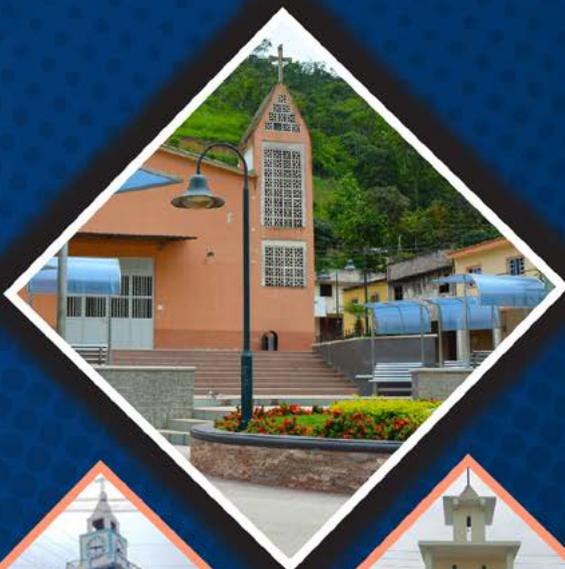




UTMACH



Estrategias de **comunicación** para el desarrollo rural: Casos parroquias Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac

- Karina Benítez-Luzuriaga
- Karol Gálvez-Palomeque
- Lizette Lazo-Serrano

Coordinadoras

Colección
de la Facultad
de Ciencias
Sociales

Editorial
UTMACH



Vicerrectorado de
Investigación • Vinculación • Posgrado
Unidad Editorial

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural:

**Casos parroquias
Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac**

Karina Benítez-Luzuriaga
Karol Gálvez-Palomeque
Lizette Lazo-Serrano

Coordinadoras



Ediciones UTMACH

125 pág / Formato 17 X 24cm

Título: Estrategias de comunicación
para el desarrollo rural: Casos parroquias
Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac

Primera edición

ISBN electrónico: 978-9942-24-187-0

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241870>

CDD: 302.2

Colección de libros de la Facultad de Ciencias Sociales
Convocatoria 2023

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural:
Casos parroquias Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac

José Correa Calderón
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales
Director de la Colección

Comisión Académica de la Colección

Elida Rivero Rodríguez
María Román Aguilar
Wilson Peñaloza Peñaloza
Yubber Alexander Cedeño
Miguel Cunalata Castillo

Miembro editorial de la publicación (Coordinación técnica - FCS)

José Correa Calderón
María Román Aguilar
Jorge Maza Córdova
Fernanda Tusa Jumbo

Miembro editorial de la publicación (Asistencia editorial - FCS)

Melissa Matamoros Romero
Esther Jumbo Castillo

La Facultad de Ciencias Sociales desea expresar su agradecimiento a todos los que hicieron posible la edición de este libro: Revisores de la facultad, pares especializados externos, comisión académica, técnica y asistencia editorial de la facultad. Agradecemos a la Editorial UTMACH, que se encarga del proceso editorial y a coordinar con la facultad, cada fase del libro. Finalmente, mis sinceras felicitaciones a los autores de la obra.

Autoridades

Jhonny Pérez Rodríguez - **Rector**
Rosemary Samaniego Ocampo - **Vicerrectora Académica**
Luis Brito Gaona - **Vicerrector de Investigación, Vinculación y Posgrado**
Irene Sánchez González - **Vicerrectora administrativa**

© Ediciones UTMACH

Título original:

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural:
Casos parroquias Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac

ISBN electrónico: 978-9942-24-187-0

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241870>

© Autores de capítulos

Libro revisado por pares académicos

Karina Lozano Zambrano
Jefe editor / Edición editorial y diagramación

Edison Mera León - **Diseño de cubierta**
Jazmany Alvarado Romero - **Difusión D-Space**

Primera edición

21 de febrero de 2024 - Publicación digital

Universidad Técnica de Machala - UTMACH
Correo: editorial@utmachala.edu.ec
Machala-Ecuador

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Inter-
nacional (CC BY-NC-SA 4.0).

Presentación de la colección

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala se enorgullece de presentar una colección de textos que refleja el trabajo de nuestros profesores y estudiantes en los campos de las ciencias sociales, jurídicas y de la educación. Estos textos no solo representan la diversidad de intereses e investigaciones de nuestra comunidad académica, sino que también subrayan nuestro compromiso con la mejora de la calidad de vida en nuestra región y más allá.

Nuestra Facultad es un crisol de conocimientos que abarcan una amplia gama de disciplinas en las ciencias sociales. Desde sociología hasta trabajo social, desde psicología hasta comunicación, nuestros investigadores están comprometidos con la comprensión de la sociedad en todas sus dimensiones. En estos textos, encontrarán investigaciones que exploran la dinámica social, la cultura, la identidad y las transformaciones que enfrenta nuestra sociedad en el siglo XXI.

En el ámbito jurídico, nuestra Facultad se destaca por su profundo compromiso con la justicia y el Estado Constitucional de derechos. Los textos en este ámbito, analizan cuestiones legales cruciales que afectan a nuestra sociedad, desde la protección de los derechos humanos hasta la reforma legal. Nuestros investigadores trabajan incansablemente para contribuir a la construcción de un sistema legal más justo y equitativo.

En el ámbito de las ciencias de la educación y las perspectivas pedagógicas innovadoras, es claro que la educación es el motor del cambio social, y en la Facultad de Ciencias Sociales reconocemos su importancia central. Nuestros textos también incluyen investigaciones sobre pedagogía, currículo y formación docente. Estamos comprometidos en promover prácticas pedagógicas innovadoras que preparen a nuestros estudiantes para enfrentar los desafíos de la educación del siglo XXI.

La Facultad de Ciencias Sociales se compromete con la dignidad, la excelencia académica, la vinculación comunitaria y la transformación como pilares fundamentales de su labor educativa, social y cultural.

José Correa Calderón, PhD.

DECANO

Rosa Caamaño Zambrano, Mgs.

SUBDECANA

Índice

- Uzhcurrumi-Pasaje: Promoción del turismo rural,
Sistematización de una experiencia ..19
Karina Benítez-Luzuriaga; Christian Xavier Encalada Guartazaca; Leonardo Adrián
Gonzabay Peralta
- Alfabetización y ciudadanía digital en el sector rural de Machala ..51
Karol Gálvez-Palomeque; Stefania Damaris Abad Romero; María José Ortiz Serrano
- Necesidades y estrategias comunicacionales para la valoración del
potencial turístico de la parroquia Curtincápac ..83
Lizette Ivonne Lazo-Serrano; Shirley Nicole Sarango-Barreto

Dedicatoria

A mis estudiantes, quienes, sin saberlo, me exigen cada día a leer más y más.

Karina

A mi padre, quien a pesar de no estar físicamente conmigo, siempre me ha dado la fuerza para cumplir mis metas.

