



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

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Turismo

**El patrimonio cultural y el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa**

**Autora:** Karla Nicole Castro Cruz

**Tutor:** Lic. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero, Mg.

**Ambato - Ecuador**  
**Junio, 2023**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema “**El patrimonio cultural y el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa**” de la alumna Karla Nicole Castro Cruz, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, 23 de junio 2023

EL TUTOR

.....  
**Lic. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero, Mg.**

**C.C.: 1803236270**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**El patrimonio cultural y el turismo 2.0 de la parroquia Atocha-Ficoa**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, 23 de junio 2023

LA AUTORA



.....  
**Karla Nicole Castro Cruz**

**C.C.: 1804369070**

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, junio 2023

LA AUTORA



.....  
**Karla Nicole Castro Cruz**

**C.C.: 1804369070**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**El patrimonio cultural y el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa**” de Karla Nicole Castro Cruz, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, junio 2023

Para constancia firman

---

Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADORA**

**C.C.: 1802903888**

---

Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.: 1803318169**

## DEDICATORIA

*A mis padres, Pablo Castro y Melina Cruz, por apoyarme incondicionalmente en todas las etapas de mi vida y por el gran amor que me brindan día tras día.*

*A mis hermanos, Sebastián y Emilia, por ser mis compañeros de vida y por alegrar mis días.*

*A mi abuelito, Roberto Cruz, por ser el pilar fundamental para cumplir mis sueños y mi motivo de superación.*

*A mi abuelita, Rachel Toalombo, por sus acciones de amor durante los días de clases y toda la vida*

*Karla Nicole Castro Cruz*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios y a la Virgen María por bendecirme protegerme y guiarme siempre.*

*A mi familia por ser mi apoyo y soporte para cumplir mis objetivos.*

*A la Universidad Técnica de Ambato, por ser una institución de alto rendimiento que educa a grandes profesionales.*

*A mi carrera de Turismo y sus docentes, por permitir mi formación profesional basada en enseñanzas académicas y personales.*

*A mi tutor, Lic. Daniel Sánchez Mg, por ser mi guía y compartir sus conocimientos conmigo para finalizar con éxito mi trabajo de titulación.*

*Al proyecto de investigación “Turismo gastronómico y de innovación basado en el uso de metaversos y realidad virtual para la zona central del Ecuador” por permitir vincular mi proyecto de titulación a su desarrollo.*

*A mis amigas, Stephany, Ana Paula y Shirley por ser un gran apoyo durante mi vida universitaria*

*Karla Nicole Castro Cruz*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos .....	1
1.2 Teoría, modelo o posición filosófica .....	4
Teoría de la mirada del turista de Urry.....	4
1.3 Descripción de la variable independiente .....	5
Patrimonio cultural.....	5
Patrimonio cultural tangible.....	6
Actividad turística cultural.....	8
Patrimonio cultural culinario .....	9
Cocina tradicional .....	10
Cocina típica .....	11
1.4 Descripción de la variable dependiente.....	12
Turismo 2.0 .....	12



Web 2.0 .....	15
Marketing digital 2.0.....	15
Tecnologías de la información en el turismo .....	16
Herramientas digitales.....	18
Redes sociales .....	19
Mapa interactivo .....	20
1.5 Objetivo general.....	21
1.6 Objetivos específicos.....	21

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

2.1 Materiales.....	22
2.2 Métodos.....	22
Método .....	22
Enfoque .....	23
Diseño .....	23
Alcance.....	24
Alcance investigativo.....	24
Alcance territorial .....	24
Población y muestra .....	25
Técnicas .....	26
Instrumentos.....	26

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

3.1 Análisis y discusión de resultados.....	28
3.1.1 Análisis y discusión de la variable independiente.....	28
Triangulación basada en la hermenéutica del turismo .....	59

3.1.2 Análisis de resultados de la variable dependiente: turismo 2.0.....	61
3.2 Verificación de hipótesis .....	70

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1. Conclusiones .....	72
4.3. Recomendaciones.....	73
PROPUESTA .....	74
MATERIALES DE REFERENCIA.....	79
Anexos .....	88
Anexo A. Carta Compromiso.....	88
Anexo B. Instrumentos.....	89
Anexo C. Carta entrega de recepción del producto al beneficiario.....	101
Anexo D. Evidencias.....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Practicas sociales del turismo .....	4
<b>Figura 2</b> Clasificación del patrimonio cultural .....	6
<b>Figura 3</b> División de la actividad turística.....	9
<b>Figura 4</b> Tipos de cocina en el patrimonio cultural culinario .....	12
<b>Figura 5</b> Manejo del turismo 2.0 .....	14
<b>Figura 6</b> Componentes de las herramientas digitales.....	19
<b>Figura 7</b> Delimitación parroquia Atocha-Ficoa .....	25
<b>Figura 8</b> Grado de conocimiento acerca del turismo 2.0 .....	61
<b>Figura 9</b> Red social más utilizada .....	62
<b>Figura 10</b> Frecuencia de uso de redes sociales como herramienta turística .....	63
<b>Figura 11</b> Frecuencia de uso de redes.....	64
<b>Figura 12</b> Motivación turística para visitar la parroquia Atocha-Ficoa .....	65
<b>Figura 13</b> Frecuencia de visita a la casa museo Martínez Holguín.....	66
<b>Figura 14</b> Frecuencia de visita a la casa museo Juan León Mera .....	67
<b>Figura 15</b> Frecuencia de visita a la casa museo Juan Montalvo .....	68
<b>Figura 16</b> <i>Plato típico consumido con mayor frecuencia</i> .....	69
<b>Figura 17</b> Nivel de aceptación para implementar una herramienta digital 2.0 de promoción turística .....	70
<b>Figura 18</b> Mapa interactivo .....	76
<b>Figura 19</b> Mapa con enlaces de interactividad .....	77
<b>Figura 20</b> Código Qr .....	78
<b>Figura 21</b> Carta de compromiso .....	88
<b>Figura 22</b> Preguntas de la encuesta .....	97
<b>Figura 23</b> Validación del instrumento cuantitativo .....	99
<b>Figura 24</b> Carta de recepción de producto.....	101
<b>Figura 25</b> Museo Martínez Holguín .....	102
<b>Figura 26</b> Museo Juan León Mera.....	102
<b>Figura 27</b> Museo Juan Montalvo.....	103
<b>Figura 28</b> Establecimiento de restauración “Kiosko, Atocha lugar turístico” .....	103
<b>Figura 29</b> Heladería en Ficoa .....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Materiales .....	22
<b>Tabla 2</b> Fiabilidad.....	27
<b>Tabla 3</b> Análisis de las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.....	56
<b>Tabla 4</b> Hipótesis alternativa e hipótesis nula.....	70
<b>Tabla 5</b> Prueba estadística chi cuadrado .....	71
<b>Tabla 6</b> Diseño de la ficha de registro de bienes patrimoniales inmuebles .....	89
<b>Tabla 7</b> Diseño de la ficha A4.....	94

## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación atiende el problema ¿Cuál es la relación del patrimonio cultural con la promoción turística 2.0 de la parroquia Atocha-Ficoa?. El patrimonio cultural que posee la parroquia urbana Atocha-Ficoa del cantón Ambato es importante para el desarrollo del turismo 2.0, porque permite la difusión digital de la actividad turística cultural, en la actualidad el turismo se beneficia de la tecnología como medio para promocionar productos y servicios de forma inmediata, a través de herramientas web que facilitan el acceso a información útil para el visitante. La investigación se realizó desde el enfoque mixto con un diseño no experimental transversal, basado en el alcance fenomenológico cualitativo y descriptivo cuantitativo con un muestreo probabilístico al azar, lo que permitió el levantamiento de información en instrumentos como fichas de registro e inventario del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y un cuestionario de 10 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos contribuyeron en la identificación del patrimonio cultural y como este aporta positivamente a la comunidad al ser la base del turismo de la parroquia Atocha-Ficoa; mientras que con la encuesta aplicada a los visitantes se evidenció el uso de redes sociales como medio para obtener información acerca de un lugar, sin embargo, también se demostró que no existe una correcta difusión digital de los atractivos de la parroquia. Al comprobar la hipótesis se demuestra que el patrimonio cultural si se relaciona con el turismo 2.0. En consecuencia se propone la creación de un mapa interactivo con información del patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa.

**Palabras clave:** Atocha-Ficoa, cocina típica, herramientas digitales, museos patrimonio cultural, turismo 2.0.

## ABSTRACT

This research answers the problem: ¿What is the relation of the cultural heritage with the tourist promotion of the Atocha-Ficoa parish?. The cultural heritage that the Atocha-Ficoa parish is important for the development of tourism 2.0, for this reason it allows the digital diffusion of the cultural tourism activity in the parish; actually, tourism is benefited by technology to promote products and services immediately, through digital tools that facilitate access to useful information for the tourist. The research has a mixed approach with a transversal non-experimental design, based on a qualitative phenomenological and quantitative descriptive scope with a random probabilistic sampling, and the information collected was obtained through instruments such as the registration forms of the National Institute of Cultural Heritage and a survey of 10 closed questions. The results obtained contributed to the identification of the cultural heritage and how this helps positively to the community because it is the base of tourism in the Atocha-Ficoa parish; while the survey applied to tourists who come to the place, showed the use of social networks to obtain tourist information about a place, however, another result obtained was that does not exist a digital promotion of the parish. The hypothesis shows that the cultural heritage is related with the tourism 2.0. Finally, this research contributed to the creation of an interactive map with information about the cultural heritage of the Atocha-Ficoa parish.

**Keywords:** Atocha Ficoa, typical cuisine, digital tools, museums, cultural heritage, tourism

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes investigativos

En la investigación titulada “El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador” por **Muñoz & Rodríguez (2020)**, determinó la función que tiene el patrimonio como fuente de ingresos económicos mediante la prestación de servicios turísticos en el cantón, obteniendo como resultados que solo parte del patrimonio cultural local es aprovechado por los habitantes y que aún existen costumbres y tradiciones, tanto en la gastronomía como en la medicina ancestral.

Según **Mera et al. (2019)**, en su investigación: El patrimonio cultural: una alternativa para generar ingresos propios en el cantón ecuatoriano Portoviejo, tiene como objetivo identificar los factores del patrimonio cultural que influyen en la creación de recursos de subsistencia para nuevos emprendedores, en donde se concluyó que en Portoviejo se valora y se cuida el patrimonio cultural delimitando el turismo y las nuevas actividades que pongan en riesgo su identidad.

“Las estrategias de desarrollo municipal, instrumento clave para la gestión local del patrimonio cultural”, investigación realizada por **Castro (2020)**, la cual analizo el manejo de las estrategias por parte de los gobiernos para gestionar el uso del patrimonio cultural en el ámbito local. Las autoridades a cargo de un territorio forman parte fundamental de las actividades turísticas que se realice en base al patrimonio cultural para generar resultados positivos en el ámbito económico y social.

El artículo escrito por **León (2018)**, titulado Paisaje cultural y una nueva forma de entender el Patrimonio en Ecuador, se refiere a los problemas de desvalorización y apropiación que actualmente tiene el patrimonio cultural, esto debido a la forma tradicional con la que se administran los bienes patrimoniales, además el autor expone como esta situación ha causado en ciertos casos el deterioro y degradación del legado patrimonial en el Ecuador. La gestión del patrimonio cultural se enmarca en tres ejes principales: fortalecer las expresiones culturales, fomentar el desarrollo social y gratinar el territorio.

El artículo Las micro y pequeñas empresas turísticas y la protección del patrimonio cultural en clave de sostenibilidad, analiza el papel que juegan las micro y pequeñas empresas turísticas mediante el uso y promoción del patrimonio cultural de tal forma que se minimicen los impactos negativos. Por lo que el trabajo en equipo de los emprendimientos para alcanzar un mismo objetivo obtiene mejores resultados que quienes actúan bajo la competitividad y el individualismo sin diferenciarlos de la cooperación (**Llurdés et al., 2021**).

La investigación denominada La estrategia de marketing turístico de los Sitios Patrimonio Mundial a través de los eventos 2.0, realizada por la **Universidad de Alicante España et al. (2019)**, Analiza la relación entre el marketing digital 2.0 con el desplazamiento turística, debido a que el turismo representa una actividad recurrente apta para ser vinculada con un proceso de promoción secuencial, en donde el marketing contribuye en la delimitación y segmentación del mercado para conectar las necesidades de los turistas con las expectativas esperadas de los destinos. Además, se redacta que los nuevos medios sociales han convertido al antiguo turista en uno nuevo capaz de promocionar un atractivo por su cuenta y por sus medios, habla específicamente de sitios patrimoniales en donde se muestra cultura e historia del lugar. Por lo que concluye que el marketing 2.0 y sus eventos son la estrategia para promocionar sitios de conocimiento cultural a nivel mundial.

Estrategias en la web 2.0, es la investigación de **Zarza (2018)**, en la que describe a la web 2.0 como el escenario de interacción entre internet y el usuario mediante los avances tecnológicos en el tiempo, ya que no solo se puede visualizar información si no que se puede contribuir con la misma de forma proactiva y permanente. También hace mención a ciencias como la literatura, psicología, filosofía e incluso el turismo; son los principales beneficiados con la web 2,0 para desarrollar estrategias con beneficios múltiples. El autor concluye que estas estrategias sirven como camino al éxito que una empresa o corporación desea alcanzar, no obstante, es importante el monitoreo de la información expuesta y los resultados obtenidos para posibles cambios o mejoras.

El artículo titulado Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos, afirma la importancia de las redes sociales presentes en la web, y



como estas son capaces de formar una comunidad virtual según la marca, línea de colección o atractivo turístico, todo esto gracias a publicaciones, post, videos y fotografías expuestos en los portales web que están visibles al mundo. Hace relación entre el turismo y la influencia que tienen las herramientas 2.0 en la toma de decisiones para visitar un destino, ya que es posible encontrar comentarios y referencias por otros usuarios que ya han vivido la experiencia. El carácter visual es de relevancia al momento de subir contenidos turísticos, debido a que en la web el turismo se promociona de esta forma, indistintamente del contenido, si no que, se logre vender experiencia a través de una pantalla (**Gutiérrez Montoya et al., 2018**).

Marketing digital 2.0 para la reactivación de emprendimientos turísticos. Escenario Tungurahua, Ecuador, artículo científico del contexto local en el que se describen los componentes del marketing digital 2.0 como medio tecnológico para la reactivación económica en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua, esto dado a la pandemia por COVID-19 de la que el mundo fue víctima. Las redes sociales la herramienta digital dentro del marco de la web 2.0, generando así turistas 2.0 capaces de interactuar con el material audiovisual publicado, al mismo tiempo es importante publicar contenido completo de cualquier tipo ya sea cultural, gastronómico o natural en donde se visualice toda la información necesaria desde direcciones hasta servicios ofertados en los atractivos y de esta manera los emprendimientos aledaños que no posean portales web serán beneficiados (**Labre & Villena, 2023**).

La investigación denominada El video como soporte en la narrativa digital de los eventos turísticos 2.0, de **Martínez-Sala et al, (2018)** muestra al video como una herramienta digital clave para promocionar todos los eventos vinculados al turismo 2.0, el formato con el que se manejen los videos publicados es de relevancia dentro de las narrativas digitales, ya que deben transmitir un entorno explicativo a quien lo visualice. Sin embargo, son pocas las empresas y establecimientos turísticos que ocupan esta herramienta como estrategia de comunicación asertiva con los turistas 2,0, que están presente en la red las 24 horas del día al acecho de nueva información, por lo que la difusión de eventos dentro del turismo debe cumplir con los estándares estipulados para cada opción de posteo, en este caso, los videos.

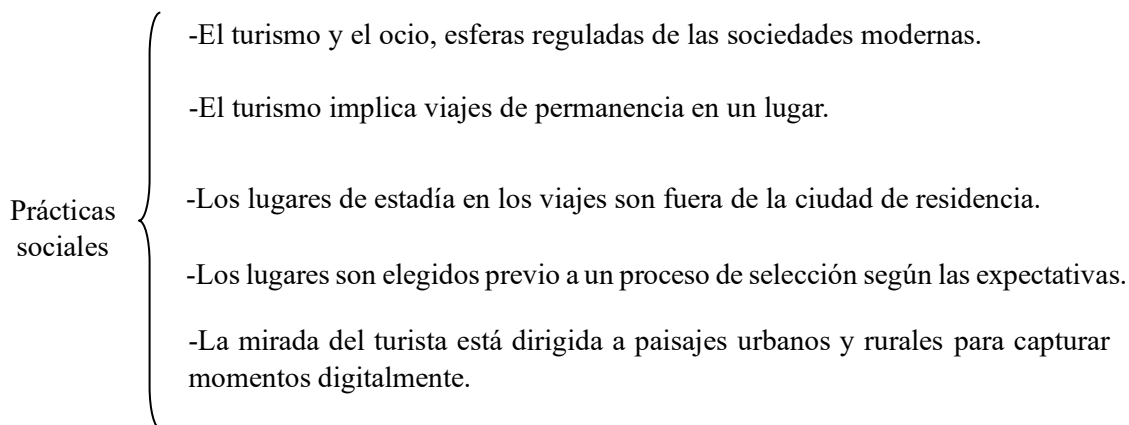
## 1.2 Teoría, modelo o posición filosófica

### Teoría de la mirada del turista de Urry

Esta investigación se fundamenta en el modelo asociado con el fenómeno de estudio; teoría de la mirada del turista (Urry, 2001), la misma que manifiesta como las preferencias del turista se direccionan a los paisajes o destinos a visitar. Además, la mirada del turista se define según el contexto social, época y lugar de destino debido a las ilusiones nuevas que se generan al palpar situaciones no comunes. La producción de vacaciones es considerada fenómeno con alta relevancia en la sociedad por lo que provocan el alejamiento de las rutinas cotidianas que tiene la gente, permitiendo que los sentimientos se relacionen con estímulos nuevos.

#### Figura 1

*Prácticas sociales del turismo*



*Nota.* Tomado de Urry (2001).

Una de las practicas sociales que menciona esta teoría es como el turista captura y conmemora los sitios turísticos sensiblemente visuales de forma digital entre fotografías y videos. Por lo que la teoría de la mirada del turista fue aplicada en el desarrollo de la investigación debido a que estudia el comportamiento del turista como un referente tecnológico que no necesariamente escoge una oficina de viajes personal, si no que navega en la web para obtener información de su próximo destino turístico. Esto se relaciona con que el patrimonio cultural busca ser promocionado mediante fotografías atractivas publicadas en una herramienta digital de turismo 2.0 generando una mirada nueva en el turista y sea motivación de visita para conocer de cerca los museos patrimoniales y la cocina típica de la parroquia Atocha-Ficoa.

### **1.3 Descripción de la variable independiente**

#### **Patrimonio cultural**

El patrimonio es el conjunto de expresiones y creaciones realizadas por el ser humano, que poseen valor personal y forman parte de la memoria individual o colectiva que definen el origen y plasman un sentido de pertenencia, además es el pilar fundamental y el más grande para construir una identidad dentro de un espacio geográfico determinado. El patrimonio comprende dos clasificaciones principales; patrimonio cultural y patrimonio natural, los cuales están definidos por características que los hacen propios para ser considerados como patrimonio y símbolo de conservación excepcional. El patrimonio también comprende la importancia simbólica que posee un pueblo, una comunidad o un territorio con sitios naturales únicos **(Cepeda Ortega, 2018)**.

Patrimonio cultural se define como el soporte clave que posee la humanidad como un legado del pasado para la revalorización continua de las culturas, está conformado por obras arquitectónicas, monumentos, esculturas y todos aquellos elementos que poseen un valor universal indiscutible desde el punto de vista histórico y artístico. El patrimonio cultural expresa la capacidad de subsistencia que tiene una cultura desde el testimonio plasmado en obras tangibles e intangibles, por lo que debe ser valorado y comprendido desde su integridad. También forma una conexión entre la memoria histórica y la sociedad actual generando metas y actividades estratégicas en base a los recursos que posee el patrimonio cultural **(Rivas, 2018)**.

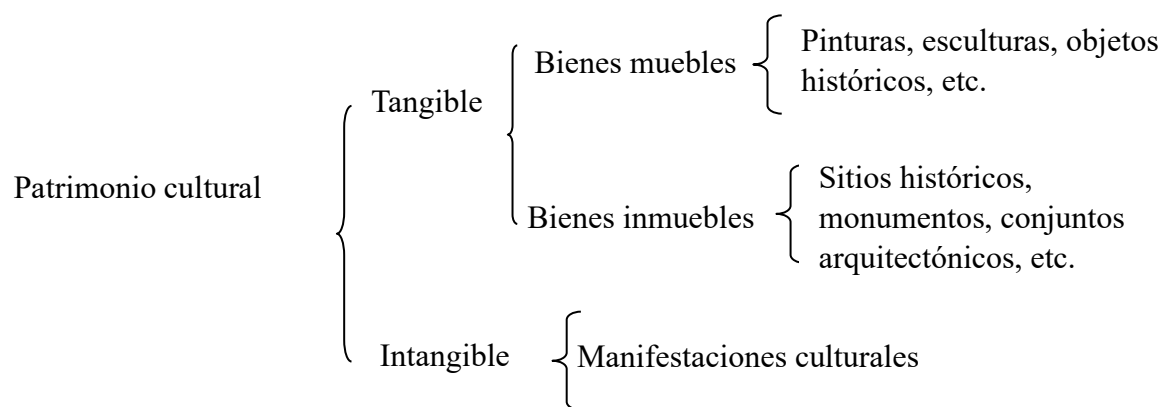
En Latinoamérica el patrimonio cultural se caracteriza por ser un reservorio de la identidad, el legado y las memorias de un pueblo, debido a que estos países conservan una historia cultural digna de ser replicada a través del turismo, por lo que han utilizado el patrimonio como fuente de ingresos económicos. Los emprendimientos culturales tienen una gran aportación dentro del PIB de la región, siendo uno de los motores de crecimiento económico en varios países latinoamericanos gracias a la organización de las empresas turísticas del estado. Sin embargo, no han logrado obtener los resultados esperados en su totalidad debido al desconocimiento en estrategias de internacionalización y el estancamiento en la promoción tradicional. El patrimonio cultural de América Latina es visto como un delite ante los turistas extranjeros para

apreciar y revalorizar los bienes patrimoniales de cada país que mantienen costumbres y tradiciones propias conservadas a través del tiempo (**Redondo Méndez et al., 2020**).

