ello la comunidad Jatun Juigua, al contar con rasgos culturales latentes y un medio natural con potencial turístico decidió emprender en este sector terciario como lo es el turismo, tomando en cuenta que el compartir su identidad y cultura con ajenos es parte de la oferta; por lo que un sujeto individual y colectivo puede obtener un sentido de pertenencia común a través del reconocimiento de una identidad que se genera cuando el dialogo entre los miembros se solidifica.

Y como se ha citado anteriormente la cultura, la identidad y la naturaleza son parte de la oferta entonces hay que tomar en cuenta que cada miembro como toda persona es un mundo diferente, entonces ejecutar la actividad turística como (Chicaiza, 2016) lo menciona permite un análisis complejo de la realidad social, que son, cómo son, cómo ven el mundo y cómo perciben su propia realidad. Es por ello que las personas dedicadas al turismo, se convierten en anfitriones, por lo tanto, deben conocer perfectamente su realidad, y lo que el turismo trae consigo como es el contacto y el intercambio con personas de distintas nacionalidades, con diferentes costumbres, ideologías; en fin, otra cultura.

Por ello, una manera para contribuir a la conservación interna de la identidad y la cultura se establece crear un compendio dirigido a los habitantes para que mediante el sentido visual pueden evocar su pasado, presente y futuro; para con ello contribuir a su memoria colectiva, dado que como (Troya, 2016) manifiesta la relación entre memoria e imagen fotográfica se halla vinculada tanto a la historia del arte como a la antropología; por ello el interés de mostrar las situaciones y recursos que los anfitriones desean compartir con el visitante.

Conclusiones

Al concluir con el trabajo de investigación se denota que las personas involucradas en la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí muestran una gran preocupación por la influencia de culturas ajenas a la suya, especialmente en los jóvenes debido a que son más vulnerables a adoptar comportamientos que tiendan a provocar un cambio negativo en su identidad cultural.

Pero también la comunidad Jatun Juigua al ubicarse en un ecosistema de paramo posee una riqueza en su biodiversidad; por lo que las personas que participan del turismo han adoptado una perspectiva consciente respecto al cuidado y conservación de los recursos naturales.

Por ello, la implementación del turismo a la vida de cada uno de los habitantes de la comunidad Jatun Juigua les evoca un valor simbólico hacia sus rasgos culturales motivándolos a rescatar lo que ya no se practica y a fortalecer lo que se mantiene.

Por ende, los beneficiarios de la actividad turística de la comunidad Jatun Juigua del cantón Pujilí se muestran satisfechas con los cambios que la prestación de los servicios turísticos ha generado en sus vidas tanto en el ámbito personal como laboral, debido a que se sienten proactivos al cumplir un nuevo rol, lo cual fortalece el crecimiento personal y laboral, cumpliendo de esta manera con dos de los niveles de la pirámide de Maslow como es el reconocimiento y la autorrealización del ser humano.

BIBLIOGRAFÍA

- Ardila, R. (Mayo de 2017). *fido.palermo.edu*. Obtenido de fido.palermo.edu:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=4115
- Chicaiza, J. (Enero de 2016). *flacsoandes.edu.ec*. Obtenido de flacsoandes.edu.ec:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8909/8/TFLACSO-2016JACL.pdf>
- De la Torre, O. (1992). *El turismo. Fenomeno Social*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- García, A. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar>. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar>:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Kohl, J. (2014). Alcanzar la propia identidad y la autoestima. *Interpretation Journal (AHÍ)*, 19(1), 15-19.
- Ministerio de Turismo. (2011). *invest.ecuador.travel*. Obtenido de invest.ecuador.travel:
<http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>
- Molano, L. (Mayo de 2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*(7), 69-84. Obtenido de redalyc.org: <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Montero, M. (2004). *Introducción a la Psicología Comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. Buenos Aires: Paidós.
- Monterrubio, J. (2009). www.redalyc.org. Obtenido de www.redalyc.org:
<http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=223314808005>
- Morales, H. (2006). Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(2), 249-264. Obtenido de www.redalyc.org/articulo.oa?id=62310205
- Moura, J., & Rebouças, F. (2014). Intervención comunitaria con mujeres a partir de la actuación en Red en Psicología Comunitaria: Una experiencia en una comunidad de Brasil. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 13(2), 133-143.
doi:10.5027/PSICOPERSPECTIVAS-VOL13-ISSUE2FULLTEXT-419
- Nerea, L., & Molero, D. (10 de Julio de 2013). REVISIÓN TEÓRICA SOBRE EL AUTOCONCEPTO Y SU IMPORTANCIA EN LA ADOLESCENCIA. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, 43-64. Obtenido de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/reid/article/viewFile/991/818>
- Portugal, N. (2016). *nelsonportugal.com*. Obtenido de nelsonportugal.com:
<https://www.nelsonportugal.com/wp-content/uploads/2016/11/Autoconfianza.pdf>
- Rottenbacher, J. M. (2009). Identidad nacional y la valoración de la historia en una muestra de profesores de escuelas públicas de lima metropolitana. *Liberabit*, 75-82. Obtenido de [sciELO.org.pe](http://www.scielo.org.pe): http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272009000200002
- Santafé, V. (Marzo de 2012). *flacsoandes.edu.ec*. Obtenido de flacsoandes.edu.ec:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5846/2/TFLACSO-2012VTST.pdf>
- Tinoco, O. (Agosto de 2003). Los Impactos del Turismo en el Perú. *Produccion y Gestión*, 6, 47-60. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/viewFile/5982/5179>
- Troya, M. F. (2016). Por una “iconología” de la memoria y su aplicación al trabajo etnográfico. *Revista Ecuador Debate*(99), 43-58. Obtenido de flacsoandes.edu.ec:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/12220/1/REXTN-ED99-05-Troya.pdf>