Karol

A mis estudiantes, quienes al poner en práctica los principios de la comunicación para el desarrollo, contribuyen a dar valor y visibilizar la diversidad, los saberes, la riqueza y los desafíos de las comunidades locales y rurales donde intervienen.

Lizette

Presentación

El libro *Estrategias de Comunicación para el desarrollo Rural* proporciona una valiosa guía para aquellos que necesitan fortalecer la comunicación en comunidades rurales. A través de sus páginas, se exploran enfoques efectivos para transmitir mensajes claros y coherentes, fomentar la participación comunitaria y promover el desarrollo sostenible de zonas geográficamente alejadas de los sectores urbanos; desde técnicas de comunicación interpersonal, medios tradicionales hasta el uso de tecnología digital, el libro ofrece un abanico de herramientas y consejos prácticos. Con esta invaluable información, los líderes y agentes de cambio en el sector rural podrían mejorar la comunicación, fortalecer los lazos comunitarios y potenciar el crecimiento económico-social en estas áreas, promoviendo la participación ciudadana.

El texto es una compilación de tres trabajos de titulación que se enmarcan en la investigación acción- participación, con enfoque descriptivo-exploratorio, con visos de método etnográfico, al ser ejecuciones comunicacionales por parte de estudiantes en territorios rurales, bajo la mirada académica de las profesoras-tutoras. El objetivo es visibilizar y describir el impacto que tiene la implementación de estrategias comunicacionales para el desarrollo del sector rural de la provincia de El Oro. Se presentan trabajos realizados en las parroquias Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac, durante 2022 y 2023. La experiencia evidenció la escasa política pública tendiente a mejorar la calidad de vida de este sector, en cuanto a obras de infraestructura, educación, salud, e incluso la falta de conectividad que limita una adecuada alfabetización digital en dichas zonas. Se muestra que la ruralidad orense tiene potencialidades y fortalezas, las que, siendo gestionadas de manera eficiente y oportuna, junto a una adecuada estrategia comunicacional integral, podrían convertir a la región en un sector altamente productivo y con mejor calidad de vida para sus habitantes.

Ha sido un buen camino recorrido, juntos estudiantes y profesoras, hemos disfrutado las investigaciones que, plasmadas en este texto, buscan levantar la mirada de propios y extraños, en definitiva, de quienes entendemos que, en el sector rural, existe una gran potencialidad para desarrollar esta provincia del sur de Ecuador.

Que ese camino lo puedan recorrer ustedes con la lectura, es la meta planteada. Queda en vuestras manos.

Palabras Clave: Estrategias, Comunicación Rural, Comunicación para el Desarrollo, Participación comunitaria, Investigación-acción-participativa

Introducción

La comunicación para el desarrollo de los territorios se centra en las personas. Con el presente texto presentamos algunas investigaciones *in situ* realizadas en entornos rurales y sistematizadas dentro del proceso académico universitario. En cada uno de los casos, se parte de una revisión conceptual sobre procesos comunicacionales de cambio, crecimiento de la sociedad y sus diferentes modos de producción, según el área geográfica de intervención.

La zona rural de la provincia de El Oro, al igual que en el mundo entero, vive desventajas en su desarrollo. En los sectores periféricos, alejados de zonas urbanas, se siente la brecha social, administrativa, económica, política, digital. Con base a esta premisa, en el ejercicio investigativo universitario se detectan problemáticas que justifican la ejecución de indagaciones científicas por parte de estudiantes, bajo el direccionamiento de docentes.

La comunicación es un eje transversal en todo proceso social. Desde ese enfoque, se planificaron intervenciones en esos territorios rurales, previamente identificados, para implementación de estrategias de comunicación con técnicas y herramientas pertinentes de investigación-acción-participación.

Este texto y los resultados que se presentan, constituyen el producto final de conjugar los procesos académicos en cumplimiento con las funciones sustantivas de la educación superior: docencia, investigación y vinculación con la sociedad. A través de proyectos de aula coordinados entre las asignaturas: **Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Institucional, Comunicación Digital**; y las horas de servicio comunitario cumplidas *in situ* en las parroquias rurales orenses, con el **proyecto de vinculación con la sociedad “Mediaciones Culturales” de la Carrera de Comunicación de la**

Universidad Técnica de Machala; docentes y estudiantes iniciaron con levantamiento de la información, que se continuó en ejecutorias participativas e investigativas en los períodos posteriores.

Estos proyectos se constituyeron en trabajos investigativos de fin de carrera, desarrollados a través de **tutorías de trabajos de titulación**, donde a partir de la revisión de literatura se levantaron constructos teóricos que sirvieron de referencia para plantear metodologías y la aplicación *in situ* de estrategias comunicacionales. Al mismo tiempo, estos procesos también se enmarcaron para aportar en el proyecto de investigación: **Alfabetización digital y participación ciudadana: sector rural de Machala**, constituyéndose así una investigación de campo desde la academia en las localidades de las parroquias: Uzhcurrumi, El Retiro y Curtincápac.

Uzhcurrumi, ubicada a 150 msnm, es una pintoresca parroquia situada en la zona rural del cantón Pasaje, provincia de El Oro, en Ecuador. Con su encanto rural y hermosos paisajes naturales, atrae a los visitantes con su exuberante vegetación y su clima agradable. Su rica cultura y tradiciones locales hacen de este lugar un destino atractivo en la región. Sus casi 1600 habitantes viven de la agricultura y muchos le han apostado al emprendimiento con restaurantes típicos, hosterías y zonas de esparcimiento con deportes extremos. Sin embargo, la falta de infraestructura vial y de obra pública de servicios básicos no le ha permitido despegar con esas incipientes acciones de turismo rural.

En Uzhcurrumi se realizó una investigación *in situ*, una puesta en práctica de técnicas y herramientas de promoción rural, con un grupo focal de jóvenes estudiantes de un colegio del cantón Pasaje, a quienes se les informó, promocionó, capacitó, incentivó, trasladó a la zona para que vivan la experiencia del turismo rural. Esa experiencia fue monitoreada y sistematizada para valorar un antes y un después, tomando como premisa estratégica la vivencia y la cocreación de contenidos por parte de ellos.

Los estudiantes Christian Encalada y Leonardo Gonzabay, con la respectiva tutoría docente, ejecutaron su trabajo de titulación con esta sistematización de experiencias, donde se aplicaron técnicas de investigación científica, dentro de una metodología cuali-cuantitativa, a ratos etnográfica también, bajo el enfoque exploratorio-descriptivo que les permitió retroalimentar y generar aprendizaje valioso sobre implementación de estrategias de comunicación para un verdadero desarrollo rural.

La parroquia El Retiro, única parroquia rural del cantón Machala con una población cercana a los 4366 habitantes, se encuentra a aproximadamente 25 minutos del casco urbano de la capital orense, un sitio en donde el acceso a la tecnología y la conectividad es más precario que en el sector urbano lo cual enfatiza la problemática de desarrollo de competencias digitales en sus habitantes.