Ecuador es un país multicultural, pluriétnico y diverso por lo que posee un amplio patrimonio cultural material e inmaterial, de tal modo que el estado y los GADs tienen como obligación la conservación, preservación y difusión de este, además de dinamizar la económica turística local en las 4 regiones naturales del país. Ecuador cuenta con grandes visitas anuales de turistas nacionales y extranjeros los mismos que buscan un acercamiento con los bienes culturales patrimoniales que permanecen en las múltiples áreas de exposición. El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural es el ente regulador encargado del inventario y categorización de los bienes patrimoniales bajo criterios estipulados; con el fin de identificar y salvaguardar su identidad en beneficio social y colectivo de las comunidades mediante su clasificación como se observa en la figura 1 (**Sandoval Guerrero, 2018**).

**Figura 2**

*Clasificación del patrimonio cultural*



*Nota.* Se detalla los bienes muebles e inmuebles y las manifestaciones que pertenecen al patrimonio cultural tangible e intangible.

### **Patrimonio cultural tangible**

Los bienes culturales tangibles representan un símbolo histórico para los habitantes de una comunidad, ya que son elementos que mantienen un valor excepcional en el arte, ciencia, gastronomía, historia, etc. De este modo se validan recuerdos en donde el espectador contempla el patrimonio material de forma física para reafirmar la riqueza

cultural característica que posee cada lugar. Estos bienes son objeto de valorización, conservación y divulgación, así también como una herramienta de desarrollo económico aprovechado por ciudadanos locales. Sin embargo, este tipo de patrimonio enfrenta retos continuos como el deterioro natural o voluntario debido a las actividades a las que está expuesto **(Chaparro, 2018)**.

El patrimonio cultural tangible mueble comprende a aquellos objetos de carácter arqueológico, artístico, etnográfico, histórico, artesanal o religioso que forman parte de una colección representativa como libros, pinturas, fotografías, archivos y artefactos históricos. Mientras que el patrimonio cultural tangible inmueble se define como las producciones humanas que no se trasladan de un lugar a otro esto debido a su forma, ubicación y estructura; entre ellas están los sitios típicos, lugares, construcciones, conjuntos arquitectónico y monumentos. Toda esta clasificación mantiene una característica en común, la que cual exhibe abiertamente el valor que este patrimonio posee mediante sus diversas expresiones que han perdurado a lo largo del tiempo **(Viracocha, 2022)**.

La conservación, preservación y difusión son principios base para la promoción de cualquier tipo de patrimonio, en este caso, el patrimonio material de carácter cultural se presta para exponerlo de manera estática en sitios como museos en donde su visibilidad al público sea de fácil acceso, los mismos que han sido construidos en lugares estratégicos que aporten realce histórico gracias a la ubicación geográfica en la que se encuentran ya sea en el casco urbano a cargo de autoridades parroquiales o municipales, o en el sector rural a cargo de comunidades. Siendo esto un ejemplo de transmisión y divulgación de momentos cruciales y elementos de trascendencia histórica denominados patrimonio **(Alegría et al., 2018)**.

El Ecuador es conocido turísticamente por sus bienes patrimoniales materiales expuestos en espacios museológicos y que manifiestan los sucesos de la historia ecuatoriana en sus diferentes épocas, además también se expone la biografía de personajes emblemáticos en la historia del país, de forma que se exhiben figuras de cera, objetos personales, mobiliario de la época colonial, fotografías y pinturas; todo esto en fincas, quintas, haciendas, museos o mausoleos establecidos en los mismos lugares de origen de estos personajes. Finalmente, se exhibe también a la cultura Inca

como muestra de las raíces ancestrales de los ecuatorianos **(Sandoval Guerrero, 2018)**.

### **Actividad turística cultural**

La actividad turística cultural es la movilización de personas con fines culturales y como una alternativa de turismo convencional que deja de lado los destinos tradicionales y los viajes en masa. Este tipo de actividad estimula el respeto y el descubrimiento por nuevas culturas para generar experiencias basadas en diversas manifestaciones culturales tangibles e intangibles que diferencian a una localidad de otra. Existe un equilibrio entre tres elementos importantes para que la actividad turística se desarrolle con éxito: patrimonio, cultura y turismo. De esta forma se pretende difundir la cultura de un lugar no solo a la demanda turística, sino también a los residentes y visitantes locales **(Cisneros et al., 2018)**.

Los destinos turísticos culturales están definidos por una segmentación o tipología de turista, caracterizada por las preferencias que posee. Por lo cual, el perfil del turista cultural está basado en la revalorización de los recursos patrimoniales, la calidad del servicio prestado, la experiencia adquirida en donde la actividad turística a realizar no requiera mayor esfuerzo físico, esta experiencia depende de las expectativas del destino como su valoración una vez concluida su visita. El turista cultural tiene características de consumo y hábitos de viaje particulares en donde su único objetivo es adquirir nuevos conocimientos culturales **(Armijos Chillogallo et al., 2018)**.

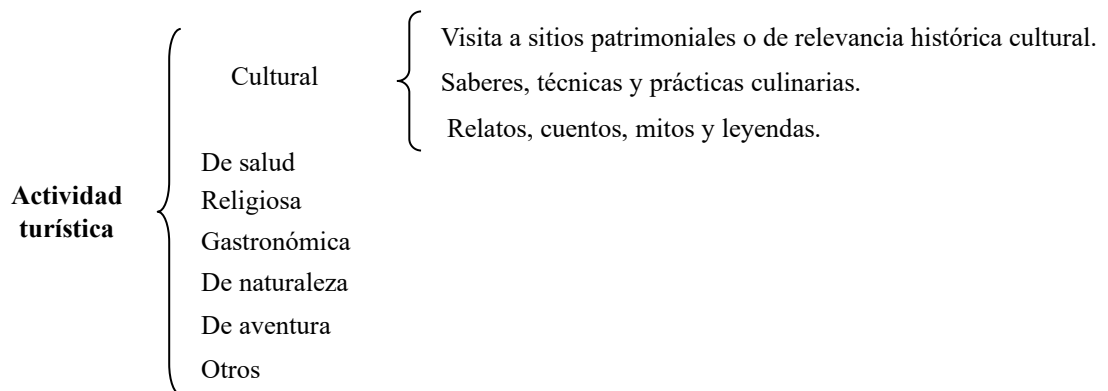
La actividad turística ha mejorado sus estándares generando alta demanda, debido al contexto social en donde prima la diversidad cultural despertando curiosidad e interés en los turistas. Además, se ha vuelto una fuente de ingresos para emprendedores locales y de esta forma se genera la dispersión del turismo dentro de una ciudad o país. Esta actividad ayuda a reafirmar el sentido de pertenencia de las comunidades, así también como a proteger el patrimonio localizado de factores externos negativos y a fomentar la inclusión basada en el respeto mediante la práctica del turismo cultural **(Espeso -Molinero, 2019)**.

En Ecuador, la principal motivación del visitante en esta actividad turística es experimentar, vivenciar, aprender, y consumir productos y atracciones culturales en un

destino turístico, las que se diferencian por características espirituales o materiales de un pueblo. Ecuador posee una alta demanda de lugares para desarrollar el turismo cultural de forma que la diversidad de la oferta aumente y la demanda crezca hasta alcanzar los estándares esperados para dinamizar esta tipología turística a nivel mundial, sin embargo, el turismo compone diferentes actividades turísticas como se muestra en la figura 2 (Aza, 2019).

**Figura 3**

*División de la actividad turística*



*Nota.* Se muestra las actividades de práctica turística según las diferentes tipologías que existen en el turismo.

### **Patrimonio cultural culinario**

La oferta gastronómica ancestral que posee un lugar, se denomina patrimonio culinario, conceptualizado como un elemento de comunicación cultural que tienen las comunidades y que se da a través de la cocina local. Este patrimonio contiene saberes ancestrales heredados y transmitidos de generación en generación de forma oral, por lo que al ser tangible también abarca cualidades que no se pueden palpar. Los platos que se ofertan son un conjunto de costumbres y tradición que se han mantenido en el paso de la historia que los acompaña, además están hechos a base de recetas con varios años de antigüedad que son conservadas y replicadas en la gastronomía ecuatoriana y a su vez llevadas al turismo gastronómico como una actividad en donde se potencie el patrimonio cultural culinario (Baratero et al., 2020).

El turismo gastronómico es la actividad que involucra al patrimonio cultural culinario la que es motivada por la visita a productores de alimentos primarios o secundarios, a

la cocina internacional y local; así también como la participación en ferias gastronómicas y búsqueda de lugares específicos para la degustación de alimentos. Esta actividad se desarrolla en todos los rincones del mundo, debido a la amplia gama de preparaciones que posee la gastronomía, plasmadas en múltiples restaurantes con profesionales a cargo de estos platos. Además, este tipo de turismo no solo se presencia en zonas exclusivas, sino que también se desarrolla la cocina local o tradicional a cargo de los pueblos y comunidades de un país con el objetivo de generar ingresos y beneficios para sus habitantes y al mismo tiempo se desarrolla una actividad turística gastronómica **(Hernández, 2018)**.

La gastronomía es un elemento tangible y visible que posee una sociedad como muestra de sus orígenes culinarios, es así como el perfil del turista gastronómico está determinado por factores sociales, culturales, psicológicos y fisiológicos que determinan la decisión de visitar un lugar por su gastronomía. La motivación del visitante está afectada por variables como: la edad, género, cultura, duración de viaje y gustos subjetivos que influyen en el cambio de idea con respecto a la visita gastronómica de un lugar. La experiencia culinaria es tan importante como visitar un museo o disfrutar de la música; ya que tiene un gran potencial para mejorar el desarrollo de los destinos turísticos, potenciar las culturas y contribuir con sectores aledaños como la agricultura **(Cuevas Álvarez et al., 2018)**.

### **Cocina tradicional**

La cocina tradicional se caracteriza por la reproducción cultural como resultado del modelo social establecido en una comunidad, ciudad y país, es decir, se establece mediante tradiciones derivadas de fiestas o celebraciones que surgen ocasionalmente. Esta cocina emplea técnicas tradicionales que van de la mano con la herencia cultural, saberes y costumbres heredadas de generaciones pasadas. A lo largo de los años la cocina tradicional ecuatoriana ha sido significativamente influenciada por culturas que se acentuaron en el territorio. La primera gran influencia se acredita a la civilización Inca, ya que introdujeron productos, utensilios y técnicas gastronómicas que han marcado precedentes en la historia de la cocina tradicional ecuatoriana, Además los pueblos y culturas indígenas también cultivaron sus raíces culinarias mediante sus tradiciones, es decir, crearon recetas o preparaciones exclusivas para ceremonias,



rituales o fiestas en honor a sus dioses, utilizando productos naturales obtenidos de la agricultura y ganadería. Por otro lado, después de la conquista española la gastronomía tradicional sufrió cambios debido a la introducción de nuevos productos, carnes y técnicas de cocción, además de introducir hábitos en la alimentación a los que no se acostumbraba, como ingerir entrada, plato fuerte y postre; al mismo tiempo de seleccionar lo que cada clase social debía consumir todos los días. Sin embargo, no solo los españoles aportaron al cambio, si no que el mundo tecnológico está actualmente involucrado en las cocinas de los ecuatorianos, facilitando esta actividad sobre todo en zonas urbanas. Por esta razón, es necesario la conservación y rescate de la cocina tradicional ya que su historia está plasmada en la expresión gastronómica de cada cultura, comunidad o país. Permiten además crear una pauta para las nuevas tendencias culinarias sin perder el origen que cada preparación resguarda **(Montenegro, 2018)**.

### **Cocina típica**

Los platos típicos tienen características organolépticas derivados de la cocina tradicional, en donde su preparación se realiza en varios centros gastronómicos de la ciudad, el propósito de la cocina típica es ofertar platillos tradicionales sin necesidad de esperar una fecha en especial. En Ecuador, la variedad de productos autóctonos además de granos o carnes adaptadas desde la conquista española, hacen una fusión entre lo tradicional con la cocina criolla dando como resultado la cocina típica ecuatoriana localizada en cada rincón del país. La gastronomía ecuatoriana es mega diversa por lo que tiene la capacidad de ofertar una producción de alimentos de cada tipo, ya sean granos, hortalizas, frutas, carnes y mariscos **(López & Florez, 2018)**.

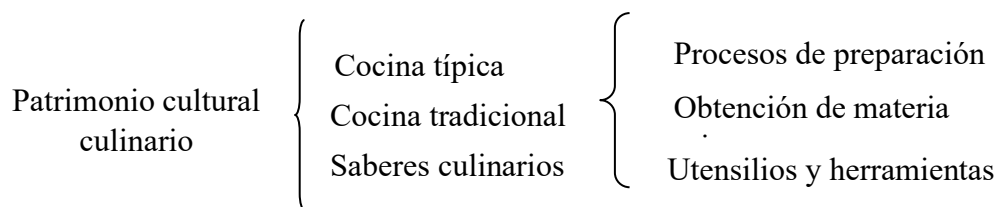
La cocina típica cuenta con una significativa tradición cultural y social, que es el resultado de la historia de los asentamientos étnicos que tuvieron los pueblos y nacionalidades. Esta cocina abarca la relación entre el consumidor, técnicas de cocción, espacio geográfico e historia, por lo que la cocina ecuatoriana es fundamentada en la mezcla de productos. En la actualidad, la oferta gastronómica estratégica busca sustentabilidad en su sector, la misma que al conjugar la cultural con la gastronomía genera el patrimonio cultural inmaterial capaz de atraer turistas enfocados en el turismo gastronómico y cultural. El impulso de la cocina típica a través

del turismo está enfocado en enriquecer y fortalecer la oferta culinaria del país. La búsqueda de comida típica y autóctona con el propósito de conocer su historia, forma de preparación y porque su asentamiento en cierto lugar es una de las nuevas tendencias que los visitantes ejercen sobre la actividad turística. Las técnicas y el arte de preparación utilizada por los pueblos ahora son replicadas por los amantes de la gastronomía que hoy en día dan como resultado a la cocina típica, además cada rincón del país en el que se practica la oferta del patrimonio cultural culinario tiene como propósito el satisfacer al turista (Poveda & Jijón, 2018).

Los tipos de cocina pertenecientes al patrimonio cultural culinario destacan actividades que aportan al crecimiento de la actividad gastronómica en un destino, por lo que se muestra la figura 3:

**Figura 4**

*Tipos de cocina en el patrimonio cultural culinario*



*Nota.* Los diferentes tipos de cocina y saberes culinarios se componen de procesos de preparación únicos que hacen posible la existencia del patrimonio cultural culinario.

## 1.4 Descripción de la variable dependiente

### Turismo 2.0

Una de las influencias más grandes que tiene el sector turístico en la actualidad, es la tecnología y sus avances en las redes sociales o portales web que son los responsables de los cambios producidos en la comunicación turística, entre ellos la creación del turismo 2.0. Este turismo es conceptualizado como aquel que se desarrolla a través de Internet y todos los mecanismos que posee para publicar información referente a cualquier tema de interés turístico, una de sus características principales es que permite la interacción entre creador y usuario. El contenido publicado permanece indefinidamente en la nube y debe ser actualizada y monitoreada constantemente para que el turista 2.0 no pierda interés en la página web del atractivo que desea visitar. Cada vez más los turistas aprovechan la “inteligencia tecnológica” para indagar sobre

atracciones aun no visitadas, postear comentarios sobre la experiencia presenciada, recomendar el lugar o establecer críticas constructivas. El turismo 2.0 impulsa el desarrollo, la competitividad y la implementación de estrategias en la oferta turística, además tiene como reto el integrar estos canales en las estrategias de comunicación y marketing **(Molero & Milano, 2020)**.

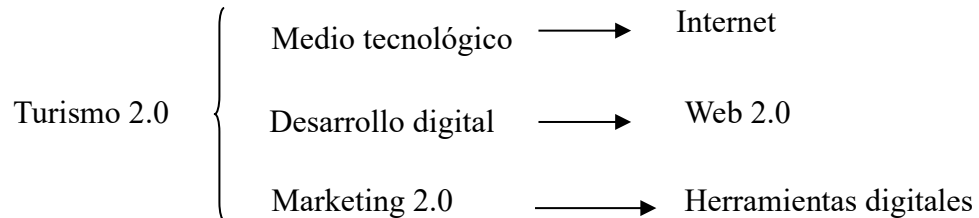
Actualmente ya no se habla del turismo masivo, si no que el turista exige una especialización donde la oferta se adapte a las necesidades que requiere, creando una segmentación para cubrir nuevos nichos de mercado y de esta forma satisfacer la demanda a la brevedad posible. Existen nuevas exigencias en donde el turista desea pasar de la observación hacia el turismo activo, donde sea parte de la experiencia y se vea involucrado en las actividades según sus gustos o preferencias. Así aparece el turista 2.0, definido como aquel que prioriza el viajar para presenciar por viajar para efectuar la visita, este turista se inmiscuye en la nueva realidad cultural que visita, además posee índices de exigencia elevados buscando superar sus expectativas debido a que se enriquece de información a diferencia del turista tradicional que es aquel que viaje referenciado por una agencia u operadora de viajes con una ruta establecida. El turista 2.0 comparte emociones con los habitantes, experiencias culturales o de cualquier otro tipo, es conocido también como promotor turístico de sus propios viajes en donde diseña su ruta a raíz del turismo 2.0 y los comentarios o sugerencias posteados por otros turistas **(Benítez et al., 2018)**.

Los turistas 2.0 son catalogados como prosumidores mediáticos quienes producen y consumen la información de la web, presenciando el papel de protagonismo en la nueva cultura participativa tecnológica propiciada por la interacción del turismo 2.0. Es así como el nuevo cliente emplea características del turismo 2.0 que son: buscar información anticipada del territorio, experiencia y recreación mediante publicaciones, comentarios y recomendaciones. Este proceso combinado con la actividad turística natural permite que las plataformas digitales de promoción creen comunidades virtuales para que los turistas 2.0 creen contenido y sean embajadores de destinos turísticos para fortalecer su rentabilidad y posicionamiento. Este turista tiene a su cargo diferentes funciones como ser comprador, consumidor y comunicador de atractivos

mediante el buen manejo del turismo 2.0, visualizado en la figura 4 (Benítez et al., 2018).

### Figura 5

*Manejo del turismo 2.0*



*Nota.* El manejo del turismo 2.0 se desarrolla en un ambiente tecnológico gracias al desarrollo constante del Internet y de las herramientas que posee.

El turista 2.0 cuando efectúa correctamente el manejo del medio tecnológico se convierte una nueva generación de viajeros que adoptan las herramientas digitales como parte fundamental de la experiencia de viaje, utilizando ampliamente la red entre planificar y ejecutar, El perfil de este turista se basa principalmente en la conectividad constante a través de sus teléfonos inteligentes o laptops en tiempo real mediante una investigación exhaustiva que lo toman como medida de precaución en cada página web o red social que visitan, por lo que buscan reseñas y blogs de otros viajeros para asegurar la confiabilidad del destino. Una vez que el turista llega físicamente al destino conmemora la experiencia en medios digitales entre fotografías y videos de tal modo que sean visualizados por los nuevos turistas 2.0 gracias al uso de hashtags y etiquetas de ubicación creándose un ciclo dentro de este tipo de turismo con el fin de beneficiar tanto a la oferta como a la demanda. Finalmente el perfil de este turista se basa en tours fuera de lo común en donde interactúan con culturas y formas de vida diferentes obteniendo experiencias personalizadas, por lo que también son capaces de crear una conciencia sostenible sobre los impactos ambientales y sociales que puede causar el turismo optando por reservas de lugar eco amigables y actividades que ayuden en la preservación y cuidado de sitios patrimoniales o con valor histórico importante (Benítez et al., 2018).

## **Web 2.0**

La web 2.0 se creó como una segunda generación web de tecnología basada en comunidades de usuarios, se desarrolla en el internet de forma particular, ya que es un conjunto de fácil acceso compuesta por aplicaciones que se manejan en línea y que son creadas para el usuario, difundiendo experiencias, información, conocimiento y poder del mercado posicionado en las herramientas digitales. La creación de aplicaciones 2.0 facilita la conexión entre usuarios información para intercambiar ideas de forma rápida y eficiente. La web 2.0 ha sido la evolución de una web 1.0 a una red mundial compuesta por varias generaciones de aplicaciones en línea, por lo que la gran mayoría de negocios a nivel mundial usan esta web para participar en la nueva realidad virtual de la que el mundo es participe actualmente **(Shuen, 2018)**.