Hablar de alfabetización digital es abarcar varias aristas no solo desde el enfoque del acceso y uso de herramientas, sino que va más allá considerando el criterio analítico y la responsabilidad de los usuarios. Adquirir competencias digitales es indispensable, no solo para las nuevas generaciones sino para todos los ciudadanos, ya que muchas actividades presenciales o físicas ahora se desenvuelven entornos virtuales.

En la investigación se plantea como interrogante entender *¿Cómo la alfabetización digital aporta al ejercicio de la ciudadanía digital en los habitantes de la parroquia El Retiro, cantón Machala?*, en donde mediante varias técnicas como entrevistas, encuestas, observación participante y revisión bibliográfica se explora esta realidad, para comprender y proponer formas de ejercer la ciudadanía digital en este sector.

En encuestas se indaga a la población y se aborda diversas dimensiones que permitan determinar sus competencias digitales, donde se planteó preguntas clasificadas en estas categorías: información, estudio, trabajo, entretenimiento, pagos y servicios, ciudadanía digital,

emprendimiento y empatía digital y a partir de esto se contrasta los datos con el aporte que este representan a la ciudadanía digital.

El trabajo es parte del proyecto de investigación Alfabetización digital y participación ciudadana: sector rural de Machala y se presentó como trabajo de titulación de las estudiantes de Comunicación Damaris Abad y María José Ortíz, es una investigación cuali-cuantitativa, en donde se indaga a la población y se presenta una propuesta que aporte a mejorar la calidad de vida de la parroquia El Retiro.

En cuanto a la parroquia Curtincápac, ubicada a 1070 msnm al este del cerro Nudillo, vimos que se constituye en una de las tres parroquias rurales del cantón Portovelo, localizado en la parte alta de la provincia de El Oro, en las faldas de la cordillera occidental de los Andes. Las referencias de investigaciones levantadas atestiguan que su nombre proviene del quichua y significa *Tierra de hombres valientes*; así mismo su historia se empezó a registrar en la época colonial, con la llegada de los españoles a esta zona, atraídos por la explotación aurífera.

Está formada por la cabecera parroquial y varios barrios y sitios, limita con otras parroquias del cantón Portovelo. De acuerdo con el censo de 2010, existían alrededor de 510 habitantes, lo que representaba el 4% de la población del cantón, sin embargo, con datos actualizados levantados por el GAD Parroquial, se estima que actualmente hay entre 600 y 650 habitantes. Su actividad económica principal es la agricultura, especialmente el cultivo de caña de azúcar y sus derivados, como panela, miel, guarapo y el aguardiente.

Esta investigación, se originó durante la pandemia de coronavirus, con un proyecto de aula liderado por la estudiante Shirley Sarango, quien es oriunda de Portovelo con raíces en Curtincápac, por ello, Shirley decidió continuar y completar la investigación para su trabajo de titulación bajo la guía docente; se constituyó en una forma de honrar al terruño de su infancia y así aportar al desarrollo de su cantón desde sus estudios académicos. En esta sinergia docente-estudiante

se emprendió el reto de aplicar estrategias participativas cualitativas y cuantitativas para identificar elementos del potencial turístico de la parroquia como el punto de partida para conocer las necesidades comunicacionales de promoción y valoración del turismo y sobre todo recomendar posibles estrategias de comunicación a ser consideradas por los organismos competentes y sus autoridades.

Además del área de experticia en la comunicación, y a falta de información sobre el turismo en la parroquia, se decidió elaborar una guía de observación para identificar sitios y aspectos culturales con probable potencial turístico de la parroquia así como sus condiciones actuales como el punto de partida para poder diagnosticar las estrategias y acciones comunicacionales para la promoción y la valoración del potencial turístico de la parroquia; de la misma forma se registró la percepción de los *curtincapenses* sobre el potencial turístico que poseen en la zona; y se determinó con entrevista a expertos, las posibles estrategias de comunicación para generar promoción y valoración de un potencial turístico.

Entre los resultados se destacó que los *curtincapenses* no tienen información sobre turismo y que su gobierno parroquial tampoco conoce del tema; sin embargo, tienen gran interés por instruirse en la temática. Por el lado de las autoridades seccionales, no existe un plan de estrategias para la valoración y promoción de los sitios con probable potencial turístico por lo que es importante levantar además de un plan maestro parroquial de turismo, un plan de comunicación y estrategias de capacitación en turismo para los habitantes.

Ese recorrido investigativo y participativo de la academia en estos sectores rurales marca una huella importante por el quehacer comunicacional desde las aulas universitarias, la investigación diagnóstica in situ, participativa, las capacitaciones, hasta el empoderamiento estudiantil, donde el análisis y el proceso reflexivo han sido parte del aprendizaje. La investigación en comunicación permite marcar nuevas rutas para las ejecutorias públicas y privadas, donde el ser humano, siempre debería estar en el centro del desarrollo social y económico.

Necesidades y estrategias comunicacionales para la valoración del potencial turístico de la parroquia Curtincápac

Lizette Ivonne Lazo-Serrano

llazo@utmachala.edu.ec

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad Técnica De Machala

<https://orcid.org/0000-0002-9991-136X>

Shirley Nicole Sarango-Barreto

ssarangobarreto@gmail.com

Universidad Técnica de Machala, Ecuador

<https://orcid.org/0009-0001-3283-104X>

Resumen

En este estudio sobre la valoración del potencial turístico de la parroquia Curtincápac, en la provincia de El Oro al sur de Ecuador, se analiza en detalle la forma en que se puede promover la riqueza de sus recursos naturales y culturales. Se identifican 13 sitios de interés con un innegable potencial para atraer a visitantes locales, nacionales e internacionales.

A pesar de este valioso patrimonio, Curtincápac enfrenta desafíos significativos en términos de infraestructura, accesibilidad vial y conocimiento limitado sobre estrategias de comunicación turística, tanto entre los habitantes como entre las autoridades locales. La falta de comunicación efectiva y estrategias de promoción adecuadas ha llevado a un bajo reconocimiento de los recursos turísticos de la parroquia.

En resumen, este estudio subraya la importancia de empoderar a la comunidad a través de la comunicación y la colaboración entre autoridades locales, profesionales del turismo y la comunicación, para transformar el potencial turístico en una realidad próspera y sostenible que beneficie a la parroquia en su conjunto.

Introducción

En la actualidad, la valoración del potencial turístico de los habitantes de una comunidad se ha convertido en un pilar importante para el desarrollo humano. En palabras de Martín Barbero (1998), el individuo en una comunidad no solo debe ser receptor, sino también un ser activo y protagonista, capaz de razonar, pensar críticamente y negociar, manteniendo una relación directa con su entorno, identidad y cultura.

Barona Villegas y Belalcázar Sánchez (2019), aseguran que la pérdida de las raíces en un habitante lo vuelve un individuo inactivo en la comunidad que es miembro; es por ello que el tomar acción para generar un cambio merma su posibilidad de cumplirlo, así mismo se enfrenta a un obstáculo para desarrollar propuestas de estrategias de comunicación factibles.

La comunicación, como señalan Hernández Guerra y Márquez Marrero (2021), “es un factor decisivo en el funcionamiento de los territorios, en tanto posibilita las sinergias entre el estado y la sociedad, como centro sociocultural más importante para el empoderamiento de los actores locales como agentes del desarrollo” (p. 2). De esta manera se hace indispensable conocer y comprender el entorno, para valorar y asumir un sentido de pertenencia hacia la comunidad ya que ésta coordina a sus integrantes y les permite alcanzar objetivos comunes que favorecen el desarrollo. (Fernández Hernández et al., 2016).

Un ejemplo revelador es la investigación realizada por Bermúdez Aroca (2017), en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, sobre el posicionamiento del sombrero de paja toquilla como producto ecuatoriano originario de Manabí y Patrimonio Cultural Inmaterial del país, en vez de ‘Panamá Hat’. El autor demuestra cómo una estrategia comunicacional efectiva permite “elevar el grado de posicionamiento de la marca, ciudad o país” (p. 47). en los manabitas y ecuatorianos, considerando el reciente reconocimiento mundial del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En el ámbito turístico, la eficacia de una estrategia comunicacional radica en la diferenciación, es decir, en ofrecer un servicio o producto único y de calidad, que tenga valor agregado y que proyecte una imagen positiva. Asimismo, el comunicador tiene un rol indispensable para difundir y mediar el desarrollo turístico.

Mikery Gutiérrez y Pérez-Vázquez (2014), enfatizan la importancia de considerar la valoración de un recurso natural y cómo se encuentran estructuralmente los atractivos turísticos, para de esta forma tratar el potencial turístico de un territorio específico. En este sentido, la integración activa de los actores de la comunidad que están estrechamente relacionados con su territorio y el sector turístico se integren, para así determinar el potencial turístico del territorio rural. Es necesario considerar los diferentes puntos de vista, desde una perspectiva amplia, desde el oriundo del lugar, visitantes, autoridades, hasta profesionales, para así obtener una visión integral del panorama.

En este contexto, surge esta investigación con el objetivo general de identificar necesidades comunicacionales del potencial turístico de la parroquia Curtincápac, con el fin de recomendar posibles estrategias para mejorar su difusión, que sean aplicadas por los organismos competentes y las autoridades locales como parte del aporte académico y de vinculación con la comunidad, desde la Universidad Técnica de Machala (UTMACH).

Para cumplir con este objetivo, también se han determinado objetivos específicos, tales como: diagnosticar las estrategias y acciones comunicacionales realizadas para la promoción y la valoración del potencial turístico de la parroquia; registrar la percepción de los curtincapenses sobre el potencial turístico que poseen en la zona; y determinar las posibles estrategias de comunicación para generar promoción y valoración de un potencial turístico.

En la metodología, se establecieron categorías levantadas de acuerdo a la revisión bibliográfica con las que se aplicaron técnicas mixtas, como: observación participante en sitios turísticos, entrevistas semiestructuradas a responsables de departamentos de Turismo y Relaciones Públicas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) local, parroquial y provincial; entrevistas a responsables de los sitios turísticos o lugares que reciben visitantes, así como al representante principal de la compañía de Activación Turísticas y Proyectos (ATP) Portovelo; entrevistas semiestructuradas a expertos y académicos en Turismo, y como técnica cuantitativa un sondeo de opinión para conocer la percepción de los curtincapenses sobre el potencial turístico que poseen en la zona.

Al hablar de los resultados, los curtincapenses no tienen información sobre turismo, porque la Junta Parroquial no conoce del tema; sin embargo, tienen la iniciativa de instruirse en la temática. Al respecto de autoridades, no tienen un plan de estrategias para la valoración y promoción de los sitios con probable potencial turístico de la parroquia Curtincápac, referente a esto, se puede planificar estrategias de comunicación convencionales y no convencionales que apoyen a un plan maestro parroquial de turismo, tal como lo recomiendan los expertos indagados en este trabajo.

Desarrollo

Análisis situacional de la parroquia Curtincápac

Curtincápac, es una parroquia rural del Cantón Portovelo, ubicada en las faldas de la cordillera occidental de los Andes, en el Nudillo la Payama, cuyos límites son: al norte con la parroquia Morales, al Sur y al este con la parroquia Salati y al oeste con Portovelo (ver Figura 1). Según Maritza Chamba, secretaria del GAD Parroquial, su nombre proviene del vocablo quechua “Tierra de hombres valientes”. “. La parroquia está compuesta por la cabecera parroquial Curtincápac, los barrios Los Llanos y Loma Larga, y seis sitios: La Ladera, Casas Viejas, Balsones, La Lima, Las Acacias, Pueblo Nuevo.

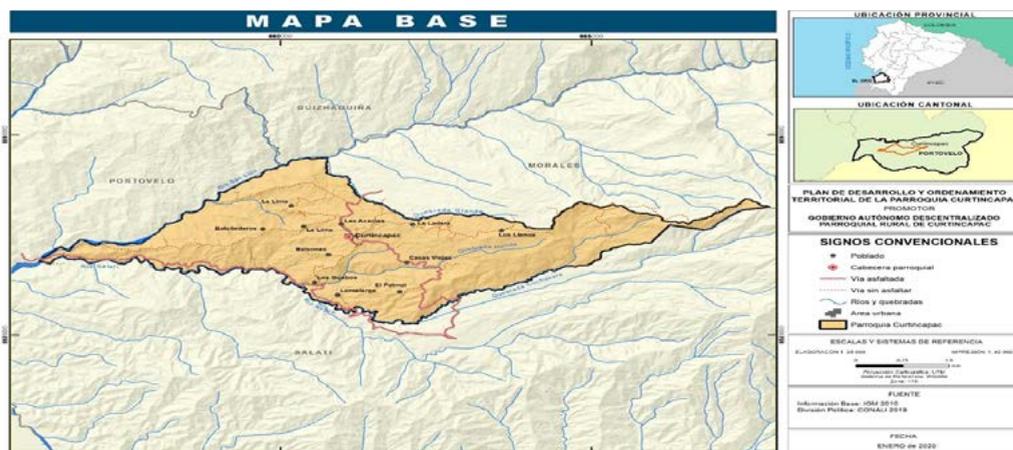


Figura 1. Mapa Parroquial Curtincápac
Fuente: PDOT (2019). Elaboración: PDOT (2019).