Los sitios de encuentro en la web 2.0 produjeron un fenómeno social que permanece en constante cambio gracias a la comunicación e interacción de usuarios sobre un post, publicación, comentario y opiniones; sin esto una noticia no está completa y pierde grado de sustentabilidad. Es normal sustentar que la web 2.0 ha causado impacto en los medios de comunicación tradicionales que no han sido capaces de adaptarse a la liberación tecnológica, y que se sienten desplazados por las facilidades que un instrumento con conexión a internet puede proveer a la sociedad. Sin embargo, es un efecto negativo capaz de transformarse en positivo ya que varias revistas y periódicos físicos han creado portales de información digital para conseguir éxito en varios segmentos de mercado **(Latorre, 2018)**.

## **Marketing digital 2.0**

El marketing digital 2.0 es una herramienta utilizada en la actualidad por las empresas para dar a conocer sus servicios y productos, además este tipo de marketing tiene un alcance mayor llegando a varios segmentos de mercado al mismo tiempo. El marketing digital 2.0 ofrece una alta gama de posibilidades y beneficios permitiendo la reducción de costos en publicidad física, comunicación personal con el cliente de manera instantánea y una actualización sobre la oferta para que el cliente sepa de nuevos procesos de compra y venta. El nivel de rentabilidad aumenta en los establecimientos cuando se usa el marketing digital de forma correcta sin necesidad de recurrir a la

publicación de ofertas o información falsa que pueden generar efectos negativos en el futuro **(Tenorio et al., 2019)**.

Conocer acerca de los servicios que un cliente requiere según sus necesidades permite ampliar la oferta para poder cumplir sus expectativas, por lo que el marketing digital 2.0 se utiliza como una estrategia para captar clientes mediante un análisis previo al entorno, creación de un producto, distribución, costos, ventas y finalmente un seguimiento a todo este proceso. De este modo se genera relaciones de valor con los clientes y generan fidelidad con la página web visitada ya sea de una marca, un lugar, una revista o una empresa en general. Una correcta aplicación de marketing digital es de utilizada para el desarrollo del turismo 2.0, ya que las empresas turísticas que lo ejecuten mantendrán un acercamiento estrecho entre oferta y demanda, esto gracias a la combinación del mix del marketing: producto, precio, plaza y promoción. El objetivo del marketing 2.0 es ser utiliza como una técnica de gran alcance dimensional direccionada a canales de distribución, empresa que se posiciona en la web y usuarios inmersos en la tecnología. Es importante conocer el funcionamiento de cada estrategia a emplear, ya que en la actualidad la globalización conecta cada hilo de la sociedad mediante un dispositivo tecnológico sin necesidad de acudir a medios tradicionales, y a su vez generan ventajas de promoción digital 2.0 a través de blogs, redes sociales, páginas web, entre otros **(Mena, 2021)**.

### **Tecnologías de la información en el turismo**

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) son una nueva realidad aplicada en el turismo, debido a la búsqueda de información sobre un atractivo por parte del turista. Es importante mencionar que los destinos turísticos más competitivos son quienes mantienen estrategias de innovación tecnológica además de conjugarlo con las publicaciones en internet, comentarios y opiniones al alcance de todos. Con los avances constantes de las tecnologías de información en la web 2.0 aumenta la conectividad e interactividad en la sociedad mediante el uso de nuevas herramientas de computación digitalizadas para recolectar y publicar datos impulsando la economía y la participación. Las TICS causo un impacto de consumo dentro del turismo en cuanto a la búsqueda de información sobre destinos para planificar viajes así como la reserva han sido la actividad principal que se realizan en internet por parte del turista

2.0. La revolución digital conecta los dispositivos tecnológicos con los servicios móviles que específicamente el turismo maneja, por lo que se produjo cambios en el acceso y consumo de estos servicios, se dieron cambios en cuanto a la operación, estructura y estrategias de las empresas (Gomes et al., 2018).

Las TICS han impactado el turismo en diversas formas entre ella la reservación online mediante plataformas que ofertan hoteles, vuelos, alquiler de autos e incluso apartar lugares en establecimientos de restauración; aquí los viajeros comparan precios, leen opiniones de otros turistas y finalizan la reserva de forma rápida y eficiente. Además existen aplicaciones móviles para viajes de tipo informativo sobre destinos turísticos, actividad que se puede realizar, mapas interactivos, chats programados con el fin de organizar el itinerario del turista en lugares nuevos para él. Las redes sociales y el marketing digital son la forma más común en que las empresas turísticas difunden su oferta además de mantener una conexión directa con el usuario y crear una comunidad online, el marketing digital contribuye en la segmentación del mercado bajo un proceso estructurado buscando clientes potenciales y así crear ofertas personalizadas. Por otro lado la realidad aumentada es uno de los impactos en el turismo, ya que mejoran la experiencia virtual del turista mediante visitas en 3D a museos, parques iglesias, playas en tiempo real. Finalmente el big data y el análisis ayuda a controlar la gran cantidad de datos que genera el turismo en cuanto a reservas e interacciones en redes sociales por lo que esta herramienta de importancia para dar seguimiento a la información publicada y a su grado de aceptación para tomar decisiones de mejora más acertadas en cuanto a las nuevas tendencias de mercado que se presentan y adaptar las ofertas a las necesidad del turistas según un proceso de marketing (Gomes et al., 2018).

Las TICS utilizan recursos de almacenamiento, procesamiento, uso, distribución y organización de información mediante software y hardware presentes en un equipo portátil por lo que inciden de forma directa en toda la práctica del turismo desde el momento en que el turista ingresa un dato de búsqueda con relación a información turística hasta concluir con su propósito final que es reservar o visitar físicamente el destino buscado. Esta tecnología ha formado nuevos turistas frecuentes capaces de auto organizar un viaje sin necesidad de agentes de viajes, por lo que su impacto va

más allá de los recursos que provee si no que también se enfoca la capacidad de alcance que tiene en esta industria **(Rodríguez, 2018)**.

### **Herramientas digitales**

En la actualidad, el mundo se ha convertido en una red digital en donde todas las ciencias y las actividades cotidianas están inmersas, por lo que las herramientas digitales son el sustento de la tecnología y son aquellos programas y aplicaciones multimedia que permiten la interacción entre plataformas digitales del a web 2.0 para compartir contenido mediante redes sociales, blogs, revistas digitales y portales web. Además, son el conjunto de diversos servicios informáticos que son transmitidos en la red constantemente y sufren cambios según el nivel de participación de los usuarios **(Méndez, 2020)**.

Las herramientas digitales juegan un papel muy importante dentro de las tecnologías de la información ya que transforman los procesos de comunicación y transmisión El acceso a internet cada vez es mayor en todos los países del mundo y es una realidad a la que todas las industrias y las actividades económicas se han integrado, unas con más éxito que otras, esto debido al desconocimiento sobre las herramientas que propone la web 2.0 para digitalizar cada paso que una empresa realice. La brecha digital avanza a la par de la tecnología por lo conocer acerca de la actualización constante de los medios digitales una la promoción tradicional y la modernización. Para que las herramientas digitales tengan éxito dependen de la disponibilidad de dispositivos y el grado de conocimiento acerca de su funcionamiento **(Pineda & Orozco, 2018)**.

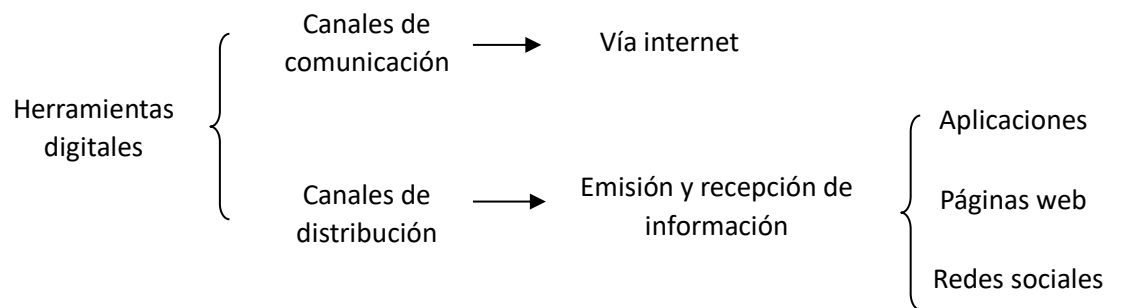
La comunicación turística está sometida a un proceso de adaptación, lo que significa el avance constante en la forma de utilización de las herramientas digitales, ya que son bases estratégicas para establecerse en el mercado y sobrellevar a la competencia. La demanda turística digital utiliza medios establecidos como fuente de información, entre ellos destacan las redes sociales que son el recurso más demandando en la actualidad; blogs como herramienta de transmisión de experiencia; y entre otros. La actividad turística centra sus esfuerzos en cumplir con las exigencias y nuevas necesidades que el consumidor actual requiere, Cuando el usuario evalúa objetivamente el servicio o atractivo que visito hay un riesgo entre lo que visualizo en las herramientas digitales con la realidad. Esto se debe a la intangibilidad que posee la



actividad turística y en consecuencia dificulta que la comunicación se lleve a cabo con éxito por lo que es importante conocer los componentes de las herramientas digitales como se observa en la figura 5 (Gutiérrez et al., 2020).

**Figura 6**

*Componentes de las herramientas digitales*



*Nota.* La comunicación y la recepción son una parte importante del manejo de las herramientas digital en el turismo 2.0, bajo este proceso la información que se publica llega con éxito al destinatario.

### **Redes sociales**

Para la gran parte de usuarios tecnológicos la principal función de la web 2.0 es la comunicación por lo que las redes sociales son el medio más utilizado para desarrollar esta actividad así también como ser el motivo principal para convertirse en creadores de contenido y compartir información a una audiencia previamente seleccionada. Por esto, las redes sociales son un conjunto de aplicación que permite la reproducción instantánea de mensajes, fotografías, videos y comentarios capaz de llegar a miles de personas alrededor del mundo, así también como son utilizadas por medio de perfiles que crean la identidad virtual de personas de tal forma que tienen una vida online y una vida real (Morduchowicz, 2022).

Las redes sociales generan una gran cantidad de aportes que permiten el vínculo entre las aplicaciones como páginas webs externas, esto según el grado de uso que se requiera dar; ya sea como medio de publicidad conectado vínculos de promoción que se colocan en la red social, pero al abrirlo es direccionado a la web. Por otro lado, el funcionamiento va desde la lectura simple de una publicación a proponer sugerencias o emitir comentarios sobre el contenido observado, estas redes son recursos de promoción digital para emprendimientos nuevos en el mercado, por lo que también lo

es para la promoción turística. Existe miles de perfiles con nombres de empresas o sitios turísticos en donde su finalidad es mostrar contenido sobre servicios o productos a ofertar **(Herencia, 2018)**.

### **Mapa interactivo**

Los mapas interactivos son una herramienta digital que posibilita el acceso a la información de forma dinámica, selectiva y gráfica. La construcción del contenido que se publica en esta herramienta se realiza de forma individual o colectiva y se mantiene en actualización constante. Los mapas interactivos tienen funciones participativas como el definir puntos de localización y comunicación, que permiten una interacción de forma asincrónica y al alcance de todos. Además, ofrecen flexibilidad de criterios en donde los interesados manipulan esta herramienta según sus gustos y necesidades bajo un criterio de búsqueda o un enlace redireccionado desde otro sitio web. Los mapas interactivos facilitan la ejecución de actividades con fines informativos según la rama de conocimiento que se desea compartir, en donde la interacción se realiza por medio de videos, fotografías, reseñas, experiencias, etc. Esta herramienta tiene un alcance informativo territorial, debido a que genera contenido específico sobre un sitio determinado contribuyendo con la búsqueda de quienes requieren información geográfica sobre un tema **(Medranda, Palacios et al., 2018)**.

Para que los mapas interactivos cumplan su función, es fundamental el uso de la tecnología ya que es la herramienta para su producción e implementación, debido a que las TICS, se han convertido en actores no humanos, es decir, tienen un rol activo que trabaja en conjunto con el ser humano. Gracias a la web 2.0 y su soporte tecnológico los mapas digitales se vuelven interactivos con más facilidad, ampliando la relación entre el internet, el sujeto y el objeto, de tal forma que se abren varias formas de aplicación, entre ellas en el sector turístico. En el turismo, los mapas interactivos son una herramienta efectiva de promoción de destinos y recursos turísticos, sin embargo, es importante tener en cuenta su uso y su función ya que no se busca suplir la experiencia que genera el desplazamiento físico turísticos, si no que se espera que el visitante se familiarice y tenga conocimientos previos e información antes de hacer la visita **(Nieto & Cárdenas, 2018)**.

## **1.5 Objetivo general**

- Analizar el patrimonio cultural y su relación con el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa.

## **1.6 Objetivos específicos**

1. Identificar el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa
2. Caracterizar el manejo del turismo 2.0 para la promoción turística con herramientas digitales.
3. Crear una estrategia de turismo 2.0 para difundir el patrimonio cultural material.

Para cumplir con el primero objetivo específico planteado se identificó el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa por medio de levantamiento de fichas de registro de bienes culturales inmuebles y la ficha A4 de conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Mientras que se caracterizó el manejo del turismo 2.0 mediante la aplicación de 203 encuestas a los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa, en donde se identificaron características como: el nivel de conocimiento sobre el turismo 2.0, frecuencia del uso de redes sociales, frecuencia de visualización de páginas promocionales de la parroquia, frecuencia de visita a las casas patrimoniales, motivación turística y platos típicos preferidos. Finalmente gracias al levantamiento de información y a los resultados obtenidos se creó un mapa interactivo como estrategia de turismo 2.0, en el que se muestra información importante sobre el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa de forma en la que el turista pueda interactuar directamente con el contenido publicado sobre museos y platos típicos para generar convencimiento y posteriormente la visita a la parroquia.

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA

### 2.1 Materiales

**Tabla 1**

*Materiales*

Humanos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Autora</li><li>• Asesor</li></ul>
Equipo tecnológico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Computador</li><li>• Teléfono celular</li><li>• Internet</li><li>• Impresora</li></ul>
Equipo de utilería	<ul style="list-style-type: none"><li>• Esferos</li><li>• Cuaderno</li><li>• Hojas de papel bond</li></ul>

*Nota.* Elaborado por Castro, K. (2023).

### 2.2 Métodos

#### Método

La presente investigación tiene un método deductivo e inductivo. El método deductivo es utilizado en investigaciones de enfoque cuantitativo, tomando en cuenta principios, conocimientos y fundamentos generales en el área de estudio o en la definición de las variables, de forma en que la inferencia llegue hasta conclusiones particulares (**Prieto, 2018**). Este método se aplicó en la definición de los conceptos generales del turismo 2.0 y la web 2.0 para concluir particularmente en las herramientas digitales que se utilizan como forma de promoción turística interactiva.

El método inductivo es definido por **Zamora (2018)** como aquel que llega de los conocimientos particulares previamente seleccionados y estudiados para llegar hacia conclusiones generales que se producen mediante el estudio de la variable. Se aplicó este método al identificar el patrimonio cultural (museos) y el patrimonio gastronómico (platos típicos) de la parroquia para concluir la función que tiene el patrimonio cultural como fuente principal de atracción turística y posteriormente para su difusión a partir de herramientas digitales.

## **Enfoque**

La presente investigación tiene un enfoque mixto. Este enfoque surge por la necesidad de agrupar problemas de investigación de varias ramas de manera holística, además el investigador abarca temas cuantitativos y cualitativos y utilizar las fortalezas de estos dos tipos de investigación para combinarlas y concluir positivamente ante una hipótesis planteada. El enfoque mixto representa un proceso, crítico, empírico y sistemático en donde se aplica recolección, análisis y deducción de datos cuantitativos y cualitativos, de tal forma que la objetividad y subjetividad se fusionen para responder a la problemática planteada. Además, la investigación mixta concientiza la estructura mental y los comportamientos cotidianos dando paso a la inducción y deducción de información **(Otero, 2018)**.

Se utilizó este enfoque en la presente investigación, ya que la variable independiente patrimonio cultural es identificado mediante técnicas de recolección cualitativas, además de experiencias y relatos de quienes promocionan el patrimonio en el sector; mientras que el turismo 2.0, busca cuantificar el número de visitantes con conocimientos sobre el turismo 2.0, sus componentes y sus herramientas que visitan la parroquia Atocha-Ficoa con fines turísticos gastronómicos y culturales; de tal forma en que se buscó la factibilidad para aplicar herramientas de promoción turística 2.0 en el sector.

## **Diseño**

La presente investigación tiene un diseño no experimental transversal. El diseño no experimental que se utilizó es de tipo transversal en donde **Álvarez (2020)**, menciona que es aquel análisis direccionado a investigaciones que no tienen una muestra que requiere un estudio por periodos de tiempo para observar cambios o resultados, si no que se indaga sobre el tema de investigación en un momento único determinado y cuando el investigador lo considere prudente. La presente investigación utilizó este diseño debido a que el estudio no sufrió variaciones, por lo que la aplicación de técnicas e instrumentos se realizó en un momento específico sin necesidad de comprobar resultados en varios periodos de tiempo.

## **Alcance**

### **Alcance investigativo**

La presente investigación tiene un alcance fenomenológico cualitativo. El nivel fenomenológico es comprender y explorar las experiencias de personas en relación a un fenómeno o elemento a estudiar que mantengan características en común con estas vivencias (**Amaya Jiménez et al., 2021**). La investigación utilizó el alcance fenomenológico para detallar los elementos (museos y platos típicos) que mantienen características en común, a partir del acercamiento con los actores principales que difunden este patrimonio.

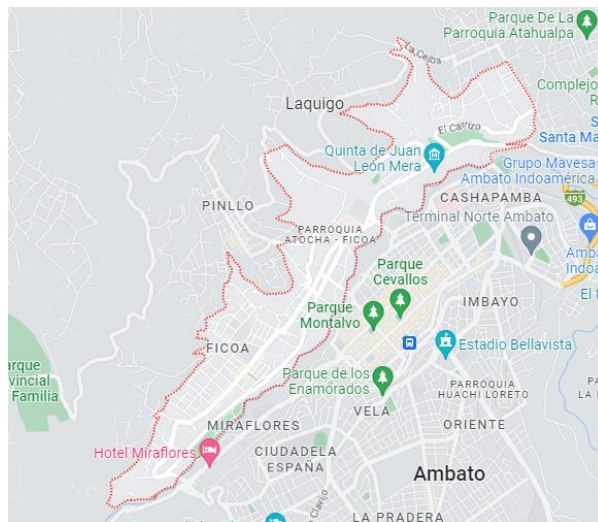
Además la presente investigación tiene un alcance descriptivo cuantitativo, es aquel que busca describir las características de un fenómeno a través de un proceso de conteo estadístico o numérico para obtener resultados más detallados y concluir con un análisis de datos después de su aplicación (**Risco, 2020**). Con el nivel descriptivo utilizado en la investigación se buscó describir la influencia y función que tiene el turismo 2.0 en los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa, además de redactar el alcance de conocimiento que tienen estos turistas sobre las herramientas digitales y las más utilizadas para conocer sobre destinos turísticos.

### **Alcance territorial**

La presente investigación se desarrolló en la parroquia Atocha-Ficoa, una de las 9 parroquias urbanas que conforman la ciudad de Ambato, se encuentra ubicada en la zona norte de la ciudad y es conocida por su gastronomía típica entre cuyes asados y la colada morada. Además, posee quintas patrimoniales que albergan historias de personajes emblemáticos para la historia del Ecuador, parques centrales e infantiles con áreas recreacionales, y varios locales gastronómicos abiertos a los turistas. Está compuesta por dos barrios, Atocha y Ficoa, he ahí su nombre y se encuentra a menos de 5 minutos del centro de Ambato, por lo que su acceso no presenta complicaciones.

**Figura 7**

*Delimitación parroquia Atocha-Ficoa*



*Nota. Tomado de Google maps (2023).*

### **Población y muestra**

La investigación fue aplicada a los visitantes turísticos que llegan al sector. No fue posible determinar un número exacto de turistas que llegan a los establecimientos gastronómicos y a las quintas patrimoniales, se aplicó la fórmula de población desconocida en un muestro probabilístico al azar.

En donde:

Za= nivel de confiabilidad del 95%

Za= 1.96<sup>2</sup>

p= proporción esperada (5%)

p= 0.05

q= margen de fracaso

q= 0.95

d= margen de error admisible

d= 3%

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2} = 203$$

La muestra obtenida fue de 203, por lo que es la cantidad de encuestas aplicadas a los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa, siendo el número que represento a la población para obtener su opinión sobre el turismo 2.0.

## **Técnicas**

### **Observación**

Se utilizó la técnica de observación en el enfoque cualitativo. Esta técnica es una herramienta que permite describir situaciones, actividades, hechos y fenómenos. La observación para que se convierta y se utilice como técnicas de investigación debe estar correctamente enfocada en un objetivo determinado, para que sea planificada con anterioridad y controlada por el investigador con el fin de que sea fiable **(Milillo, 2021)**.

### **Encuestas**

Se utilizó la técnica de encuestas en el enfoque cuantitativo de la investigación la cual se define como la recolección de datos específicos y enteros a una o varias personas siendo administrada por el investigador sin modificar el entorno en el que se está desarrollando **(Ávila et al., 2020)**.

## **Instrumentos**

### **Fichas de inventario**

Se utilizaron las fichas de inventario propuestas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, las que permiten inventariar el patrimonio material, inmaterial, bienes muebles e inmuebles de forma confiable y homologada por esta institución **(Bonilla, 2020)**. Se utilizó las fichas de registro de bienes culturales inmuebles y la ficha A4 de conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo las cuales se encuentran adjuntadas en el anexo B de la investigación, para levantar información sobre el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa entre museos y platos típicos.