Marco Castillo, presidente del GAD Parroquial, manifiesta que Curtincápac tiene sus orígenes en la época de la conquista española, y los primeros habitantes fueron colonos españoles o sus descendientes, atraídos por las abundantes reservas de oro en las tierras de Portovelo y Zaruma. Otros investigadores, además consideran que, en la antigüedad, esta parroquia era popular por la forma de comunicarse que tenían, a través cachos del ganado propio de la zona y de tarros, por otro lado, también se contaban leyendas de terror del sector.

En la publicación web del GAD Parroquial de Curtincápac (2021), se describe que las primeras construcciones se erigieron en terrenos donados por destacados ciudadanos, como José Abelardo Rojas, Daniel Espinoza, Manuel Sánchez, Narciso Salazar, Agustín Toro y Modesto Espinoza. El asentamiento que hoy se conoce como Curtincápac data de los siglos XVIII y XIX. En 1900, se construyó la primera iglesia de la Virgen del Perpetuo Socorro, que todavía conserva el Altar Mayor y San Roque, aunque ya no existe. Además, se construyó un convento para albergar a los religiosos que visitaban el pueblo.

En cuanto a su estatus parroquial, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - PDOT (2019), el 16 de enero de 1945, durante la administración del Sr. José María Velasco Ibarra, se suscribió el decreto que la convirtió oficialmente en parroquia rural del cantón Portovelo el 05 de agosto de 1980, después de haber pertenecido a la jurisdicción del cantón Zaruma durante 35 años. Este cambio se publicó en el Registro Oficial 207, el 8 de febrero de 1945.

De acuerdo con el PDOT (2019), basado en los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), “la parroquia Curtincápac tiene una población de aproximadamente 510 habitantes entre hombres y mujeres, lo que representa 4% de la totalidad de la población del cantón Portovelo” (p. 64).

En términos demográficos, Curtincápac cuenta aproximadamente con 600 a 650 habitantes, según datos actualizados proporcionados por el presidente del GAD Parroquial. Al respecto, la página web del GAD Parroquial Curtincápac (s.f.), afirma que la gran mayoría de la población (93%) profesa la religión católica, mientras que el 7% restante sigue la fe evangélica. Estos habitantes celebran sus festividades religiosas, como las de la Virgen del Perpetuo Socorro, el 29 de septiembre de cada año.

El PDOT (2019), refiere que, la economía de la parroquia se basa en actividades agrícolas, ganaderas y pecuarias. La producción de caña de azúcar y sus derivados, como panela, miel, guarapo y destilación de aguardiente, constituye una parte importante de los ingresos familiares. Sin embargo, el servicio de transporte público no llega a todos los sitios de Curtincápac. Solo la cabecera parroquial, Los Llanos, Loma Larga, Casas Viejas, La Lima y La Ladera cuentan con transporte público permanente. En otros lugares como La Lima Bajo y Balsones, el transporte se realiza a través de camionetas de servicio mixto y privado. El horario de recorrido y servicio de transporte público por lo general es diario, disponiendo de turnos en la mañana y en la tarde. “La cooperativa que cubre el servicio es la 24 de Junio, Cooperativa de Taxis Portovelo, Cooperativa Rutminsa S.A., Cooperativa Cotrans Salati S.A”. (p. 103).

La administración del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Curtincápac, período 2019-2023 es la siguiente:

Tabla 1. Administración de Curtincápac 2019-2023.

Nombres	Dignidad
Sr. Marco Alfredo Castillo Valdiviezo (Principal) Sra. Ángela Margarita Sarango Rojas (Alterna)	Preside Comisión de Biofísico, Desarrollo Territorial y Asentamientos Humanos
Sr. Wilmer de Jesús Tapia Espinosa (Principal) Srta. Karla Fernanda Amay Román (Alterna)	Preside Comisión de Energía, Transporte y Conectividad
Sra. Jessica Alexandra Chamba Espinosa (Principal) Sr. Jorge Luis Espinosa Valarezo (Alterna)	Preside Comisión de Desarrollo Institucional
Sra. Ayda Lucía Torres Torres (Principal) Sr. José Euclides Calderón (Alterna)	Preside Comisión Socio Cultural
Sr. Johnny Iván Macas Asanza (Principal) Sra. María Isabel Mejicano Angamarca (Alterna)	Preside Comisión de lo Económico
Sra. Maritza Chamba Espinosa	Secretaria – Tesorera del GADPRC

Fuente: PDOT (2019). Elaboración: PDOT (2019).

Es importante determinar que el PDOT (2019), además de las siguientes cifras, en cuanto a disponibilidad de servicio de internet y telefonía móvil o celular (ver Tabla 2 y 3).

Tabla 2. Porcentaje de disponibilidad de internet en los hogares de la parroquia Curtincápac.

Disponibilidad de servicio de internet en la parroquia Curtincápac		
SERVICIO	CASOS / HOGARES	PORCENTAJE (%)
SI	0	0%
NO	149	100%
TOTAL	149	100%

Fuente: PDOT (2019). Elaboración: PDOT (2019).

Tabla 3. Disponibilidad de telefonía móvil o celular en la parroquia Curtincápac.

Disponibilidad de telefonía móvil o celular en la parroquia		
SERVICIO	CASAS/HOGARES	PORCENTAJE (%)
SI	65	44%
NO	84	56%
TOTAL	149	100%

Fuente: PDOT (2019). Elaboración: PDOT (2019).

Turismo en la parroquia Curtincápac

Curtincápac se destaca por ser una parroquia rica en cultura, orgullosa de su herencia y con un gran potencial turístico, según el presidente del GAD Parroquial, Marco Castillo. Este potencial no solo beneficiaría a los habitantes de la parroquia, sino también al cantón Portovelo, a la provincia y al país en su conjunto. La comunicación, cuando se emplea con objetivos claros y alcanzables y se implementan estrategias efectivas, puede desencadenar un desarrollo económico sostenible, aumentar la visibilidad de la parroquia y fomentar la apreciación del potencial turístico entre los residentes locales.

De acuerdo con la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Curtincápac (GADPC), los atractivos turísticos de la parroquia atraen princi-

palmente a turistas interesados en la historia. Estos visitantes acuden a explorar el túnel de destilación de aguardiente, disfrutar de las actuaciones del grupo de danza local y contemplar la majestuosa cascada Arcoíris en el barrio Loma Larga.

En el ámbito cultural, la página web también destaca la presencia de dos comadronas en los sitios Casas Viejas y La Lima. Estas comadronas, a pesar de carecer de formación académica formal, poseen una invaluable experiencia que les permite ejercer sus labores con destreza, especialmente dado que no hay ginecólogos en la zona. Su papel es fundamental para la comunidad.

En lo que respecta a las celebraciones, Maritza Chamba, secretaria del GAD Parroquial, menciona que se llevan a cabo festividades en honor a la Virgen del Perpetuo Socorro el 29 de septiembre de cada año. Durante esta fecha especial, el presidente del GAD Parroquial, Marco Castillo, destaca que se sirve el tradicional caldo de gallina criolla, que es un plato típico de la región y se disfruta durante todo el año.

El cronograma de festividades incluye una serie de actividades, como la proclamación y coronación de la reina de belleza, un desfile cívico en el que participan autoridades, estudiantes y docentes de la Unidad Educativa Curtincápac, una sesión solemne y la inauguración de juegos deportivos. También se lleva a cabo un baile de gala, una misa en honor a la virgen, en la que se sirven platillos típicos de la zona, así como juegos recreativos, presentaciones de grupos de danza de parroquias vecinas y un baile popular que culmina con la quema del castillo.

Difusión turística de la parroquia Curtincápac

Se analizaron los canales digitales utilizados por el GAD Parroquial de Curtincápac, encontrándose que cuenta con una página web y un perfil de Facebook. Con respecto a la página web se observa que no se encuentra información actualizada. En la sección de turismo, se mencionan algunos atractivos como el túnel de destilación de aguardiente, el grupo de danza y la cascada El Arco Iris. Además, se destacan platos típicos como la Patarashca¹, el bolón con maní, el bolón con huevo y el caldo de gallina criolla, que se sirve durante las fiestas patronales.

¹Plato típico que se prepara con yuca, pescado seco y refrito.

En el perfil de Facebook del GAD Parroquial, existe escasez de información sobre el aspecto turístico, donde se ha publicado pocas veces imágenes de la Cascada El Arcoíris. Esta red social contiene publicaciones informativas sobre comunicados hacia sus habitantes como mingas de limpieza, reuniones, etc.

En cuanto a publicaciones sobre Curtincápac en sitios web externos, se encuentra la página web Go Raymi (s.f.), que menciona los atractivos paisajes naturales que incitan al visitante a verse inmerso en su pensamiento la belleza que pueden visualizar. Además, indica que existen bosques, cascadas y ríos con frescura y agua cristalina. La cascada El Arcoíris, es uno de los lugares más visitados en cuanto a turismo.

Igualmente, la página web InfoTurismo (2019), destaca que, la parroquia Curtincápac cuenta con atractivos turísticos como: áreas naturales que permiten al turista ponerse en contacto con “la cultura local, aquello que diversifica la economía y con la posibilidad de realizar turismo vivencial como son la cascada el Arco Iris y la producción de la caña de azúcar, como la destiladora de aguardiente Danix”.

Potencialmente, la página Ecoparkmining (s.f), publicó que en Curtincápac se encuentra la cascada El Arcoíris y se pueden realizar actividades como “ecoturismo, senderismo, fotografía, ocio”, que en la actualidad cuenta con un sendero construido con materiales reciclables en condiciones favorables, donde “la importancia turística del lugar radica en cuanto al paisaje y al bosque circundante, muy hermosos y conservados”.

Asimismo, el sitio web Noticias al día (2021) y Machala Móvil (2021), informaron sobre la realización de la primera Gincana de Azúcar en Curtincápac, el 26 de septiembre del 2021; con este programa se trató de realizar varias actividades que realizan los cañicultores para obtener el aguardiente, donde los equipos estaban conformados por dos personas, los cuales tenían que despuntar la caña, luego cargarla en una acémila, recorrer el centro parroquial y descargarla. “El evento fue de expectativa para los habitantes de la zona y, busca fomentar el turismo agropecuario en la parte alta de El Oro” Noticias al día (2021).

Para finalizar, en la investigación realizada por Toledo Vivanco (2019), detalló que, el sitio turístico la cascada El Arcoíris de 9 metros de altura, rodeada de bellos paisajes, cuenta con una infraestructura eco amigable, en la que se puede practicar “ecoturismo, senderismo y también conseguir unas buenas fotografías” (p. 11).

Algunos constructos teóricos

Turismo Rural

El turismo rural, como forma de desarrollo comunitario, tiene sus raíces en Europa, surgiendo como una respuesta después de la Segunda Guerra Mundial, aunque sus orígenes específicos se remontan a principios del siglo XX. Sin embargo, su reconocimiento formal y legal se consolidó en las décadas de 1970 y 1980, según Mayaris y Núñez (2011).

Aguilar y Martínez (s.f), sostienen que los programas de turismo rural funcionan eficazmente cuando se ajustan para satisfacer las necesidades y preferencias de los turistas, al tiempo que “permite el desarrollo de la economía por medio del trabajo y la mejora de condiciones sociales, políticas y culturales derivadas de una organización interna con énfasis en valores culturales y la consolidación de órganos colectivos” (p. 20).

Por su parte, Bravo y Zambrano (2018), expresan que, dentro del turismo rural se enmarcan varios tipos, tales como: el ecoturismo que se centra en la apreciación de atractivos culturales; el agroturismo que implica la conexión con ambientes agropecuarios, y el turismo comunitario, “este último se ha convertido en una alternativa viable que genera un beneficio social y económico equitativo entre los miembros de las comunidades rurales, prevaleciendo el valor de la identidad cultural, el fomento de las actividades vivenciales y la autogestión” (p. 3).

Turismo Comunitario

Mendoza Ontiveros y Hernández Espinosa (2018), expresan que, el turismo ha constituido una actividad que genera riqueza y lucha contra la pobreza, en especial los modelos de turismo comunitario que son parte del turismo rural. Aguilar y Martínez (s.f), añaden que el turismo rural comunitario “ofrece una alternativa diferente para el uso del territorio y sus recursos, no solo para los miembros de la comunidad anfitriona, también para los usuarios, pues conlleva una valoración de las relaciones humanas como principal atractivo” (p. 16).

Para Bravo et al (2021), entonces, “es necesario desarrollar el turismo comunitario a partir de integrar las concepciones del desarrollo humano y del desarrollo sostenible, para lo cual existen bases como la Economía Social y Solidaria (ESS) y la filosofía del Buen Vivir” (p. 1).

A esto se complementa lo que sostienen Mull et al. (2019), que el turismo comunitario ha establecido bases sólidas para el emprendimiento, la autogestión y desarrollo endógeno sustentables. Desde este enfoque, la gestión se caracteriza por el accionar para el “aprovechamiento del patrimonio natural y/o cultural del área en la que se asienta la comunidad y la estimulación de una activa participación de los actores de la de esta en la planificación y ejecución de las acciones a desarrollar” (p. 3).

Turismo Cultural

Para referirse al turismo cultural, se hace indispensable determinar que, según Hernández Libreros (2021), los principales objetivos a considerar en la identidad cultural son económicos, sociales y ambientales.

Albuquerque Meneguel y Mateos (2021), refieren que, el turismo cultural involucra y moviliza un gran número de “turistas interesados por aspectos históricos, artísticos, científicos, monumentales, paisajísticos o patrimoniales en sentido amplio, tanto en zonas urbanas como rurales” (p. 3).