### **Cuestionario**

La investigación utilizó un cuestionario de preguntas cerradas el que consiste en una serie de interrogaciones previamente planteadas y necesarias para obtener información sobre un tema determinado, en donde el investigador tiene la función de generar confianza a los encuestados para obtener datos eficaces que sean de aporte a la investigación **(Torres et al., 2020)**. Se aplicó un cuestionario de diez preguntas el cual se encuentra adjuntado en el anexo B de la investigación, dirigido a los visitantes que llegan a la parroquia Atocha-Ficoa.



Se tomó como referencia la escala de Likert, instrumento utilizado para recolectar datos en investigaciones cualitativas y realizar una medición de tipo ordinal en los que se asigna valores numéricos normalmente entre uno y cinco a cada categoría de respuesta para conocer la reacción del sujeto mediante el planteamiento o interrogante estipulado por el investigador. Esta escala es utilizada para conocer gustos, preferencias, frecuencias, acuerdos y desacuerdos sobre un determinado tema a encuestar (Luna, 2007).

La presente investigación utilizó la escala de Likert como método de recolección de datos en la encuesta aplicada a los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa para conocer su nivel de conocimiento referente al turismo 2.0, la frecuencia de uso de redes sociales como herramienta de información turística, la frecuencia con la que visitan los lugares patrimoniales del lugar y sus gustos o preferencias gastronómicas.

**Tabla 2**

*Fiabilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,782	10

*Nota.* Tomado del programa estadístico SPSS




Las 203 respuestas obtenidas por los encuestados fueron analizadas por Alfa de Cronbach generando un resultado de 0,782 por lo que el nivel de fiabilidad es BUENO de manera que el instrumento que consta de 10 preguntas es viable y fue aplicado a los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa.

**CAPITULO III**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

**3.1 Análisis y discusión de resultados**

**3.1.1 Análisis y discusión de la variable independiente**

**Fichas de registro**

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR			 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		<b>CÓDIGO</b>
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES <b>FICHA DE REGISTRO</b>			BI-18-08-01-23-000001		
<b>1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
Denominación del inmueble: CASA MUSEO MARTÍNEZ HOLGUÍN					
Clave catastral:				Registro No.: 1 de 3	
<b>2. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				<b>3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD</b>	<b>4. USOS</b>
<b>Provincia:</b>	<b>Cantón</b>	<b>Ciudad:</b>		<b>Público:</b>	<b>Original:</b>
TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO		MUNICIPAL	CULTURAL
<b>Parroquia:</b>		Calle principal: Av. Rodrigo Pachano	<b>No.</b>		
ATOCHA-FICOA		Intersección: A la Costa	<b>Mz.</b>		
<b>Urbana</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Recinto:</b>	<b>Comunidad:</b>	Particular <input type="checkbox"/>	Pertenece a la administración pública.
<b>Rural:</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Sitio:</b> Atocha	<b>Otros:</b>	Religioso <input type="checkbox"/>	
<b>CoordenadasWG584 Z17S : X (Este)      Y (Norte)      Z (Altitud)</b>					
<b>5. PLANTA ESQUEMÁTICA</b>			<b>6. UBICACIÓN</b>		
N/A					
Área construida: N/A		Área del terreno: 14 hectáreas			

7. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			11. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL																					
Siglo		Fecha / Década																						
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>																							
XVI (1500 -1599)	<input type="checkbox"/>																							
XVII (1600 - 1699)	<input type="checkbox"/>																							
XVIII (1700 -1799)	<input type="checkbox"/>																							
XIX (1800 - 1899)	<input type="checkbox"/>	1864																						
XX (1900 - 1999)	<input type="checkbox"/>																							
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>																							
8. ESTADO DE CONSERVACIÓN			<p><b>Descripción de la fotografía:</b> Fotografía frontal de la Casa Museo Martínez Holguín, en donde se aprecia el acceso a las 3 salas en exhibición actualmente, también se observa la segunda planta que funciona como un mirador hacia el Jardín Botánico</p> <p><b>Código fotográfico:</b> BI-03-11-08-01-23-000001_1.jpg</p>																					
Sólido	98	%																						
Deteriorado		%																						
Ruinoso		%																						
9. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS			<p><b>Riesgos naturales</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Erupciones</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Inundaciones</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Sismos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Fallas geológicas</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Remociones en masa</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otros:</td> <td></td> </tr> </table> <p><b>Riesgos antrópicos</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Conflictos herencia</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Abandonado</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Intervenciones inadecuadas</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otros:</td> <td></td> </tr> </table>		Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas	<input type="checkbox"/>	Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:		Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado	<input type="checkbox"/>	Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:	
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones			<input type="checkbox"/>																			
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas			<input type="checkbox"/>																			
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:																						
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado	<input type="checkbox"/>																					
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:																						
N/A																								
N/A																								
10. VULNERABILIDAD			<p><b>12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE</b></p> <p>El inmueble funciona como un museo abierto al público, en cual era la casa de la familia Martínez Holguín. La casa fue construida y diseñada con un estilo clásico rural con 157 años de antigüedad en una construcción mixta de adobe y bareque, la casa cuenta mobiliario de estilo Luis XIV, en donde en su mayoría son recreaciones. La familia fue encabezada por el Dr. Nicolas Martínez Vásconez y su esposa Doña Adelaida Holguín. En la actualidad el museo se encuentra en remodelación por lo que se apertura solo estas tres salas, en las que se relata parte de la vida de esta familia con cuadros, fotografías, mobiliarios acondicionados a la época para generar una experiencia turística histórica diferente.</p>																					
Riesgos naturales																								
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones			<input type="checkbox"/>																			
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas	<input type="checkbox"/>																					
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:																						
Riesgos antrópicos			<p><b>12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE</b></p> <p>El inmueble funciona como un museo abierto al público, en cual era la casa de la familia Martínez Holguín. La casa fue construida y diseñada con un estilo clásico rural con 157 años de antigüedad en una construcción mixta de adobe y bareque, la casa cuenta mobiliario de estilo Luis XIV, en donde en su mayoría son recreaciones. La familia fue encabezada por el Dr. Nicolas Martínez Vásconez y su esposa Doña Adelaida Holguín. En la actualidad el museo se encuentra en remodelación por lo que se apertura solo estas tres salas, en las que se relata parte de la vida de esta familia con cuadros, fotografías, mobiliarios acondicionados a la época para generar una experiencia turística histórica diferente.</p>																					
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado			<input type="checkbox"/>																			
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:																						
12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE																								
<p>El inmueble funciona como un museo abierto al público, en cual era la casa de la familia Martínez Holguín. La casa fue construida y diseñada con un estilo clásico rural con 157 años de antigüedad en una construcción mixta de adobe y bareque, la casa cuenta mobiliario de estilo Luis XIV, en donde en su mayoría son recreaciones. La familia fue encabezada por el Dr. Nicolas Martínez Vásconez y su esposa Doña Adelaida Holguín. En la actualidad el museo se encuentra en remodelación por lo que se apertura solo estas tres salas, en las que se relata parte de la vida de esta familia con cuadros, fotografías, mobiliarios acondicionados a la época para generar una experiencia turística histórica diferente.</p>																								

13. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA									
Época / Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal	
Colonial		Republicano		Recta	<input type="checkbox"/>	Alero	<input type="checkbox"/>	Portal PB	<input type="checkbox"/>
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>
Barroco	<input type="checkbox"/>	Ecléctico	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y sopor- tal	<input type="checkbox"/>
Rococo	<input type="checkbox"/>	Neorrománico	<input type="checkbox"/>	Retranqueada	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	<b>Balcones</b>	
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	<b>Portada</b>		Balaustrada	<input type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input type="checkbox"/>
<b>Número de vanos abiertos</b>		Moderno	<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	<b>Zócalo</b>	
PA	0	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input type="checkbox"/>
PB	1	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	<b>No. de pisos</b>		Rugoso	<input type="checkbox"/>
<b>Molduras y ornamentación:</b> Diseño de carpintería en pilares, canchillos, zapatas así como también puertas, ventanas y balaustres.						2		Liso / Rugoso	<input type="checkbox"/>
						<b>Color</b>		<b>Textura</b>	
						Blanco, piedra cobrizo		Lisa	<input type="checkbox"/>
						Rugosa	<input type="checkbox"/>		
14. TIPOLOGÍA FORMAL		15. TIPOLOGÍA FUNCIONAL		16. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO					
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	<b>Elementos constructivos</b>	<b>Materiales de Construcción</b>		<b>Estado de conservación</b>		
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación	Piedra		S	D	R
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura	Ladrillo		S	D	R
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros / Paredes / Tabiques	Ladrillo		S	D	R
Arquitectura tradicional	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos	Madera		S	D	R
Arquitectura vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos	Madera		S	D	R
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos Rasos	Madera		S	D	R
Haciendas	<input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/>	Cubierta	Teja de barro cocido		S	D	R
Rutas	<input type="checkbox"/>	Recreativa	<input type="checkbox"/>	Escaleras	Madera		S	D	R
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas	Madera / vidrio		S	D	R
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Puertas	Madera		S	D	R

Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:	Portales / Soportales / Galerías		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>		Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>		Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>		Otros:		S	D	R
Otros: Museos					S	D	R

### 17. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS



BI-03-11-08-01-23-000001\_2.jpg

Descripción de la fotografía: Diferentes perspectivas fotográficas de la Casa Museo Martínez Holguín

### 18. INTERVENCIONES ANTERIORES

Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones	
	Consolidación	Restauración	Liberación	Sustitución		
Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/>
Cielos rasos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Añadidos	<input type="checkbox"/>
Estructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Faltantes	<input type="checkbox"/>

Muros/paredes/tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>Descripción:</b> Cambio de iluminación y de piso para la adecuación del museo.
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Otros:</b>					
<b>19. ESQUEMAS GENERALES</b>					
N/A					
<b>20. OBSERVACIONES</b>					
<p>Pese a que el museo no ha sido destruido por sismos o terremotos ocurridos en la ciudad, ha sido sometido a remodelaciones y mantenimientos constantes con el fin de evitar el deterioro de este, además de seguir con su principal función que es mantener la cultura histórica viva de los personajes que habitaban allí.</p> <p>No cuenta con una planta esquemática dibujada o impresa.</p>					
<b>21. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato					
<b>Registrado por:</b> Karla Castro			<b>Fecha de registro:</b> 21-05-2023		
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez, Mg.			<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023		
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez, Mg.			<b>Fecha de aprobación:</b> 25-05-2023		
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro					



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO  
CULTURAL**  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO  
PATRIMONIAL BIENES  
CULTURALES INMUEBLES  
**FICHA DE REGISTRO**

**CÓDIGO**

BI-03-11-08-01-23-000002

**1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**Denominación del inmueble:** CASA MUSEO JUAN LEON MERA

**Clave catastral:**

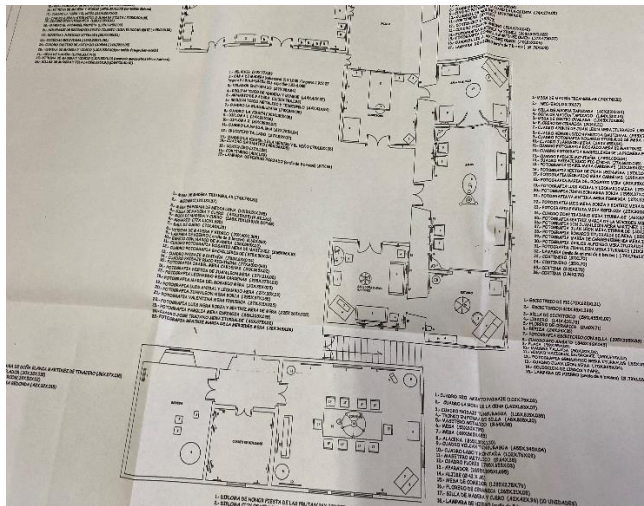
**Registro No.:** 2 de 3

**2. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

2. DATOS DE LOCALIZACIÓN			3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
<b>Provincia:</b>	<b>Cantón</b>	<b>Ciudad:</b>	<b>Público:</b>	<b>Original:</b>
TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO	MUNICIPAL	CULTURAL
<b>Parroquia:</b>	Calle principal: Av. Rodrigo Pachano	<b>No.</b>		
ATOCHA-FICOA	Intersección: A la Costa	<b>Mz.</b>	<b>Privado</b>	<b>Actual:</b>
<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	<b>Recinto:</b>	<b>Comunidad:</b>	Particular <input type="checkbox"/>	Pertenece a la administración pública.
<b>Rural:</b> <input type="checkbox"/>	<b>Sitio:</b> Atocha	<b>Otros:</b>	Religioso <input type="checkbox"/>	

**Coordenadas WG584 Z17S : X (Este)                      Y (Norte)                      Z (Altitud)**

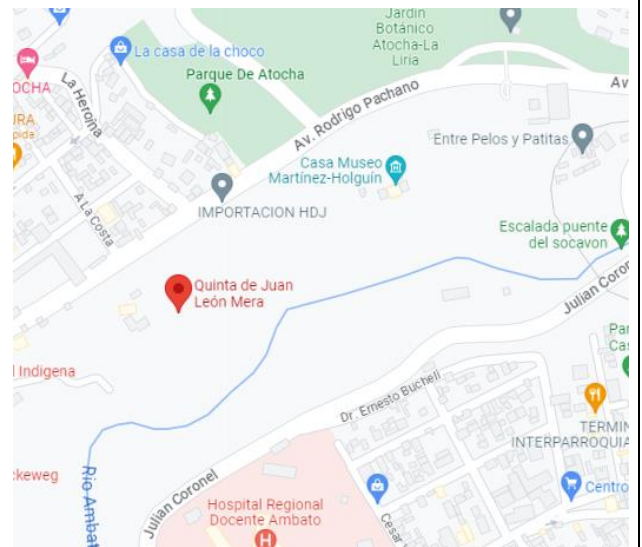
**5. PLANTA ESQUEMÁTICA**




Área construida: N/A

Área del terreno: 14 hectáreas

**6. UBICACIÓN**



7. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			11. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL			
Siglo		Fecha / Década				
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>					
XVI (1500 -1599)	<input type="checkbox"/>					
XVII (1600 - 1699)	<input type="checkbox"/>					
XVIII (1700 -1799)	<input type="checkbox"/>					
XIX (1800 - 1899)	<input type="checkbox"/>	1874				
XX (1900 - 1999)	<input type="checkbox"/>					
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>					
8. ESTADO DE CONSERVACIÓN						
Sólido	98	%				
Deteriorado		%				
Ruinoso		%				
9. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS						
N/A						
10. VULNERABILIDAD			<p><b>Descripción de la fotografía:</b> Fotografía frontal de la Casa Museo Juan León Mera, en la que se aprecia las salas o habitaciones en exhibición al público, El patio frontal es utilizado como sede de eventos cívicos y de realce para la ciudad, en donde se hacen presente autoridad, grupos de baile e invitados. Así también se observan las palmeras de coco chileno cultivadas por Mera.</p> <p><b>Código fotográfico:</b> BI-03-11-08-01-23-000001_6.jpg</p>			
<b>Riesgos naturales</b>						
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones			<input type="checkbox"/>	
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas			<input type="checkbox"/>	
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:				
<b>Riesgos antrópicos</b>						
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado			<input type="checkbox"/>	
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:				
12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE						
<p>El inmueble funciona como un museo abierto al público, en cual se muestra la casa construida y diseñada por Mera bajo un etilo español en forma de "U". Tiene características coloniales de estilo español esto debido a sus líneas rectas, tiene pilares de madera y el techo de teja de barro cocido. La casa posee dos plantas y en la actualidad funciona como casa museo destinada a la visita turísticas en donde se exhiben la gran parte de las habitaciones</p>						



13. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA									
Época / Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal	
<b>Colonial</b>		<b>Republicano</b>		Recta	<input type="checkbox"/>	Alero	<input type="checkbox"/>	Portal PB	<input type="checkbox"/>
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>
Barroco	<input type="checkbox"/>	Ecléctico	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y soportal	<input type="checkbox"/>
Rococó	<input type="checkbox"/>	Neorromántico	<input type="checkbox"/>	Retranqueada	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	<b>Balcones</b>	
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	<b>Portada</b>		Balaustrada	<input type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input type="checkbox"/>
<b>Número de vanos abiertos</b>		Moderno	<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	<b>Zócalo</b>	
PA	0	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input type="checkbox"/>
PB	1	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	<b>No. de pisos</b>		Rugoso	<input type="checkbox"/>
<b>Molduras y ornamentación:</b> Diseño de carpintería en pilares, canecillos, zapatas así como también puertas, ventanas y balaustres.						2		Liso / Rugoso	<input type="checkbox"/>
						<b>Color</b>		<b>Textura</b>	
						Blanco, piedra cobriza		Lisa	<input type="checkbox"/>
								Rugosa	<input type="checkbox"/>
14. TIPOLOGÍA FORMAL		15. TIPOLOGÍA FUNCIONAL		16. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO					
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	<b>Elementos constructivos</b>	<b>Materiales de Construcción</b>	<b>Estado de conservación</b>			
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación	Piedra	S	D	R	
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura	Ladrillo	S	D	R	
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros / Paredes / Tabiques	Ladrillo	S	D	R	
Arquitectura tradicional	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos	Madera	S	D	R	
Arquitectura vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos	Madera	S	D	R	
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos Rasos	Madera	S	D	R	
Haciendas	<input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/>	Cubierta	Teja de barro cocido	S	D	R	
Rutas	<input type="checkbox"/>	Recreativa	<input type="checkbox"/>	Escaleras	Madera	S	D	R	
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas	Madera / vidrio	S	D	R	
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Puertas	Madera	S	D	R	

Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:	Portales / Soportales / Galerías		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>		Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>		Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>		Otros:		S	D	R
Otros: Museos					S	D	R

### 17. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS



BI-03-11-08-01-23-000001\_5.jpg



BI-03-11-08-01-23-000001\_6.jpg



Descripción de la fotografía: Diferentes perspectivas fotográficas de la Casa Museo Martínez Holguín

### 18. INTERVENCIONES ANTERIORES

Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones	
	Consolidación	Restauración	Liberación	Sustitución		
Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/>
Cielos rasos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Añadidos	<input type="checkbox"/>
Estructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Faltantes	<input type="checkbox"/>

Muros/paredes/tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>Descripción:</b> Cambio de iluminación y de piso para la adecuación del museo.
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Otros:</b>					
<b>19. ESQUEMAS GENERALES</b>					
N/A					
<b>20. OBSERVACIONES</b>					
Pese a que el museo no ha sido destruido por sismos o terremotos ocurridos en la ciudad, ha sido sometido a remodelaciones y mantenimientos constantes con el fin de evitar el deterioro de este, además de seguir con su principal función que es mantener la cultura histórica viva de los personajes que habitaban allí.					
<b>21. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato					
<b>Registrado por:</b> Karla Castro			<b>Fecha de registro:</b> 21-05-2023		
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez, Mg			<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023		
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez, Mg			<b>Fecha de aprobación:</b> 25-05-2023		
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro					

**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO  
CULTURAL**  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO  
PATRIMONIAL BIENES  
CULTURALES INMUEBLES  
**FICHA DE REGISTRO**

**CÓDIGO**

BI-03-11-08-01-23-000003

**1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**Denominación del inmueble:** CASA MUSEO JUAN MONTALVO

**Clave catastral:**

**Registro No.:** 3 de 3

**2. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:	Cantón	Ciudad:		Público:	Original:
TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO		MUNICIPAL	CULTURAL
Parroquia:	Calle principal: Av. Los Guaytambos	No.			
ATOCHA-FICOA	Intersección:	Mz.		Privado	Actual:
<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	Recinto:	Comunidad:		Particular <input type="checkbox"/>	Pertenece a la administración pública.
<b>Rural:</b> <input type="checkbox"/>	Sitio: Ficoa	Otros:		Religioso <input type="checkbox"/>	

**Coordenadas:** WG584 Z17S : X (Este)      Y (Norte)      Z (Altitud)

**5. PLANTA ESQUEMÁTICA**

N/A

**6. UBICACIÓN**



Área construida: N/A

Área del terreno: 1 hectárea

7. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			11. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	
Siglo		Fecha / Década		
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>			
XVI (1500 -1599)	<input type="checkbox"/>			
XVII (1600 - 1699)	<input type="checkbox"/>			
XVIII (1700 -1799)	<input type="checkbox"/>			
XIX (1800 - 1899)	<input type="checkbox"/>	1823		
XX (1900 - 1999)	<input type="checkbox"/>			
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>			
8. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Sólido	98	%		
Deteriorado		%		
Ruinoso		%		
9. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS				
N/A				
10. VULNERABILIDAD				
<b>Riesgos naturales</b>				
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>	
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas	<input type="checkbox"/>	
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:		
<b>Riesgos antrópicos</b>				
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado	<input type="checkbox"/>	
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:		
12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE			<p><b>Descripción de la fotografía:</b> Fotografía frontal de la Casa Museo Juan Montalvo, en la que se observa el pasaje que dirige a la que era la residencia de este emblemático personaje ambateño.</p> <p><b>Código fotográfico:</b> BI-03-11-08-01-23-000001_8.jpg</p>	
<p>La Casa Museo Juan Montalvo comprende alrededor de 200 años, se ubica en la quinta de la familia situada en Ficoa, en su interior se exhiben las habitaciones con mobiliario, escritos y fotografías originales de la época, además de exhibición de figuras de cera que muestran realismo. Finalmente esta quinta posee grandes jardines rodeados de flores e insectos que amenizan el ambiente de la naturaleza.</p>				

13. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA									
Época / Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal	
<b>Colonial</b>		<b>Republicano</b>		Recta	<input type="checkbox"/>	Alero	<input type="checkbox"/>	Portal PB	<input type="checkbox"/>
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>
Barroco	<input type="checkbox"/>	Ecléctico	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y soportal	<input type="checkbox"/>
Rococó	<input type="checkbox"/>	Neorromántico	<input type="checkbox"/>	Retranqueada	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	<b>Balcones</b>	
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	<b>Portada</b>		Balaustrada	<input type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input type="checkbox"/>
<b>Número de vanos abiertos</b>		Moderno	<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	<b>Zócalo</b>	
PA	0	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input type="checkbox"/>
PB	1	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	<b>No. de pisos</b>		Rugoso	<input type="checkbox"/>
<b>Molduras y ornamentación:</b> Diseño de carpintería en pilares, canecillos, zapatas así como también puertas, ventanas y balaustres.						2		Liso / Rugoso	<input type="checkbox"/>
						<b>Color</b>		<b>Textura</b>	
						Blanco, piedra cobriza		Lisa	<input type="checkbox"/>
						Rugosa	<input type="checkbox"/>		
14. TIPOLOGÍA FORMAL			15. TIPOLOGÍA FUNCIONAL			16. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO			
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	<b>Elementos constructivos</b>	<b>Materiales de Construcción</b>	<b>Estado de conservación</b>			
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación	Piedra	S	D	R	
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura	Ladrillo	S	D	R	
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros / Paredes / Tabiques	Ladrillo	S	D	R	
Arquitectura tradicional	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos	Madera	S	D	R	
Arquitectura vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos	Madera	S	D	R	
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos Rasos	Madera	S	D	R	
Haciendas	<input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/>	Cubierta	Teja de barro cocido	S	D	R	
Rutas	<input type="checkbox"/>	Recreativa	<input type="checkbox"/>	Escaleras	Madera	S	D	R	
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas	Madera / vidrio	S	D	R	
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Puertas	Madera	S	D	R	

Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:	Portales / Soportales / Galerías		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>		Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>		Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>		Otros:		S	D	R
Otros: Museos					S	D	R

### 17. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS



BI-03-11-08-01-23-000001\_9.jpg



BI-03-11-08-01-23-000001\_10.jpg



Descripción de la fotografía: Diferentes perspectivas fotográficas de la Casa Museo Martínez Holguín

### 18. INTERVENCIONES ANTERIORES

Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones	
	Consolidación	Restauración	Liberación	Sustitución		
Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/>
Cielos rasos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Añadidos	<input type="checkbox"/>
Estructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Faltantes	<input type="checkbox"/>

Muros/paredes/tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>Descripción:</b> Cambio de iluminación y de piso para la adecuación del museo.
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Otros:</b>					
<b>19. ESQUEMAS GENERALES</b>					
N/A					
<b>20. OBSERVACIONES</b>					
Pese a que el museo no ha sido destruido por sismos o terremotos ocurridos en la ciudad, ha sido sometido a remodelaciones y mantenimientos constantes con el fin de evitar el deterioro de este, además de seguir con su principal función que es mantener la cultura histórica viva de los personajes que habitaban allí.					
<b>21. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato					
<b>Registrado por:</b> Karla Castro			<b>Fecha de registro:</b> 24-05-2023		
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg.			<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023		
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg			<b>Fecha de aprobación:</b> 25-05-2023		
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro					





GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL**  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL CULTURAL  
INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO  
**A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA  
NATURALEZA Y EL UNIVERSO**

**CÓDIGO**

BM-18-01-01-004-000001

**1. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Parroquia:** Atocha-Ficoa

Urbana

Rural

**Localidad:** Ambato

**Coordenadas:**

**X(Este)**

**Y(Norte**

**Z(Altitud)**

)

**2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL**



**Descripción de la fotografía:** Vaso de colada morada

**Código fotográfico:** 001

**3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
COLADA MORADA-ATOCHA	D1	N/A
	D2	N/A
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua(s)</b>	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
	L2	N/A
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
GASTRONOMÍA TÍPICA DE ATOCHA	Se encuentra presente en el barrio Atocha, perteneciente a la parroquia Atocha-Ficoa	

<b>Breve reseña</b>					
La colada morada es una bebida tradicional que tiene sus orígenes desde el asentamiento de los “Kitus” quienes la preparaban para comunicarse con los muertos, es por ello por lo que nace como una tradición y es consumida con alta demanda cada 2 de noviembre.					
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>					
La colada morada es una bebida tradicional que se sirve y prepara en las familias el 2 de noviembre de cada año. Entre los ingredientes de su preparación se encuentra la harina de maíz negra, hierba luisa, cedrón, hojas de naranja y arrayan; azúcar o panela para endulzar y frutas varias como piñas, fresa, babaco, naranjilla, guayaba y mora. Es una bebida típica de la parroquia, específicamente del barrio Atocha y se sirve comúnmente con empanadas de viento.					
<b>Fecha o período</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>			
	Anual	La colada morada se prepara todos los días del año, sin necesidad de la celebración de noviembre, ya que en Atocha se encuentra disponible continuamente.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
	Local	Varios turistas locales, provinciales, regionales y nacionales visitan el lugar con el fin de consumir la colada morada ya que es el único lugar donde se encuentra en gran variedad durante todo el año.			
	Provincial				
	Regional				
x	Nacional				
	Internacional				
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
E1	Harina de maíz negra	Vegetal	Ambato	Compra	
E2	Hierbas aromáticas	Vegetal	Ambato	Compra	
E3	Frutas	Vegetal	Ambato	Compra	
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
H1	Olla	Actual	Ambato	Compra	
H2	Cucharon	Actual	Ambato	Compra	
H3	Colador	Actual	Ambato	Compra	
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo Función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	Cesar Ronquillo	25 años	Propietario	Atocha	Ambato
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
x	Padres-hijos	El señor Cesar Ronquillo obtuvo conocimientos de preparación de sus padres, y él y			

	Maestro-aprendiz	sus hermanos heredaron el negocio de en el que elabora la colada morada como parte principal del menú que ofertan a los turistas.		
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>		
x	Padres-hijos	El señor Cesar Ronquillo transmite actualmente a sus hijos mediante el trabajo continuo en el local.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
Comprende una gran importancia dentro de la comunidad ya que el sabor que brinda a los consumidores hace que sean protagonistas de la tradición, costumbre y riqueza gastronómica que caracteriza al local, el barrio y la parroquia.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
	Alta	No existen modificaciones en la receta original de la preparación heredada de antiguas generaciones, sin embargo, el sabor que genere siempre tendrá un grado de diferencia por quien lo prepare.		
	Media			
x	Baja			
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
CESAR RONQUILLO	AV. RODRIGO PACHANO E HIMNO NACIONAL	N/A	MASCULINO	48 AÑOS
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
COLADA MORADA	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A	
<b>9. ANEXOS</b>				

Textos	Fotografías	Videos	Audio
	 		

**10. OBSERVACIONES**

La colada morada es una bebida típica del barrio Atocha, en donde se encuentran varios emprendimientos de restauración que la preparan, y “KIOSKO, ATOCHA LUGAR TURISTICO”, es uno de ellos en donde la familia Ronquillo prepara un amplio menú para todos los días de tal forma que se conserve la tradición y el saber.

**11.DATOS DE CONTROL**

<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato	
<b>Inventariado por:</b> Karla Castro	<b>Fecha de inventario:</b> 22-05-2023
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha aprobación:</b> 25-05-2023
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro	
<b>gistro fotográfico:</b> Karla Castro	



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL**  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL CULTURAL INMATERIAL  
FICHA DE INVENTARIO  
**A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL  
UNIVERSO**

**CÓDIGO**

BM-18-01-01-004-000002

**1. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Parroquia:** Atocha-Ficoa

Urbana

Rural

**Localidad:** Ambato

**Coordenadas:**

X(Este)

Y(Norte)

Z(Altitud)

**2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL**




**Descripción de la fotografía:** Empanada de viento

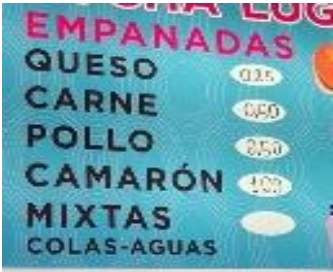

**Código fotográfico:** 002

**3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
EMPANADA DE VIENTO-ATOCHA	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua(s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
	L2	N/A

Subámbito		Detalle del subámbito			
GASTRONOMÍA TÍPICA DE ATOCHA		Se encuentra presente en el barrio Atocha, perteneciente a la parroquia Atocha-Ficoa			
<b>Breve reseña</b>					
Las empanadas de viento se preparan tradicionalmente en manteca y son influencia de la cultura española que posteriormente llegó a Ecuador, en Atocha, es un plato típico presente todos los días del año y es acompañante de la colada morada.					
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>					
Las empanadas de viento llevan ese nombre debido a la forma en la que se terminan de freír en una paila amplia y apta por lo que llevan aire en su interior. Sus ingredientes principales son la harina de trigo blanca, mantequilla, sal y azúcar. Sin embargo, con el paso de los años se han incorporado ingredientes como el polvo para hornear además de presentar variedad en relleno y no solo de queso, sino también entre carne, pollo, camarón o mixta.					
Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Las empanadas de viento se preparan todos los días del año en Atocha, como acompañante de la tradicional colada morada u otras bebidas como el morocho.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Varios turistas locales, provinciales, regionales y nacionales visitan el lugar con el fin de consumir las empanadas de viento con sus diversos rellenos, además de que al adquirir el vaso de colada morada es común la compra de estas empanadas.			
	Provincial				
	Regional				
x	Nacional				
	Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	Harina de trigo blanco	Vegetal	Ambato	Compra	
E2	Rellenos (queso, carne, pollo)	Vegetal, Animal	Ambato	Compra	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	Paila	Actual	Ambato	Compra	
H2	Rodillo	Actual	Ambato	Compra	
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Cesar Ronquillo	25 años	Propietario	Atocha	Ambato
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			

x	Padres-hijos	El señor Cesar Ronquillo obtuvo conocimientos de preparación de sus padres, por lo que él y sus hermanos heredaron el negocio de en el que elabora las empanadas de viento dando gran variedad de rellenos como parte principal del menú que ofertan a los turistas.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>		
x	Padres-hijos	El señor Cesar Ronquillo transmite actualmente a sus hijos mediante el trabajo continuo en el local.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
Comprende una gran importancia dentro de la comunidad ya que el sabor que brinda en la degustación por parte de los consumidores ya que hace que sean protagonistas de la tradición y riqueza gastronómica que caracteriza al local y a la parroquia.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
	Alta	Han existido pequeñas modificaciones a la receta actual, esto debido al avance de materia prima que facilita la preparación, como por ejemplo el añadir polvo de hornear en la receta de tal forma que ayude en la forma final de la empanada.		
x	Media			
	Baja			
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
CESAR RONQUILLO	AV. RODRIGO PACHANO E HIMNO NACIONAL	N/A	MASCULINO	48 AÑOS
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
COLADA MORADA	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A	
<b>9. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
				

	 		
--	--	--	--

**10. OBSERVACIONES**

La empanas de viento es plato típico del barrio Atocha, que se sirve solo o como acompañante de bebidas principalmente de la colada morada, está presente en varios emprendimientos de restauración que la preparan, y “KIOSKO, ATOCHA LUGAR TURISTICO”, es uno de ellos en donde la familia Ronquillo prepara un amplio menú de empanadas entre relleno solo y mixto durante todos los días del año.

**11.DATOS DE CONTROL**

<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato	
<b>Inventariado por:</b> Karla Castro	<b>Fecha de inventario:</b> 22-05-2023
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha aprobación:</b> 25-05-2023
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro	





GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL**  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIALCULTURAL INMATERIAL  
FICHA DE INVENTARIO  
**A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL  
UNIVERSO**

**CÓDIGO**

BM-18-01-01-004-000003

**1. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Parroquia:** Atocha-Ficoa

Urbana

Rural

**Localidad:** Ambato

**Coordenadas:**

**X(Este)**

**Y(Norte)**

**Z(Altitud)**

**2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL**



**Descripción de la fotografía:** Cuy asado

**Código fotográfico:** 003

**3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
CUY ASADO	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua(s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
	L2	N/A
Subámbito	Detalle del subámbito	
GASTRONOMIA TIPICA DE FICOA	Se encuentra presente en el barrio Ficoa, perteneciente a la parroquia Atocha-Ficoa	

<b>Breve reseña</b>					
El cuy asado es una preparación tradicional que realizan nuestros antepasados indígenas, principalmente por valor nutricional que este animal puede transmitir a quienes lo consuman, antiguamente se lo asaba a leña.					
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>					
El cuy asado es un plato tradicional en el Ecuador, esto se debe a la transmisión de generación en generación sobre su preparación y sus beneficios. Es muy común servirlo con papas cocinadas en salsa de maní, además se asocia mucho con el conejo asado, sin embargo, presentan diferencia en sabor y tamaño. En este lugar es un plato típico al ser preparado todos los días del año.					
<b>Fecha o período</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>			
	Anual	El cuy asado se prepara todos los días del año en los locales de restauración típicos especializados en este plato en el barrio Ficoa, parroquia Atocha-Ficoa.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
	Local	Varios turistas locales, provinciales, regionales y nacionales visitan el lugar con el fin de consumir el cuy asado para beneficios relacionados con la salud o simplemente por consumo tradicional.			
	Provincial				
	Regional				
x	Nacional				
	Internacional				
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
E1	Cuy	Animal	Ambato	Crianza	
E2	Papas	Vegetal	Ambato	Compra	
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
H1	Asadero especial	Actual	Ambato	Compra	
H2	Carbón	Actual	Ambato	Compra	
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	Dina Flores	51 años	Trabajador	Ficoa	Ambato
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
	Padres-hijos	La señora Dina Flores nos comenta que su preparación ha sido aprendida en el lugar de expedido, sin embargo, posee conocimientos previos sobre este plato típico ya que es muy conocido en el Ecuador.			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				

	Otro	
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>
x	Padres-hijos	La señora Flores transmite sus conocimientos aprendidos en el día a día con sus familiares.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

## 6. VALORACIÓN

### Importancia para la comunidad

Comprende una gran importancia dentro de la comunidad ya que el sabor que brinda en la degustación por parte de los consumidores ya que hace que sean protagonistas de la tradición y riqueza gastronómica que caracteriza al local y a la parroquia.

### Sensibilidad al cambio

	Alta	Han existido pequeñas modificaciones a la receta actual, esto debido al avance de materia prima que facilita la preparación, como por ejemplo la forma de cocción del animal, ya que antiguamente no existían asaderos aptos para esta preparación.
x	Media	
	Baja	

## 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DINA FLORES	AV. LOS GUAYTAMBOS	N/A	FEMENINO	38 AÑOS

## 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
CUY ASADO	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A

## 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio
			

## 10. OBSERVACIONES

El cuy asado es el plato típico que caracteriza a Ficoa, que se sirve con papas en salsa de maní, además de una ensalada al gusto, está presente en emprendimientos de restauración que preparan este y otros platillos relacionados durante todos los días del año.

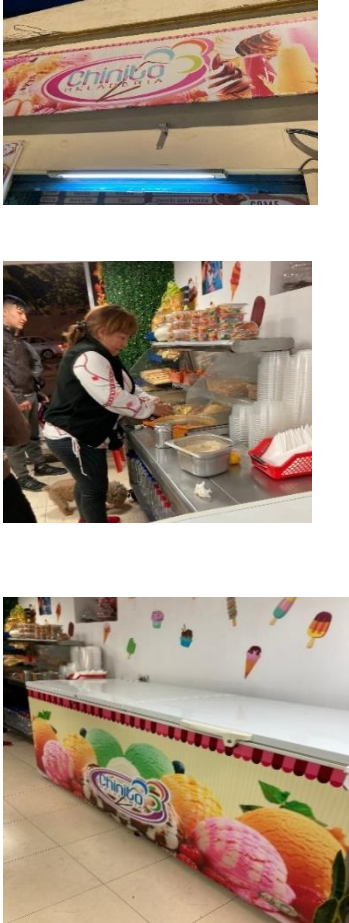
11.DATOS DE CONTROL	
Entidad investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariado por Karla Castro	Fecha de inventario: 23-05-2023
Revisado por: Lic. Daniel Sánchez Mg	Fecha de revisión: 25-05-2023
Aprobado por: Lic. Daniel Sánchez Mg	Fecha aprobación: 25-05-2023
Registro fotográfico: Karla Castro	

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p> <p style="text-align: center;"><b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIALCULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO <b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b></p>		
		<p><b>CÓDIGO</b></p> <p>BM-18-01-01-004-000004</p>
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
Provincia: Tungurahua		Cantón: Ambato
Parroquia: Atocha-Ficoa	<input type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Localidad: Ambato		
Coordenadas:	<input checked="" type="checkbox"/> X(Este)	<input type="checkbox"/> Y(Norte) <input type="checkbox"/> Z(Altitud)
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
Descripción de la fotografía: Helados artesanales		
Código fotográfico: 004		

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
HELADOS ARTESANALES			D1	Helados de Ficoa	
			D2	Heleados tradicionales	
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua(s)</b>		
MESTIZO			L1	ESPAÑOL	
			L2	N/A	
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>		
GASTRONOMÍA TÍPICA DE FICOA			Se encuentra presente en el barrio Ficoa, perteneciente a la parroquia Atocha-Ficoa		
Breve reseña					
Los helados artesanales son una degustación simbolizada como “postre o aperitivo”, por lo que se ha realizado de varias formas en diversos lugares del país, pero en Ficoa, los helados artesanales marcan un referente en cuanto a su sabor y textura.					
4. DESCRIPCIÓN					
Es muy común escuchar acerca de los helados tradicionales de salcedo, sin embargo, los que se ofertan en Ficoa también mantienen su propia tradición debido a su receta que ha sido transmitida de generación en generación, los cuales se venden en diferentes sabores y combinaciones para atraer al consumidor.					
Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Los helados artesanales son vendidos en este lugar todos los días siendo una degustación apetecible por los visitantes.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Varios turistas locales, provinciales, regionales y nacionales visitan el lugar con el fin de consumir los helados artesanales de diversos sabores o mixtos.			
	Provincial				
	Regional				
x	Nacional				
	Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	Frutas	Vegetal	Ambato	Compra	
E2	Crema	Animal	Ambato	Compra	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	Hielo	Actual	Ambato	Compra	
H2	Congelador	Actual	Ambato	Compra	
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo función o actividad	Dirección	Localidad

Individuos	Teresa Freire	56 años	Propietario	Ficoa	Ambato
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
x	Padres-hijos	La señora Teresa Freire obtuvo conocimientos de preparación de su madre por lo que ella actualmente replica sus técnicas para ofertar en su negocio.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
x	Padres-hijos	La señora Teresa Freire transmite actualmente a sus hijos mediante la forma de preparación tradicional de estos helados.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Comprende una gran importancia dentro de la comunidad ya que el sabor que brinda en la degustación mediante la diversidad en sus sabores derivados de frutas dulces y acidas hace que los consumidores sean protagonistas de la tradición y riqueza gastronómica que caracteriza al local y a la parroquia.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Han existido pequeñas modificaciones a la receta actual, esto debido al avance de materia prima que facilita la preparación, como por ejemplo el añadir crema o relleno a los helados, además de existir más facilidad de preparación en más sabores.			
x	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
TERESA FREIRE		AV. LOS GUAYTAMBOS	N/A	FEMENI NO	55 AÑOS
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
HELADOS ARTESANALES		CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A	

**9. ANEXOS**

Textos	Fotografías	Videos	Audio
			

**10. OBSERVACIONES**

Los helados artesanales o también denominados tradicionales son un postre exquisito que brinda “Chinito Heladería” a cargo de la familia Freire, que además de deliciosos helados ofrecen degustaciones entre chocho y tostado añadiendo realce al negocio y consigo a la parroquia y su gastronomía típica.

**11.DATOS DE CONTROL**

<b>Entidad investigadora:</b> Universidad Técnica de Ambato	
<b>Inventariado por</b> Karla Castro	<b>Fecha de inventario:</b> 22-05-2023
<b>Revisado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha de revisión:</b> 25-05-2023
<b>Aprobado por:</b> Lic. Daniel Sánchez Mg	<b>Fecha aprobación:</b> 25-05-2023
<b>Registro fotográfico:</b> Karla Castro	

**Tabla 3**

*Análisis de las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*

Patrimonio cultural	Resultados	Análisis y Discusión
Casa museo Martínez Holguín	<p>La casa museo Martínez Holguín se encuentra ubicada en el Jardín Botánico Atocha-La Liria, específicamente en el barrio Atocha. En 1849 el Dr. Nicolás Martínez Vascones adquirió una primera parte de tierra y quien por sus estudios y sus labores hizo que la antigua quinta “La Liria” funcionara como laboratorio de experimentos botánicos en donde destacaban las plantaciones de eucalipto en 1865 y las palmas de coco chileno en 1874 siendo el más importante de aquella época.</p> <p>La casa fue construida en 1864 y encabezada por el Dr. Nicolás Martínez Vascones y su esposa Doña Adelaida Holguín, la que tiene un diseño clásico rural en una construcción mixta de adobe y bareque, con una fachada recta al estilo clásico vernáculo, cuenta con dos pisos y es de color blanco con piedra cobriza. Además en su interior la casa contaba con mobiliario al estilo Luis XIV.</p>	<p>Actualmente estas casas cuentan con una tipología formal denominada “museo” y es de vivencia cultural en donde <b>González (2021)</b> menciona que este tipo de museos se centran en generar una experiencia inmersiva para comprender la historia y cultura del sitio, además no solo se trata de observar objetos en exhibición si no también involucra la participación del turista.</p> <p>Su estado de conservación es sólido, es decir, los inmuebles están correctamente conservados en un 80%, sin embargo han sufrido alteraciones y reconstrucciones en los pisos y paredes grietadas, así también la incorporación de servicios básicos para un mejor funcionamiento.</p>
Casa museo Juan León Mera	<p>La casa museo Juan León Mera se encuentra ubicada en el Jardín Botánico Atocha-La Liria. Fue construida y diseñada por Mera en 1874 bajo un estilo español por lo que destaca su particular forma de “U”. Tiene características coloniales esto debido a sus líneas rectas, además tiene pilares de madera y el techo de teja de barro cocido. La casa posee dos plantas en la parte inferior habitaban sus hijas mientras que arriba sus hijos varones; posee alrededor de 8 habitaciones entre recamaras, estudio, cocina, comedor, salón de música y sala de pintura.</p> <p>La familia Mera Iturralde fue un matrimonio con 13 hijos, todos ellos amantes de la naturaleza por lo que vivían en la antigua quinta “Los Molinos” rodeados de plantas sembradas por Mera y por aves que llegaban al lugar. Así también planto 7 palmeras de coco chileno en frente de la casa, las mismas que tienen más de 100 años de antigüedad. Juan León Mera fue amante de las artes y la política por lo que contempla un símbolo de patriotismo al ser el escritor del Himno Nacional del Ecuador por lo que su historia contempla cultura de realce para el país.</p>	<p>Estas casas museo recrean mediante figuras de cera a los personajes que la habitaban (<i>Nicolás Martínez, Juan León Mera y Juan Montalvo</i>) y su descendencia. Las figuras de cera aportan positivamente a la visita dentro del museo, de tal forma que el recorrido transmite la historia que se presencia para además de darle protagonismo al lugar (Blasco, 2020). También se exhibe mobiliario original o sustituido y acondicionado Funcionan como museo abierto al público en donde se cuenta con un guía quien es el encargado de relatar la historia de la familia y los acontecimientos importantes que vivieron mediante pinturas, esculturas y fotografías.</p>
Casa museo Juan Montalvo	<p>La casa Museo Juan Montalvo se encuentra en la quinta que lleva el mismo nombre, ubicada en Ficoa. Tiene 200 años de antigüedad aproximadamente y en la actualidad cuenta con una hectárea de extensión, es la casa en la que habitaba el ilustre escritor ambateño y su familia. Cuenta con una planta en la que se asciende desde la entrada principal de la quinta, tiene un diseño de construcción colonial al estilo tradicional, además presenta un mirador a la ciudad rodeado de plantas y animales.</p>	



Se exhiben alrededor de 3 salas adecuadas en las que reposan el mobiliario original de la época entre camas, mesas, un piano, pinturas, esculturas así como escritos históricos importantes que Juan Montalvo redactaba en contra de la oposición los que lo convirtieron en uno de los escritores más grandes de la ciudad y del país.

El objetivo principal de estas casa museo es mantener la historia cultural viva de estos 3 personajes emblemáticos ambateños. Esto por ello que los museos y sus características identificadas provocan una mirada turística nueva cultural en cuanto a la teoría plantada por (Urry, 2001).

Patrimonio cultural culinario	Resultados	Análisis y Discusión
Colada morada	<p>La colada morada es una bebida tradicional que tiene sus orígenes desde el asentamiento de la cultura “Kitus” quienes la preparaban para comunicarse con sus muertos, y de esta forma nace como una tradición y es consumida con alta demanda el 2 de noviembre de cada año. Entre los ingredientes de su preparación se encuentra la harina de maíz negra, hierba luisa, cedrón, hojas de naranja y arrayan; azúcar o panela para endulzar y frutas varias como piñas, fresa, babaco, naranjilla, guayaba y mora. Es una bebida típica de la parroquia, específicamente del barrio Atocha y se sirve comúnmente con empanadas de viento. Uno de los establecimientos de restauración que preparan y venden esta bebida es el Kiosko “Atocha lugar turístico”, a cargo de una familia que ha mantenido la tradición de preparar la colada morada gracias a los conocimientos aprendidos por antiguas generaciones.</p>	<p>Según (Delgado &amp; Ocampo Serna, 2021), la promoción de la cultura y la identidad es parte fundamental del patrimonio cultural culinario, ya que se promueven las tradiciones culinarias de un lugar manteniendo el origen en cuanto a técnicas, ingredientes y platos típicos en general. Por lo que estos platos típicos elaborados en la parroquia Atocha-Ficoa, son de gran importancia una gran importancia dentro de la comunidad por el sabor que brindan en la degustación y de la que son parte los consumidores ya que ellos son los protagonistas de la tradición y riqueza gastronómica que caracteriza a los locales de restauración y a la parroquia. Sin embargo, poseen una sensibilidad al cambio media, ya que han existido pequeñas modificaciones a la receta, esto debido al avance de materia prima que facilitan las preparaciones. Los platos típicos identificados son de clasificación típica, por lo que <b>Toledo Ochoa et al. (2020)</b> mencionan que la cocina típica mantiene rasgos tradicionales que han sido heredados de pasado para plasmarlos en el futuro, pero al prepararse en un lugar específico durante un largo periodo de tiempo se</p>
Empanadas de viento	<p>Las empanadas de viento se preparan tradicionalmente en manteca y son influencia de la cultura española que posteriormente llegó a Ecuador y llevan ese nombre debido a la forma en la que se terminan de freír en una paila amplia y apta para su cocción por lo que llevan aire en su interior. Sus ingredientes principales son la harina de trigo blanca, mantequilla, sal y azúcar. Sin embargo, con el paso de los años se han incorporado ingredientes como el polvo para hornear además de presentar variedad en relleno y no solo de queso, sino también entre carne, pollo, camarón o mixta. En Atocha, es un plato típico presente todos los días del año y es acompañante de la colada morada.</p>	
Cuy asado	<p>El cuy asado es una preparación tradicional que realizaban nuestros antepasados indígenas, principalmente por valor nutricional que este animal puede transmitir, antiguamente se lo asaba a leña. Es muy común servirlo con papas cocinadas en salsa de maní, además se asocia mucho con el conejo asado, sin embargo, presentan diferencia en sabor y tamaño. Este platillo se prepara en alrededor de 3 establecimientos de restauración de Ficoa, en donde la receta ha sufrido leves</p>	

variaciones, sin embargo, en los recursos utilizados para prepararlo si han sido sustituidos como es la leña por un asadero actual.

#### Helados artesanales

Los helados artesanales eran antiguamente preparados con frutas de fácil acceso, entre ellas, la mora; además su elaboración era de forma manual a base de hielo. Estos helados no tenían relleno ni acompañante adicional, sin embargo, en la actualidad se prepara de diversos sabores de frutas, e incluso combinados. Los helados poseen relleno o crema por lo que no son solo helados simples y son un referente en cuanto a sabor y textura. Uno de los lugares que los preparan es “Heladería Chinito”, quienes cuentan con varios de posicionamiento en el sector por lo que ofrecen un amplio menú en cuanto a sabores en los helados.

convierte en gastronomía típica. Por lo que en la parroquia estos platos son de preparación continua al prepararse todos los días del año, independientemente de las fechas o algún motivo particular de elaboración, finalmente estos platos típicos tienen un alcance nacional, en donde varios turistas locales y de otras provincias visitan la parroquia para degustar las preparaciones en calidad de visitantes. (Urry, 2001), plantea que el perfil de los diferentes turistas varía según el desarrollo de su visita y la experiencia que obtienen, es decir, en Atocha-Ficoa la gastronomía típica genera una mirada direccionada a la degustación y al turismo gastronómico como tal.

---

*Nota. Elaborado por Castro, K. (2023).*

### **Triangulación basada en la hermenéutica del turismo**

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes muebles e inmuebles que hacen de un lugar un espacio emblemático capaz de transmitir historia y cultura por sí solo. Por lo que el patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí no son aprovechados en su totalidad por la localidad ya que dejan de lado aspectos importantes como la gastronomía y la medicina ancestral (**Muñoz & Rodríguez, 2020**), sin embargo, el patrimonio cultural que posee la parroquia Atocha-Ficoa entre museos y gastronomía es gestionado correctamente por las autoridades municipales de la ciudad; en cuanto al mantenimiento de los museos y al alto grado de conservación, además poseen equipos de seguridad que resguarda sus elementos, dentro de la gestión municipal está el estipular horarios de ingreso y salida de turistas en cada quinta patrimonial. En este punto se corrobora que las estrategias de desarrollo municipal son un instrumento clave para la gestión local del patrimonio cultural (**Castro, 2020**). Por otro lado los establecimientos de restauración son constantes en la preparación diaria de los platos típicos de la parroquia para mantenerse como un sitio turístico cultural gastronómico.

El patrimonio cultural en el cantón Portoviejo es utilizado como una alternativa para generar ingresos propios además de ser cuidado y preservado (**Mera et al., 2019**), esta afirmación se asocia con los resultados obtenidos de la investigación en donde el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa, en donde los emprendimientos gastronómicos preparan platos considerados típicos del lugar con el fin de generar ingresos económicos y un sustento para las familias, estipulando un menú diario con costos accesibles. Además de que mantienen sus orígenes en sus preparaciones. En el caso de los museos patrimoniales, se encuentran bajo el demonio municipal de la ciudad de Ambato, en donde la tarifa de ingreso es de 0,50 centavos para turistas nacionales y 1,00 \$ para turistas internacionales, de este modo los ingresos son invertidos en el mantenimiento constante de las casas museos, así también como se exhiben piezas originales y mobiliario propio de la época bajo instrucciones claras de no tocar o filmarlos, de tal forma que se garantice su cuidado y preservación.

Las micro y pequeñas empresas turísticas son clave para la protección y sostenibilidad del patrimonio cultural (**Llurdés et al., 2021**), siendo así que los emprendimientos turísticos de la parroquia Atocha-Ficoa trabajan individualmente, sin embargo, dejan

de lado el parámetro de competitividad con el fin de aumentar la oferta gastronómica dentro de la localidad para que los beneficios sean para todos.

Las estrategias de marketing turístico utilizadas en sitios de patrimonio mundial se dan mediante eventos 2.0 (**Universidad de Alicante (España) et al., 2019**), concuerda con la realidad de la investigación, ya que la parroquia Atocha-Ficoa presenta una actividad turística cultural y gastronómica alta, que es apta para ser vinculada con un proceso de promoción 2.0 y en donde la estrategia de marketing inmersa en las necesidades del nuevo turista 2.0 es la clave para promocionar el patrimonio cultural mediante fuentes tecnológicas compuestas de videos, fotografías, enlaces y códigos.

Ahora bien, los resultados desde la teoría de Urry (2001), quien hace referencia a que la mirada del turista se constituye por medio de signos recolectados en diversos ámbitos ya sean de carácter visual, auditivo y en fotografías o experiencias compartidas por otros turistas. Además estos signos están capturados mediante la motivación para visitar sitios nuevos que ante los ojos del turista salga de su vivencia cotidiana. De ahí que el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa tiene el potencial para atraer visitantes locales y nacionales mediante la motivación turística cultural direccionada a visitar sitios patrimoniales entre museos y locales de restauración de comida típica. Por lo que después de su visita se genere en ellos una mirada turística diferente a lo tradicional al estar en contacto con la historia que poseen las casas museo emblemáticas de este lugar y al consumir los platos típicos que se preparan día a día en los establecimientos gastronómicos; de esta manera el turista genera su experiencia.

### 3.1.2 Análisis de resultados de la variable dependiente: turismo 2.0

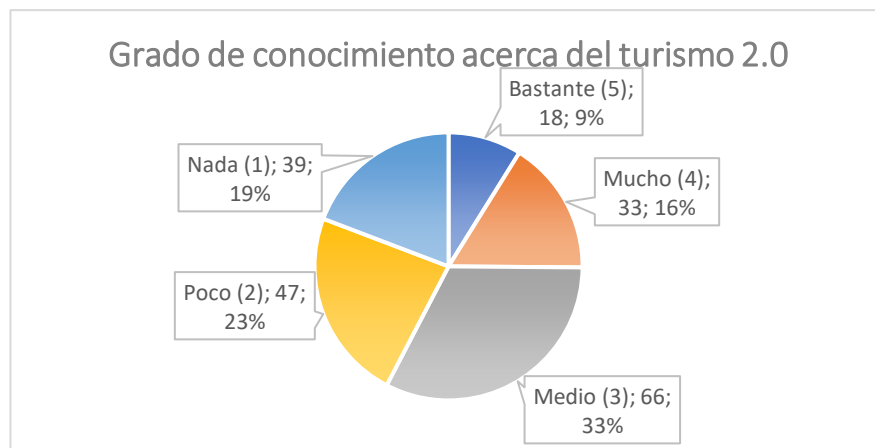
#### Encuesta

#### Pregunta 1

¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca del turismo 2.0 y sus herramientas digitales?

#### Figura 8

*Grado de conocimiento acerca del turismo 2.0*



*Nota.* Elaborado por la autora con base en la pregunta N°1 de la encuesta

#### Discusión:

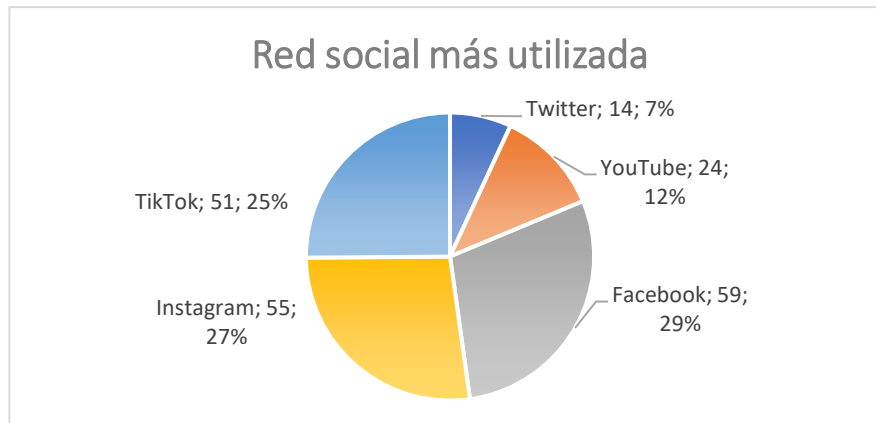
De las 203 respuestas obtenidas, se obtuvo que el 33% de los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa tienen un nivel medio en cuanto al grado de conocimiento del turismo 2.0; el 23% de encuestados seleccionaron la opción poco y solo el 18% tienen un alto grado de conocimiento en cuanto al turismo 2.0, esto debido al posible desconocimiento de términos en cuanto a la relación entre turismo e internet.

#### Pregunta 2

¿Cuál es la red social de su preferencia?

**Figura 9**

*Red social más utilizada*



*Nota.* Elaborado por la autora con base en la pregunta N°2 de la encuesta

### **Discusión:**

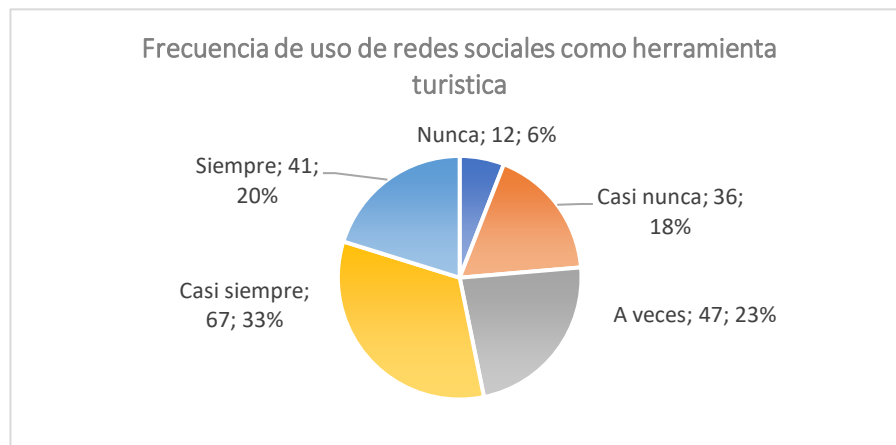
De las 203 respuestas obtenidas, el 29% de encuestados seleccionaron la opción Facebook, mientras que el 27% seleccionaron la respuesta Instagram y tan solo el 7% optaron por Twitter. Facebook es la red social más utilizada debido a que fue una de las primeras en posicionarse como medio de comunicación entre miles de usuarios alrededor del mundo, por otro lado Twitter pese a que es catalogado como red social es un medio informativo en cuanto a temas políticos.

### **Pregunta 3**

¿Con que frecuencia utiliza las redes sociales como medio para obtener información turística sobre un lugar?

**Figura 10**

*Frecuencia de uso de redes sociales como herramienta turística*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°3 de la encuesta*

**Discusión:**

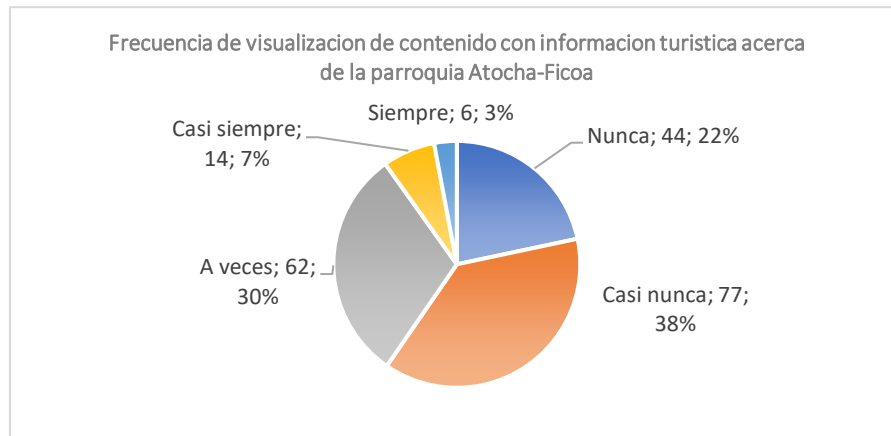
En este planteamiento se obtuvo que el 33% seleccionaron casi siempre como nivel de frecuencia de uso en cuanto a las redes sociales como medio de información turística mientras que tan solo el 6% seleccionaron nunca. Debido a que las redes sociales manejan información de todo tipo y están presente en la cotidianidad de las personas, también se usan como medio de difusión turísticas, incluso varios atractivos poseen un perfil abierto en el cual detalla contenido útil para el turista y en donde los beneficiarios serán la oferta en cuanto a la rapidez con la que se promociona el contenido, mientras que el usuario planifica su visita de forma más completa.

**Pregunta 4**

¿Con que frecuencia ha visualizado contenido en redes sociales con información turística acerca de la parroquia Atocha-Ficoa?

**Figura 11**

*Frecuencia de uso de redes*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°4 de la encuesta*

### **Discusión:**

En la pregunta planteada se obtuvo que el 38% de encuestados casi nunca han visualizado contenido con información turística sobre la parroquia Atocha-Ficoa, y tan solo el 3% seleccionaron siempre. El municipio de Ambato, en su departamento de cultura y turismo maneja una página web con información general del turismo en la ciudad por lo cual los museos patrimoniales no son difundidos ampliamente, mientras que los emprendimientos turísticos gastronómicos si poseen redes sociales pero con información incompleta y desactualizada, es decir, las publicaciones son de hace dos años atrás aproximadamente.

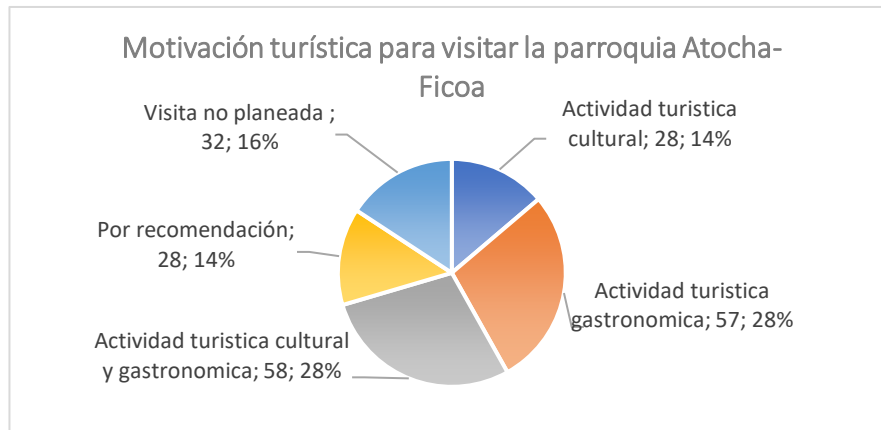
### **Pregunta 5**

¿Cuál es su motivación turística para visitar la parroquia Atocha-Ficoa?