Siguiendo la definición de la World Tourism Organization (2012), citada por Marco (2021), el turismo cultural implica el “movimiento de personas por motivaciones culturales, como los viajes de estudio, los viajes para asistir a eventos culturales, lugares y monumentos, para estudiar la naturaleza, el folklore o el arte, y las peregrinaciones, que incluyen el patrimonio material e inmaterial” (p. 2).

Turismo Sustentable

Soria et al (2021), argumentan que el turismo es quizás una de las industrias menos contaminantes, siempre y cuando se practique una gestión ambientalmente respon-

sable, que es el principal recurso para promover un destino. El mismo autor expresa que, los recursos deben ser aprovechados de manera que no perjudiquen su hábitat.

De esta forma, Quintana (2017), alude que, el turismo natural es la “línea de ruptura” de todas las actividades turísticas, el punto de partida y llegada de procesos experimentales en el campo del turismo. El patrimonio cultural natural es el tema central, y el éxito o el fracaso de la industria turística se reflejará en las ganancias y riquezas obtenidas. “Si se destruye el entorno y se cambia la autenticidad de los atractivos turísticos, tendremos espacios antiguos, deshabitados y desorganizados donde la experiencia de disfrutar de los viajes y el alojamiento ha perdido su sentido y distinción” (p. 11).

Comunicación para la promoción del potencial turístico

Gatell et al (2021), enfatizan que la promoción turística es esencial para dar a conocer un lugar con potencial turístico, ya que, nadie podría consumir algo que no conoce, es por ello la necesaria promoción de los atractivos y servicios turísticos, a través de los medios más adecuados para hacer difusión de la información y despertar el interés en la audiencia para crear necesidades en los individuos.

Desde esta perspectiva, Celis et al (2020), señalan que las estrategias comunicacionales pueden ser convencionales o tradicionales y no convencionales o innovadoras, basadas en la internet y sus aplicaciones.

Por otro lado, Barrientos Báez y Caldevilla Domínguez (2021), destacan que la comunicación del marketing turístico ha evolucionado hacia un enfoque de persuasión, relación, digital y experiencial “adaptar el marketing general y la comunicación de marketing al turismo implica ajustar principios y herramientas a las especificidades del sector turístico. Eso es especialmente importante considerando que el turismo es un sector «intangible» y muy competitivo” (p. 3).

Tkachuk (2008), enfatiza la importancia de la marca turística como una estrategia diferenciada y el elemento central en el proceso de promoción de un destino. El mismo autor refiere que, “construir una marca turística es institucionalizar un lugar como destino turístico y posicionarlo como tal en la opinión pública. Llevar a cabo la promoción turística de un sitio es, de hecho, construir marca de destino” (p. 10).

Moya (2021), manifiesta que, la producción de contenido original y coherente, el descubrimiento de contenido de alta calidad generado por fuentes externas y el seguimiento de conversaciones relevantes en las redes sociales se presentan como medidas básicas para la creación de estrategias de comunicación existentes en Internet. Además, explica que “la documentación constituye la materia prima para la construcción del universo narrativo, el paisaje virtual del que hablamos, cuyas propiedades muestran propiedades compatibles con las nuevas propuestas de interacción, medios, adecuación a la multimedia, realidad virtual y aumentada” (p. 12).

De esta manera Maldonado et al. (2021), expresan que, un atractivo que cuenta con un potencial turístico debe contar con “medios de comunicación digital que faciliten su promoción y difusión de manera rápida e interactiva, incluyendo un seguimiento posterior al servicio, con la finalidad de conocer si se cumplieron con las expectativas del turista, permitiendo generar mayor demanda” (p. 13).

Materiales y métodos

Este estudio se basó en un enfoque metodológico mixto para establecer los instrumentos y los parámetros de su construcción. Se establecieron categorías fundamentadas en la revisión bibliográfica, las cuales se adaptaron a cada instrumento y al público objetivo con el que se aplicó las siguientes técnicas: observación participante a cada sitio que recibe visita de turistas; entrevistas semiestructuradas a responsables del departamento de Turismo y Relaciones Públicas del GAD Municipal del cantón Portovelo, al Presidente y la Vocal de turismo del GAD Parroquial de Curtincápac y al representante principal de la compañía de Activación Turísticas y Proyectos (ATP) Portovelo. También se entrevistaron a los responsables de los sitios y manifestaciones que reciben visitantes.

Asimismo, se efectuó un sondeo de opinión con el propósito de entender la percepción de los habitantes de Curtincápac sobre el potencial turístico que poseen en la zona. Utilizando un método probabilístico, se calcula una muestra representativa de 72 habitantes, que incluyó a individuos de edades comprendidas entre los 18 a 65

años. Esta muestra se seleccionó considerando la población total registrada de 510 habitantes según el censo de 2010 realizado por el INEC.

Por otro lado, se realizó entrevistas semiestructuradas a la experta en Turismo del GAD Provincial, a la Coordinadora de la Carrera de Turismo de la UTMACH y a la representante de la Cámara Provincial Turismo de El Oro, con el objetivo de determinar posibles estrategias de comunicación para promover y valorar el potencial turístico de Curtincápac.

Resultados

Resultados Observación Participante:

Esta técnica cualitativa permitió un acercamiento directo a los sitios turísticos y sus responsables, así como a la comunidad local, para analizar los aspectos como valoración de condiciones del patrimonio turístico, estrategias de promoción, comunicación y de valoración de patrimonio utilizadas en cada sitio y con los habitantes de su entorno.

A través de esta metodología, se identificaron 13 recursos turísticos (materiales, inmateriales y naturales) con potencial para su promoción en Curtincápac, que se dividieron en cuatro recursos públicos y nueve iniciativas privadas. Entre los recursos públicos se incluyen la Cascada El Arcoíris en la vía La Tira-Salatí, Chorro de Papolo en el Sitio Balsones, Posa Las Juntas ubicada en el Km X límite entre Portovelo y Curtincápac y la Agrupación Dancística Curtincápac de jóvenes y niños en el Casco central parroquial. Las iniciativas privadas abarcan desde la Finca Hermanos Román Espinoza y el Orquideario Román Chunchu hasta la Destilería Nic Daniel's, Arte en Madera, Tejido de prendas, Iglesia del Perpetuo Socorro; La Ramada restaurant en la Vía Salatí, Come al paso en el Sitio Las Acacias y Fogón Criollo en el Sitio Balsones.

A pesar de su belleza y singularidad, la mayoría de estos recursos no están adecuadamente preparados para ser promocionados como productos turísticos debido a la falta de infraestructura, vialidad, conectividad, hospedaje, guía y otros aspectos

esenciales para recibir visitantes. Algo que tienen en común los aspectos detallados es que existe una mala comunicación, debido a que las personas encargadas de los sitios no tienen conocimiento acerca de qué medidas tomar o cómo explotar adecuadamente el recurso, por lo cual, se puede deducir que hay poco diálogo con las autoridades competentes, que a la vez también desconocen del tema.