**Figura 12**

*Motivación turística para visitar la parroquia Atocha-Ficoa*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°5 de la encuesta*

### **Discusión:**

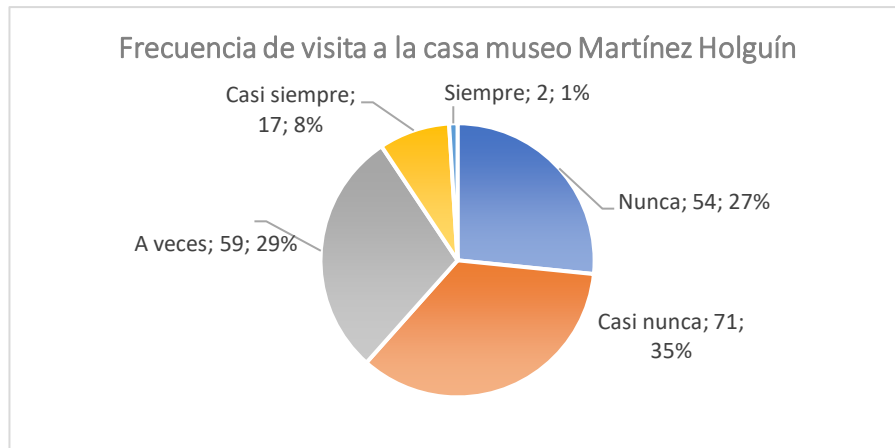
En los resultados de esta pregunta se obtuvo que el 28% de respuestas corresponden a la motivación de visita por actividad turística cultural y gastronómica; a la par el 28% de visitantes solo prefieren la actividad turística gastronómica y el 14% efectúan una visita no planeada. Los platos típicos que posee la parroquia se caracterizan por ser de preparación continua por lo que atrae turistas con perfil gastronómico, sin embargo, el visitar las casas museos antes o después de consumir la gastronomía es una de las actividades más comunes de los visitantes en el lugar de estudio.

### **Pregunta 6**

¿Con que frecuencia visita la casa museo Martínez Holguín ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?

**Figura 13**

*Frecuencia de visita a la casa museo Martínez Holguín*



**Nota.** *Elaborado por la autora con base en la pregunta N°6 de la encuesta*

**Discusión:**

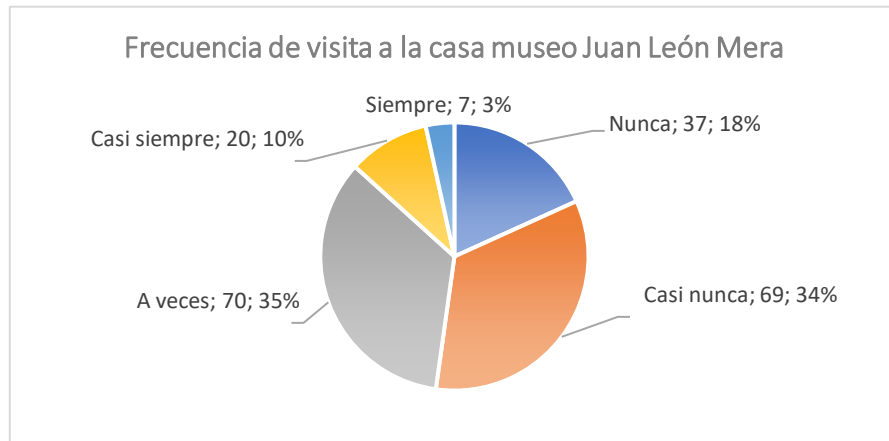
De las 203 respuestas, el 35% de encuestados seleccionaron casi nunca como el nivel de frecuencia de visita a la casa museo Martínez Holguín, por lo contrario solo el 1% visitan el lugar siempre. Este museo se encuentra ubicado en el Jardín Botánico Atocha La liria, por lo que la gran parte de turistas no conoce la existencia del museo y su visita a él es de forma accidental.

**Pregunta 7**

¿Con que frecuencia visita la casa museo Juan León Mera ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?

**Figura 14**

*Frecuencia de visita a la casa museo Juan León Mera*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°7 de la encuesta*

**Discusión:**

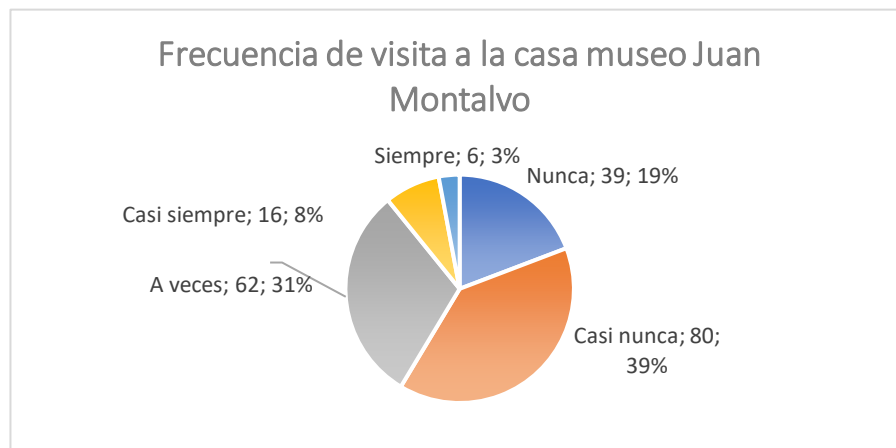
De las 203 respuestas, el 35% de encuestados seleccionaron a veces como el nivel de frecuencia de visita a la casa museo Juan León Mera, por lo contrario solo el 3% visitan el lugar siempre. Esta casa museo atrae mayor cantidad de turistas al ser la residencia del escritor del Himno Nacional del Ecuador, por lo que no es solo de interés de turistas nacionales, si no también internacionales, además es un museo con gran número de salas en exhibición por lo que capta la atención del turista y el deseo de volver.

**Pregunta 8**

¿Con qué frecuencia visita la casa museo Juan Montalvo ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?

**Figura 15**

*Frecuencia de visita a la casa museo Juan Montalvo*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°8 de la encuesta*

**Discusión:**

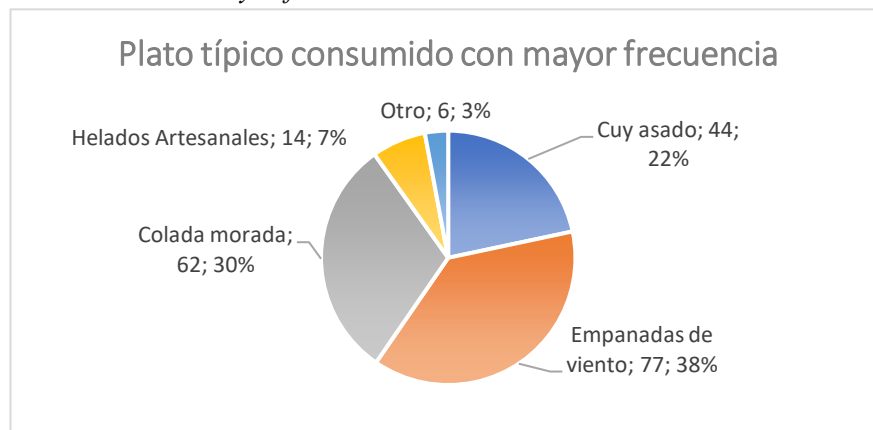
De las 203 respuestas, el 39% de encuestados seleccionaron casi nunca como el nivel de frecuencia de visita a la casa museo Juan Montalvo, el 31% seleccionaron a veces mientras que tan solo el 3% visitan el lugar siempre. Juan Montalvo es un ilustre persona ambateño, sin embargo, al poseer un museo y mausoleo propio en el centro de la ciudad desvía la atención del turista y dejan de lado la quinta y su casa patrimonial ubicada en Ficoa.

**Pregunta 9**

¿Qué plato típico de la parroquia Atocha-Ficoa consume con mayor frecuencia?

**Figura 16**

*Plato típico consumido con mayor frecuencia*



*Nota.* Elaborado por la autora con base en la pregunta N°9 de la encuesta

**Discusión:**

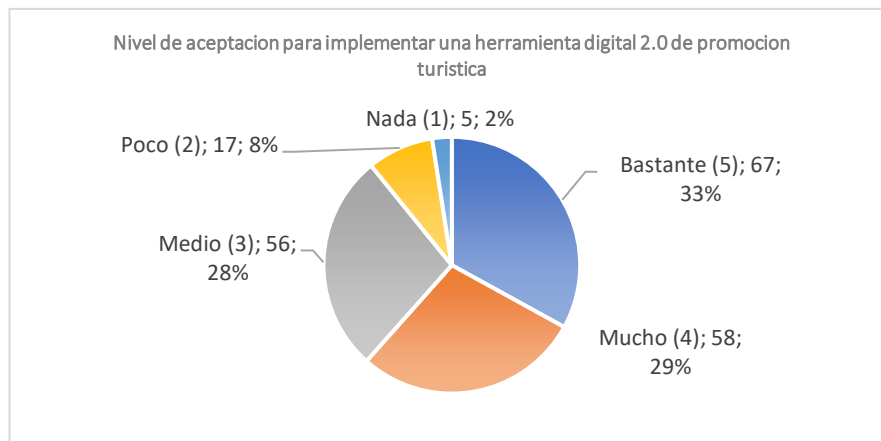
En cuanto al plato típico preferido por los visitantes se obtuvo que el 38% consumen las empanadas de viento con mayor frecuencia, al igual que el 30% optan por la colada morada. La gastronomía típica de la parroquia Atocha-Ficoa se caracteriza la preparación continua de la colada morada, sin embargo, existen platos como el cuy asado y helados artesanales que también son típicos del lugar pero al no ser promocionados correctamente provoca déficit de preferencia e interés por consumirlos.

**Pregunta 10**

¿Considera usted que la aplicación de una herramienta digital 2.0 ayudara a la promoción turística del patrimonio cultural que posee la parroquia Atocha-Ficoa?

**Figura 17**

*Nivel de aceptación para implementar una herramienta digital 2.0 de promoción turística*



*Nota. Elaborado por la autora con base en la pregunta N°10 de la encuesta*

**Discusión:**

En la última pregunta, el nivel de aceptación para implementar una estrategia de turismo 2.0 con mayor número de respuestas fue bastante correspondiente al 33%, el 29% seleccionaron mucho, el 28% seleccionaron media, mientras que solo el 2% de encuestados seleccionaron nada. Es importante la aceptación por parte de los turistas ante la aplicación de esta herramienta y se debe a la importancia que tiene para difundir el patrimonio cultural de la parroquia y que tenga un alcance informativo más amplio.

**3.2 Verificación de hipótesis**

**Tabla 4**

*Hipótesis alternativa e hipótesis nula*

<b>HIPÓTESIS</b>	
<b><i>h1</i></b>	El patrimonio cultural SI se relaciona con el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa.
<b><i>ho</i></b>	El patrimonio cultural NO se relaciona con el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa

*Nota. Generación de hipótesis alternativa e hipótesis nula.*

**Tabla 5**

*Prueba estadística chi cuadrado*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,288 <sup>a</sup>	16	,004
Razón de verosimilitudes	35,244	16	,004
Asociación lineal por lineal	7,092	1	,008
N de casos válidos	203		

a. 9 casillas (36,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,40.

*Nota.* Resultado obtenido del sistema estadístico SPSS

El resultado muestra un valor de significación asintótica menor a 0,05 por lo que sugiere aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. De esta manera el patrimonio cultural **SI** se relaciona con el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1. Conclusiones

- Se identificó el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa mediante la aplicación de fichas del instituto Nacional de Patrimonio Cultural que es: La Casa Museo Martínez Holguín, La Casa Museo Juan León Mera y Casa Museo Juan Montalvo; que tienen como función mantener la historia viva de ilustres personajes ambateños mediante exhibiciones culturales representadas en casas museo. También se identificó el patrimonio cultural culinario que es: colada morada, empanadas de viento, cuy asado y helados artesanales; platos que centran sus esfuerzos en conservar la originalidad de sus preparaciones Así mismo, es considerada cocina típica al ser elaborada y vendida por los establecimiento de restauración todos los días del años, donde no es necesario esperar tradicionalmente el 2 de noviembre.
- Se caracterizó el manejo del turismo 2.0 mediante la implementación de encuestas a los visitantes, en donde las características encontradas fueron: el nivel de conocimiento sobre el turismo 2.0, la frecuencia de uso de redes sociales como medio de información turística, el nivel de difusión turística de la parroquia Atocha-Ficoa, la motivación turística para visitar la parroquia, la frecuencia de visita a las casas museo, el plato típico mayor consumido y el grado de aceptación para implementar una herramienta turística 2.0  
De este modo se evidencio que el nivel de conocimiento que la mayoría de los turistas poseen acerca del turismo 2.0 es de nivel medio, esto debido al desconocimiento sobre los términos planteados, aunque lo practican con frecuencia al usar redes sociales como medio de información turística, siendo Facebook la más seleccionada. Ahora bien, pese a que la motivación turística por visitar la parroquia Atocha-Ficoa en su mayoría es de carácter cultural y gastronómico; la difusión turística de su patrimonio cultural carece de fuentes informáticas en la web 2.0, lo que ocasiona un déficit de visitas a las casas patrimoniales y preferencia de consumo por las empanadas de viento y la colada morada, dejando de lado a los platos típicos de Ficoa. Finalmente se



obtuvo un resultado favorable ante la aplicación de una herramienta digital que potencie el turismo 2.0 gracias al patrimonio cultural que posee la parroquia.

- Se creó una herramienta digital 2.0 como lo es un mapa interactivo en la plataforma Genially el cual difunde información importante acerca del patrimonio cultural material que posee la parroquia Atocha-Ficoa y de esta manera el turista 2.0 puede visualizar el contenido publicado de forma interactivo a través de sus propios medios digitales visualizando fotografías, videos y ubicación de las casas museo: Martínez Holguín, Juan Leon Mera y Juan Montalvo y de los establecimientos de restauración que ofertan los platos típicos identificados.

#### **4.3. Recomendaciones**

- Se recomienda que los establecimientos de comida típica, el GAD de Atocha y Ficoa creen y/o mejoren un medio de difusión turística (redes sociales) para promocionar el patrimonio cultural identificado e incrementar el consumo de los platos típicos que se preparan de forma continua en la parroquia
- Se recomienda al GAD municipal de Ambato en su departamento de turismo, la creación de nuevos horarios de acceso a las casas museo identificadas, además de incrementar guianza turística permanente con el fin de aumentar las visitas.
- Se recomienda a los visitantes interactuar con el turismo 2.0 para garantizar un manejo eficaz de sus herramientas y motivar la visita hacia los atractivos patrimoniales culturales específicamente de la parroquia Atocha-Ficoa.
- Se recomienda a los futuros investigadores la implementación de diferentes herramientas digitales 2.0 para difundir el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa.

## **PROPUESTA**

### **Título de la propuesta**

Mapa interactivo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa

### **Objetivo**

Diseñar un mapa interactivo como herramienta de turismo 2.0 para difundir el patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa

### **Justificación:**

Mediante los resultados obtenidos en la presente investigación, se notó la ausencia de medios de difusión turística del patrimonio cultural de la parroquia Atocha-Ficoa, y al saber que el turismo 2.0 es aquel que se desarrolla en Internet y que la gran mayoría de visitantes hace uso de las redes sociales para informarse sobre los destinos que desean visitar, es de relevancia implementar una herramienta digital como lo es un mapa interactivo el cual es importante para crear una interacción entre creador y usuario mientras se visualiza el contenido publicado con fines informativos para generar una motivación de visita en el turistas, además el mapa será compartido con las autoridades correspondientes y con el establecimientos de restauración para ser publicado en sus redes sociales principalmente en Facebook.

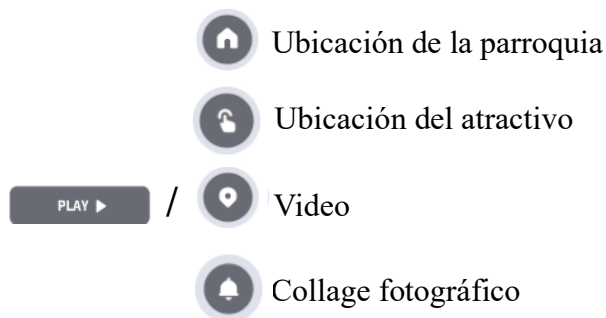
### **Herramienta digital utilizada**

Una de las herramientas digitales que permiten la interacción entre creador y usuario es Genially; su principal función es crear contenido interactivo mejorando las funciones de presentación difusión y marketing. A su vez presenta ventajas como permitir el trabajo cooperativo, diseños nuevos y en actualización constante, tiene una interfaz amigable con el usuario, guarda la información en la nube sin riesgo de pérdida, entre otras. Genially posee gran variedad de herramientas según el tipo de contenido que se desea publicar, entre videos, mapas, fotografías y recursos didácticos directamente de otras páginas web sin necesidad de enlaces redireccionados (**Reyes et al. 2018**).

## Instrucciones

- El turista 2.0 deberá acceder al mapa interactivo por medio de un enlace o código QR compartido en cualquier dispositivo móvil con conexión a internet.
- Una vez en la herramienta Genially se visualizará el mapa interactivo.
- Se debe seleccionar el icono de su preferencia para acceder a la información publicada.

En donde:



- Se recomienda empezar en el siguiente orden: Ubicaciones, collages fotográficos y videos.
- Todos los recursos mostrados en el mapa también pueden ser visualizados externamente en las plataformas digitales (Google maps y YouTube) si así lo profiere el turista.
- Los recursos se pueden visualizar las veces que el turista considere necesario.

Desarrollo

Figura 18

Mapa interactivo



Nota. Mapa base de la parroquia Atocha-Ficoa



## **Resultado**

### **Enlace de acceso:**

<https://view.genial.ly/64891540095f860010982e24/interactive-image-mapa-interactivo>

### **Código QR:**

## **Figura 20**

*Código Qr*



*Nota.* Código QR de acceso obtenido de la plataforma QRFY

## MATERIALES DE REFERENCIA

Alegria-Licuime, L., Acevedo-Méndez, P., & Rojas-Sancristoful, C. (2018).

Patrimonio cultural y memoria. El giro social de la memoria. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 34, Article 34.

<https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2018.n34-03>

Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. *Repositorio*

*Institucional - Ulima*.

<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>

Amaya Jimenez, L. F., Juan Camilo, D. G., Heidi Vanessa, J. G., & Laura Katherine,

M. T. (2021). *Método Fenomenológico Hermenéutico*. Universidad Santo

Tomás. <https://doi.org/10.15332/dt.inv.2021.01971>

Armijos Chillogallo, D., Instituto Tecnológico del Azuay (Ecuador), Crespo

Cordova, A., Universidad Nacional de Loja (Ecuador), Torres León, L., &

Universidad de Cuenca (Ecuador). (2018). El turista cultural: Tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-

Ecuador. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 55–72.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.004>

Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). LA ENTREVISTA Y LA

ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?

*Didasc@lia: didáctica y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), Article 3.

Aza Pusapaz, J. A. (2019). Riqueza cultural y turismo cultural. *Tierra Infinita*, 5(1),

172–188. <https://doi.org/10.32645/26028131.968>

Baratero, M. C., Martínez, M. S., Camarasa, E. L., & Molinari, C. A. (2020). *Grupo*

*conformado por investigadores de AProdeMus*.

<http://www.coffar.org.ar/congreso20/congreso2020/disertantes/48PatrimonioCulinario/Patr.%20Culinario%20Trabajo%20Grupal%20AProdeMus-COFFAR.pdf>

Benítez, V. A., López, M. T., & Gutiérrez, I. M. (2018). *Turista 2.0, comportamiento e uso de mídias sociais*.

Blasco, E. (2020). Figuras de cera para una historia moderna. *Anuario de la Escuela de Historia Virtual*, 18.

Bonilla Cahuana, M. F. (2020). “REGISTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PARROQUIA DE BAYUSHIG, CANTÓN PENIPE, PARA SU VALORACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LAS FICHAS DEL INPC” [BachelorThesis, Riobamba]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6785>

Castro, M. E. (2020). *Las estrategias de desarrollo municipal, instrumento clave para la gestión local del patrimonio cultural*.

<https://www.redalyc.org/journal/3768/376865021007/376865021007.pdf>

Cepeda Ortega, J. (2018). UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL A PARTIR DE EXPERIENCIAS: EL PATRIMONIO Y LA EDUCACIÓN. *Tabanque. Revista Pedagógica*, 31, 244–262. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>

Chaparro, M. C. (2018). *Patrimonio cultural tangible*.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25416w/ec501.pdf>

Cisneros, E. F. C., Zulueta, P., León, J. A. H., & Méndez, F. M. M. (2018). *Calidad del servicio y su impacto en el turismo cultural: Estudio de caso Museo Municipal*. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63126059/HID-FCA-TUR-ART-2018-0120200428-11527-160gwpj-libre.pdf?1588113865=&response->



content-

disposition=inline%3B+filename%3DCalidad\_del\_servicio\_y\_su\_impacto\_e  
n\_el.pdf&Expires=1682571710&Signature=K3iaVEJMtdTKzC24ia82GQqF  
F1nwPdd4OKvWT3NMP4S07XwVED65KSM2L5i--ZVE5azSyFmEf-  
UlqQiosqBItKqDTKVSO91NbGNk84rPQFh0ZIH5aW6hKQWTZUOYMGp  
p-xKDPF2WAoybpUMwIGfyEVFp64feeiNSDD-  
DYhH36Kmpf~aDrawxNpEIBKlodNmUUUqMjyrSDW905yuJELwoTFW4  
c9N1aRIt0iIO2EDRfFzqw3pNThtQXf9E1BV298hXv1sWMY0HdzunPyB3p  
I8BE8yANpFqbAfsSwwAaS6lCmTv3tNXSNT6weSDnnxM2CS4BofFyM9J  
x7aj3apPIJTv7Q\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Cuevas Álvarez, M. C., Pérez Mendoza, M., & Pecero Covarrubias, E. (2018).

PRESERVACIÓN DE LA HERENCIA CULTURAL A TRAVÉS DEL  
TURISMO GASTRONÓMICO. *Hitos de Ciencias Económico  
Administrativas*, 24(68), 177–189.

<https://doi.org/10.19136/hitos.a24n68.2520>

Delgado, T. C., & Ocampo Serna, A. N. (2021). El patrimonio culinario como

generador de industrias creativas y culturales: El caso de la plaza de mercado  
de Riosucio, Caldas, Colombia. *Kepes*, 18(23), 147–177.

<https://doi.org/10.17151/kepes.2021.18.23.6>

Espeso -Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS. Revista de*

*Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101–1112.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>

- Gomes, E. L., Moscardi, E. H., Pinto, M. J. A., & Nakatani, M. S. M. (2018). *LAS RELACIONES ENTRE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN*.
- González Rosas, E. L. (2021). Experiencia cultural, calidad y respuesta en el Museo de las Momias en Guanajuato, México. *Nova Scientia*, 13(27).  
<https://doi.org/10.21640/ns.v13i27.2755>
- Gutiérrez, I. M., López, M. T., & Benítez, V. A. (2020). *Tendencias de la comunicación para el turismo*. Dykinson.
- Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Coronil, A. G. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos*, 8(15), 135–150. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09>
- Herencia, C. A. B. (2018). *O índice de engajamento em redes sociais, uma medida emergente na Comunicação académica e organizacional*.
- Hernandez, R. D. (2018). El turismo gastronómico en Andalucía: Factores de análisis. *Revista ESPACIOS*, 39(22).  
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/18392215.html>
- Labre, J., & Villena, Lady. (2023). *Marketing digital 2.0 para la reactivación de emprendimientos turísticos. Escenario Tungurahua, Ecuador*. 10(1), 29–40.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0*.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74\\_Historia\\_de\\_la\\_Web20190706-123188-141xd95-libre.pdf?1562447605=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DHISTORIA\\_DE\\_LAS\\_WEB\\_1\\_0\\_2\\_0\\_3\\_0\\_y\\_4\\_0.pdf&Expires=1683179375&Signature=CEX1NR5KBhWPBYJYr9ffaOiI-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74_Historia_de_la_Web20190706-123188-141xd95-libre.pdf?1562447605=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DHISTORIA_DE_LAS_WEB_1_0_2_0_3_0_y_4_0.pdf&Expires=1683179375&Signature=CEX1NR5KBhWPBYJYr9ffaOiI-)

vR4Vo7ylyvt6a939molWi8321N1Qv~VqG2hyUZMci8ZD~58NQd90FVpn0  
AGJ6C8R5LDS0RVSWxigMoLFD1V1kfYLDLstR6jkWezaOYn~bXJZ4nC  
HJTTMEUGpyHJsQ7NuZYqmynsrXoaW19BaAWHKfEeSrOGcUHytSdz7D  
3OnCnYTT3cah~m8vKgSajT43XnFtelhbqCgKIm5QI645v0-RJ-  
JIRX5tAMtl7U5zyxRu1nq2sOj9c~TUYs~~43k6ldVb5142~IknS5BolrZEU8l  
bNb2N1w-jr8YNp06bVk2MDSecFoAgzBVifv1wqk7Q\_\_&Key-Pair-  
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

León B, J. M. (2018). Paisaje cultural y una nueva forma de entender el Patrimonio en Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 161–169. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000200161>

Llurdés, J. C., Romagosa, F., & Díaz-Soria, I. (2021). Las micro y pequeñas empresas turísticas y la protección del patrimonio cultural en clave de sostenibilidad. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 15(1), 119–138. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.6495>

López, M. R., & Florez, S. M. (2018). Sobre la composición nutrimental de la gastronomía típica ecuatoriana. *Revista Cubana de Alimentación y Nutrición*, 28(2), Article 2.

Luna, S. M. M. (2007). Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert. *Xihmai*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.37646/xihmai.v2i4.101>

Martínez-Sala, A.-M., Campillo Alhama, C., & Universidad de Alicante. (2018). El video como soporte en la narrativa digital de los eventos turísticos 2.0. *MIGUEL HERNÁNDEZ COMMUNICATION JOURNAL*, 9, 227–260. <https://doi.org/10.21134/mhej.v0i9.230>

- Medranda Morales, N. J., Palacios Mieles, V. D., & Moromenacho Díaz, T. D. (2018). Los mapas interactivos, herramientas para la participación ciudadana. *Correspondencias & Análisis*, 8, 277–286.
- Mena-Clerque, J. A., & Mena-Clerque, S. E. (2021). Estrategias de marketing digital 2.0 para la generación de ingresos en pequeñas y medianas empresas. *CIENCIAMATRIA*, 7(13), 371–396. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i13.495>
- Méndez, L. G. A. (2020). *HERRAMIENTAS WEB 2.0 EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE*.
- Mera, L. L., Macías, N. P., Morales, K. R. F., & González, M. S. (2019). *El patrimonio cultural: Una alternativa para generar ingresos propios en el cantón ecuatoriano Portoviejo*.
- Milillo, N. (2021). *La observación como técnica de recolección de información en instituciones de encierro: Reflexiones, obstáculos y desafíos*. <http://elmeecs.fahce.unlp.edu.ar/vii-elmeecs/actas/ponencia-220905120900058330/@@download/file/MililloPONmesa3%20ELMECS%202021.pdf>
- Molero, R. T., & Milano, C. (2020). *De dos orillas: Imagen y experiencia en el turismo*.
- Montenegro, E. (2018). *Cocina Tradicional Ecuatoriana*. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5933/1/129102.pdf>
- Morduchowicz, R. (2022). *Los adolescentes y las redes sociales: La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Muñoz, D. G. H., & Rodríguez, R. M. T. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos en la provincia de Manabí, Ecuador. *PASOS Revista de*

*Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), Article 3.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.027>

Nieto, M., & Cardenas, A. (2018). *SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA Y TELEDETECCIÓN: APLICACIONES EN EL ANÁLISIS TERRITORIAL*.

Otero, A. (2018). *ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN*.

Pineda Martínez, E. O., & Orozco Pineda, P. A. (2018). *Herramientas digitales para la investigación educativa en contextos de convergencia cibercultural*.

Ediciones USTA. <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/217824?prev=as>

Poveda Morales, T. C., & Jijón Remache, G. N. (2018). Nuevas tendencias alimentarias enfocadas en la comida típica ecuatoriana.: Caso: huecas tradicionales de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua. *Revista UNIANDÉS Episteme*, 5(Extra 1), 1400–1413.

Prieto Castellanos, B. J. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46).

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>

Redondo Méndez, A. C., Pinzón Muñoz, C. A., & Ospina Martínez, O. (2020). Internacionalización de emprendimientos culturales de Latinoamérica.

*Podium*, 38, 87–104. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.6>

Reyes, L. P., Pilares, E. J. R., Fernández, P. T., Gómez, M. P., Canales, I. S., Estrugo, L. L., Pilares, E. J. R., Pilares, E. J. R., Carrasco, M. C., Ríos, L. J., & González, F. J. C. (s/f). *Motivar y aprender. El reto de las TIC en el aula de Humanidades*.

- Rivas, R. D. (2018). La artesanía: Patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología "Kóot"*, 9, 80–96. <https://doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>
- Rodríguez Moreno, D. C. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 125–146.
- Sandoval Guerrero, L. K. (2018). *Patrimonio Cultural una alternativa para la dinamización de la economía: Estudio de caso Ecuador. 09.*
- Shuen, A. (2018). *Web 2.0: A Strategy Guide: Business Thinking and Strategies Behind Successful Web 2.0 Implementations*. O'Reilly Media, Inc.
- Tenorio, G. E., Mayorga, L. S., & Terranova, K. T. (2019). *EL MARKETING DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE ECUADOR*.  
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.3597830>
- Toledo Ochoa, D., Padilla Palacios, M. F., & Gómez Parra, M. A. (2020). Tradición, producto y técnica: Bases para aportar valor a la cultura gastronómica ecuatoriana en la actualidad. *Revista Publicando*, 7(25), 128–135.
- Torres, P. I. M., Paz, I. K., & Salazar, I. F. G. (2020). *MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA UNA INVESTIGACIÓN. 03.*
- Universidad de Alicante (España), Campillo-Alhama, C., Martínez -Sala, A. M., & Universidad de Alicante (España). (2019). La estrategia de marketing turístico de los Sitios Patrimonio Mundial a través de los eventos 2.0. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 425–452.  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.029>
- Urry, J. (2001). La mirada del turista. *Turismo y Patrimonio*, 3, 51–66.  
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03>

Viracocha, M. (2022). *Trabajo de Titulación para optar al título de “Licenciado en Gestión Turística y Hotelera”*.

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9741/1/Viracocha%20Lema%2c%20M.%282022%29%20Patrimonio%20Cultural%20Material%20y%20Demanda%20Tur%2c%20Cant%2c%20Latacunga%2c%20Provincia%20de%20Cotopaxi..pdf>

Zamora, F. A. (2018). *MÉTODO INDUCTIVO Y SU REFUTACIÓN DEDUCTISTA*.

Zarza, L. H. (2018). *ESTRATEGIAS EN LA WEB 2.0*.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78387/LuciaHolgadoZarza-4CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## Anexos

### Anexo A. Carta Compromiso

#### Figura 21

*Carta de compromiso*

#### CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 10 de abril de 2023

Doctor  
Marcelo Núñez Espinoza  
Presidente  
Unidad de Titulación  
Carrera de Turismo  
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Lcdo. Mg. Francisco Torres Oñate como coordinador principal del proyecto de investigación titulado "TURISMO GASTRONÓMICO Y DE INNOVACIÓN BASADO EN EL USO DE METAVERSOS Y REALIDAD VIRTUAL PARA LA ZONA CENTRAL DEL ECUADOR" me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "EL PATRIMONIO CULTURAL Y EL TURISMO 2.0 EN LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA" propuesto por la estudiante Castro Cruz Karla Nicole, portadora de la cédula de ciudadanía 1804369070, estudiante de la Carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.





.....  
Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg.  
C:1803318169 .  
cf.torres@uta.edu.ec



## Anexo B. Instrumentos

Tabla 6

*Diseño de la ficha de registro de bienes patrimoniales inmuebles*

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR			 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL Ecuador		<b>CÓDIGO</b>	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES <b>FICHA DE REGISTRO</b>						
<b>1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>						
Denominación del inmueble:						
Clave catastral:				Registro No.:		
<b>2. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				<b>3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD</b>		<b>4. USOS</b>
<b>Provincia:</b>		<b>Cantón</b>		<b>Ciudad:</b>		<b>Público:</b>
						<b>Original:</b>
<b>Parroquia:</b>		Calle principal:		No.		
		Intersección:		Mz.		<b>Privado</b>
<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>		<b>Recinto:</b>		<b>Comunidad:</b>		Particular <input type="checkbox"/>
<b>Rural:</b> <input type="checkbox"/>		<b>Sitio:</b>		<b>Otros:</b>		Religioso <input type="checkbox"/>
<b>Coordenadas</b>		<b>WG584 Z17S : X (Este)</b>		<b>Y (Norte)</b>		<b>Z (Altitud)</b>
<b>5. PLANTA ESQUEMÁTICA</b>				<b>6. UBICACIÓN</b>		
Área construida:		Área del terreno:				

7. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			11. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL			
Siglo		Fecha / Década				
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>					
XVI (1500 -1599)	<input type="checkbox"/>					
XVII (1600 - 1699)	<input type="checkbox"/>					
XVIII (1700 -1799)	<input type="checkbox"/>					
XIX (1800 - 1899)	<input type="checkbox"/>					
XX (1900 - 1999)	<input type="checkbox"/>					
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>					
8. ESTADO DE CONSERVACIÓN						
Sólido		%				
Deteriorado		%				
Ruinoso		%				
9. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS						
10. VULNERABILIDAD						
<b>Riesgos naturales</b>						
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones			<input type="checkbox"/>	
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas			<input type="checkbox"/>	
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:				
<b>Riesgos antrópicos</b>						
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado			<input type="checkbox"/>	
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:	<b>Código fotográfico:</b>			
12. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE						

13. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA										
Época / Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal		
<b>Colonial</b>		<b>Republicano</b>		Recta	<input type="checkbox"/>	Alero	<input type="checkbox"/>	Portal PB	<input type="checkbox"/>	
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>	
Barroco	<input type="checkbox"/>	Ecléctico	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y sopor- tal	<input type="checkbox"/>	
Rococo	<input type="checkbox"/>	Neorrománico	<input type="checkbox"/>	Retranqueada	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	<b>Balcones</b>		
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	<b>Portada</b>		Balaustrada	<input type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>	
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input type="checkbox"/>	
<b>Número de vanos abiertos</b>		Moderno	<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	<b>Zócalo</b>		
PA	0	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input type="checkbox"/>	
PB	1	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	<b>No. de pisos</b>		Rugoso	<input type="checkbox"/>	
<b>Molduras y ornamentación:</b>						2		Liso / Rugoso	<input type="checkbox"/>	
						<b>Color</b>		<b>Textura</b>		
						Blanco, piedra cobrizo		Lisa	<input type="checkbox"/>	
								Rugosa	<input type="checkbox"/>	
14. TIPOLOGÍA FORMAL			15. TIPOLOGÍA FUNCIONAL		16. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO					
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	<b>Elementos constructivos</b>		<b>Materiales de Construcción</b>		<b>Estado de conservación</b>		
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación		Piedra		S	D	R
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura		Ladrillo		S	D	R
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros / Paredes / Tabiques		Ladrillo		S	D	R
Arquitectura tradicional	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos		Madera		S	D	R
Arquitectura vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos		Madera		S	D	R
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos Rasos		Madera		S	D	R
Haciendas	<input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/>	Cubierta		Teja de barro cocido		S	D	R
Rutas	<input type="checkbox"/>	Recreativa	<input type="checkbox"/>	Escaleras		Madera		S	D	R
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas		Madera / vidrio		S	D	R
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Puertas		Madera		S	D	R

Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:	Portales / Soportales / Galerías		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>		Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>		Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>		Otros:		S	D	R
Otros: Museos					S	D	R

### 17. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS

Descripción de la fotografía:



### 18. INTERVENCIONES ANTERIORES

Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones	
	Consolidación	Restauración	Liberación	Sustitución		
Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/>
Cielos rasos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Añadidos	<input type="checkbox"/>
Estructura	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Faltantes	<input type="checkbox"/>

Muros/paredes/tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Otros:</b>					
<b>19. ESQUEMAS GENERALES</b>					
<b>20. OBSERVACIONES</b>					
<b>21. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b>					
<b>Registrado por:</b>			<b>Fecha de registro:</b>		
<b>Revisado por:</b>			<b>Fecha de revisión:</b>		
<b>Aprobado por :</b>			<b>Fecha de aprobación:</b>		
<b>Registro fotográfico:</b>					

**Tabla 7**

*Diseño de la ficha A4*

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIOCULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATROMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b>				<b>CÓDIGO</b>
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				
<b>Provincia:</b>		<b>Cantón:</b>		
<b>Parroquia:</b>		<input type="checkbox"/> Urbana		<input type="checkbox"/> Rural
<b>Localidad:</b>				
<b>Coordenadas:</b>		<b>X(Este)</b>	<b>Y(Norte)</b>	<b>Z(Altitud)</b>
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				
<b>Descripción de la fotografía:</b>				
<b>Código fotográfico:</b>				
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>				
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
			D1	
			D2	
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua(s)</b>	
			L1	
			L2	
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
<b>Breve reseña</b>				
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>				
<b>Fecha o período</b>			<b>Detalle de la periodicidad</b>	
			Anual	
			Continua	

	Ocasional				
	Otro				
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
	Local				
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
E1					
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
H1					
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos					
Colectividades					
Colectividades					
Instituciones					
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta				

	Media			
	Baja			
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
<b>9. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
<b>10. OBSERVACIONES</b>				
<b>11.DATOS DE CONTROL</b>				
<b>Entidad investigadora:</b>				
<b>Inventariado por:</b>			<b>Fecha de inventario:</b>	
<b>Revisado por:</b>			<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>			<b>Fecha aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b>				



## Figura 22

### *Preguntas de la encuesta*

#### **Encuesta: El patrimonio cultural y el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa**

**Nota:** la siguiente encuesta está basada en un diseño de medición de Likert, por consecuencia cada pregunta conta con 5 respuestas, donde solo se podrá elegir una de ellas, las preguntas están relacionadas con el patrimonio cultural y el turismo 2.0.

*El turismo 2.0 es aquel que permite la interacción entre creador y usuario a treves de las herramientas digitales que funcionan en internet, con el fin de intercambiar información sobre temas de interés turístico.*

#### **1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca del turismo 2.0 y sus herramientas digitales?**

1 es el valor más bajo y 5 el valor más alto

1. Nada
2. Poco
3. Medio
4. Bastante
5. Mucho

#### **2. ¿Cuál es la red social de su preferencia?**

1. Twitter
2. YouTube
3. Instagram
4. Facebook
5. Tiktok

#### **3. ¿Con que frecuencia utiliza las redes sociales como medio para obtener información turística sobre un lugar?**

Nunca es el nivel más bajo y siempre el nivel alto

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

#### **4. ¿Con que frecuencia ha visualizado contenido en redes sociales con información turística acerca de la parroquia Atocha-Ficoa?**

Nunca es el nivel más bajo y siempre el nivel alto

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

#### **5. ¿Cuál es su motivación turística para visitar la parroquia Atocha Ficoa?**

1. Actividad turística cultural
2. Actividad turística gastronómica
3. Actividad turística cultural y gastronómica
4. Por recomendación
5. Visita no planeada

**6. ¿Con que frecuencia visita la Casa Museo Martínez Holguín ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?**

Nunca es el nivel más bajo y siempre el nivel alto

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

**7. ¿Con que frecuencia visita la Casa Museo Juan Leon Mera ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?**

Nunca es el nivel más bajo y siempre el nivel alto

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

**8. ¿Con que frecuencia visita la Casa Museo Juan Montalvo ubicada en la parroquia Atocha-Ficoa?**

Nunca es el nivel más bajo y siempre el nivel alto

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

**9. ¿Qué plato típico de la parroquia Atocha-Ficoa consume con mayor frecuencia?**

1. Colada morada
2. Empanadas de viento
3. Cuy asado
4. Helados artesanales

**10. ¿Considera usted que la aplicación de una herramienta digital 2.0 ayudara en la promoción turística del patrimonio cultural que posee la parroquia Atocha-Ficoa?**

1 es el valor más bajo y 5 el valor más alto

1. Nada
2. Poco
3. Medio
4. Bastante
5. Mucho

**Figura 23**

*Validación del instrumento cuantitativo*

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

**Apreciación General:**

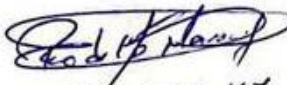
**Observaciones:**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable (X)    Aplicable después de corregir ( )    No aplicable ( )

Validado por: Lic. Rodolfo Naranjo

Firma



1802270117

**Lugar de trabajo:**

**Cargo que desempeña:** Presidente Comité Barrial Atocha

**Fecha:** 28 de mayo de 2023

*Nota. Validación por expertos 1*

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN**

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	x			
Calidad de redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

**Apreciación General:**

**Observaciones:**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable (x)    Aplicable después de corregir ( )    No aplicable ( )

Validado por: Ing. Javier Sánchez

**Firma**

MENTOR JAVIER SANCHEZ GUERRERO  
 SCOPRA DE INVESTIGACIÓN EN CALIDAD, S.A.S. E.  
 C/AV. FERRERES 1571 - FERIA DEL AGROPECUARIO  
 GUAYAS  
 Teléfono: 041-2611028-03 017003-05.00  
 Fecha: 2023-05-20 10:58:43

**Lugar de trabajo:** Universidad Técnica de Ambato

**Cargo que desempeña:** Docente

**Fecha:** 25 de mayo de 2023

*Nota. Validación por expertos 2*

## Anexo C. Carta entrega de recepción del producto al beneficiario

### Figura 24

*Carta de recepción de producto*

#### CARTA DE ENTREGA DE RECEPCIÓN DEL PRODUCTO

Ambato, 19 de junio de 2023

Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg

**Docente coordinador**

**Proyecto de investigación "Turismo gastronómico y de innovación basado en el uso de metaversos y realidad virtual para zona central del Ecuador"**

Yo, Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg. en calidad de coordinador principal del proyecto de investigación titulado "TURISMO GASTRONÓMICO Y DE INNOVACIÓN BASADO EN EL USO DE METAVERSOS Y REALIDAD VIRTUAL PARA ZONA CENTRAL DEL ECUADOR", por medio de la presente hago constar que he recibido el producto desarrollado como parte del trabajo de titulación de tema "El patrimonio cultural y el turismo 2.0 en la parroquia Atocha-Ficoa" por la estudiante Karla Nicole Castro Cruz con cédula de ciudadanía 1804369070, estudiante de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Los detalles del producto son los siguientes:

- Nombre del producto: Mapa interactivo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.

Certifico que el producto ha sido revisado y se encuentra en buen estado. Se considera que el estudiante ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos para la entrega del producto desarrollado en su trabajo de titulación.

*Karla Castro*

Entregado por:  
Karla Nicole Castro Cruz  
C.I 1804369070  
kcastro9070@uta.edu.ec



FRANCISCO TORRES OÑATE  
CAMILLO FRANCISCO  
TORRES OÑATE

Aprobado por:  
Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg.  
C.I. 1803318169  
cf.torres@uta.edu.ec

## Anexo D. Evidencias

Levantamiento de información en la parroquia Atocha-Ficoa

**Figura 25**

*Museo Martínez Holguín*



*Nota. Elaboración propia*

**Figura 26**

*Museo Juan León Mera*



*Nota. Elaboración propia*

**Figura 27**

*Museo Juan Montalvo*



*Nota. Elaboración propia*

**Figura 28**

*Establecimiento de restauración “Kiosko, Atocha lugar turístico”*



*Nota. Elaboración propia*

**Figura 29**

*Heladería en Ficoa*



*Nota. Elaboración propia*