Desde este punto, se puede manifestar que no se ha dado el primer paso de suplir con las necesidades de los barrios y sitios de la parroquia, como por ejemplo la vialidad, que es significativa para la llegada de un visitante; en este tema, la junta parroquial justifica expresando, que es debido a la falta de recursos económicos.

Por otro lado, los encargados manifiestan que lo poco que conocen que es lo que se ha transmitido de generación en generación, se preocupan en mantener lo que existe sin embargo no han asistido a ninguna capacitación sobre turismo y no saben cómo manejarlo o cómo sacarle provecho a cada una de las localidades o qué estrategias tomar para que se las reconozca fuera de la parroquia, por lo que expresan el interés y necesidad de conocer sobre generar turismo y estrategias comunicacionales que puedan implementar para hacer crecer la afluencia de visitantes.

Resultados de entrevistas semiestructuradas a informantes locales

La aplicación de esta técnica cualitativa permitió cumplir con el objetivo de diagnosticar las estrategias y acciones comunicacionales realizadas para la promoción y la valoración del potencial turístico de la parroquia Curtincápac. Se aplicó un cuestionario de preguntas semiestructuradas, a informantes claves en la promoción turística de la parroquia, como se detalla a continuación:

Tabla 4. Unidad de análisis e informantes locales

Público de interés	Informantes
GAD Municipal Portovelo	Johanna González-jefa de Turismo Pablo Sarango-Encargado de la Unidad de Comunicación
GAD Parroquial Curtincápac	Marco Castillo-presidente Jéssica Chamba-Vocal de Turismo
ATP Portovelo	Efrén Ordoñez-presidente

Elaboración: Propia

Resultados de entrevistas a informantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portovelo:

Según los informantes del GAD Municipal de Portovelo, se observa una falta de asignación de presupuesto para invertir en el turismo y su promoción. Los recursos estatales se destinan principalmente a otros departamentos, como obras públicas, lo que limita la capacidad de inversión en el desarrollo turístico de la parroquia. Sin embargo, se señala que las redes sociales podrían utilizarse como una herramienta de visibilidad sin costo, pero hasta el momento no se han llevado a cabo acciones comunicacionales permanentes que destaquen el potencial turístico de Curtincápac.

En cuanto a los atractivos turísticos identificados en Curtincápac, se mencionan dos principales: la cascada El Arcoíris y la Destilería Nick's Daniel's, además de menos de 10 emprendimientos gastronómicos. Sin embargo, se destaca que la valoración de estos atractivos por parte de los habitantes locales es limitada. La comunidad no muestra un gran interés en participar en capacitaciones relacionadas con el turismo, y no se ha desarrollado un proyecto específico para promover y valorar los recursos turísticos entre los residentes de la parroquia.

En este punto se puede inferir que los representantes del GAD Municipal pueden carecer de una comprensión clara de la importancia de fomentar la valoración de los recursos turísticos por parte de la población local. La falta de interés y participación de la comunidad podría obstaculizar el desarrollo del turismo en la parroquia, lo que a su vez limitaría los beneficios económicos y sociales que podrían derivarse de esta actividad para los residentes de Curtincápac y Portovelo en general.

Resultados de entrevistas a informantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Curtincápac:

Los informantes claves del GAD Parroquial de Curtincápac, Marco Castillo en calidad de presidente desde el 2019 y parte de la junta como vocal desde el 2005, y Jéssica Chamba (vocal de Turismo) desde el año 2019, proporcionaron información sobre las acciones y percepciones del gobierno parroquial en relación con la promoción del turismo y la valoración del patrimonio turístico.

En cuanto a los atractivos turísticos, el GAD Parroquial reconoce oficialmente la Cascada El Arcoíris y las fábricas de aguardiente como recursos turísticos en Curtincápac. Ubicando en primer lugar a la cascada al ser de dominio público, mismo que consta en el sitio web. Al respecto se puede expresar que no existe iniciativa propia por parte de los integrantes de la Junta Parroquial, ya que lo poco que se ha hecho ha sido por parte de prefectura y trabajos universitarios; se deduce que existe el desconocimiento a cerca de la difusión y promoción, es por ello por lo que no se está tomando en cuenta para el bien de la parroquia, realizar acciones comunicacionales que muestren la esencia de Curtincápac.

Por otro lado, se manifestó que no existen proyectos o acciones específicas para la valoración del potencial turístico, sin embargo, son conscientes de esa carencia, la misma que es justificada por la ausencia de fondos económicos y que ellos no conocen del tema, por ende, no se ha buscado otras alternativas para trabajar en este aspecto, una de las razones es porque no se ha catalogado como algo relevante en la parroquia.

Resultados de entrevistas a informante de Activación Turística y Proyectos de Portovelo:

El Ing. Efrén Ordoñez Toledo, presidente de la empresa Activación Turística y Proyectos (ATP) de Portovelo, proporcionó información adicional sobre los esfuerzos voluntarios para promocionar el turismo y generar valoración del patrimonio turístico en Curtincápac, quien al respecto manifiesta que la compañía está en constante elaboración de proyectos para la parroquia, sin embargo, las partes que deben estar involucradas directamente como las autoridades y habitantes del lugar, no se han interesado en las iniciativas debido a falta de confianza existente sobre lo que posee la parroquia.

Desde este aspecto, se puede decir que la empresa reconoce la falta de valoración por parte de la población curtincapenses y sus autoridades. Al mismo tiempo el entrevistado enfatizó que la valoración del patrimonio turístico de Curtincápac podría comenzar si una persona se empodera y lidera proyectos que benefician a la comunidad. Esto podría involucrar la organización de grupos y la ejecución de estrategias para el desarrollo del turismo rural en la zona.

Desde este punto, se puede manifestar que el entrevistado tiene un alto interés en el tema turístico y ha buscado alternativas para promocionar el potencial turístico que ellos registran en Curtincápac, realizando principalmente material audiovisual e invirtiendo económicamente en equipos, modelos, transporte y toda la logística que las acciones requieren.

Resultados de Sondeo de opinión

El sondeo de opinión se llevó a cabo a través de un cuestionario de preguntas cuali-cuantitativas con el objetivo de comprender la percepción de los habitantes de Curtincápac sobre el potencial turístico, su valoración y conocimientos sobre la parroquia. El universo son los 510 habitantes, de acuerdo con el censo del año 2010 y datos del INEC; para el cálculo de la muestra representativa se tomó en consideración un método probabilístico, con un nivel de confianza del 90% y un error máximo admisible de 9%, lo que dio como resultado una muestra de 72 habitantes de 18 a 65 años distribuidos en dos barrios (Los Llanos y Loma Larga) y seis sitios: La Ladera, Casas Viejas, Balsones, La Lima, Las Acacias y Pueblo Nuevo.

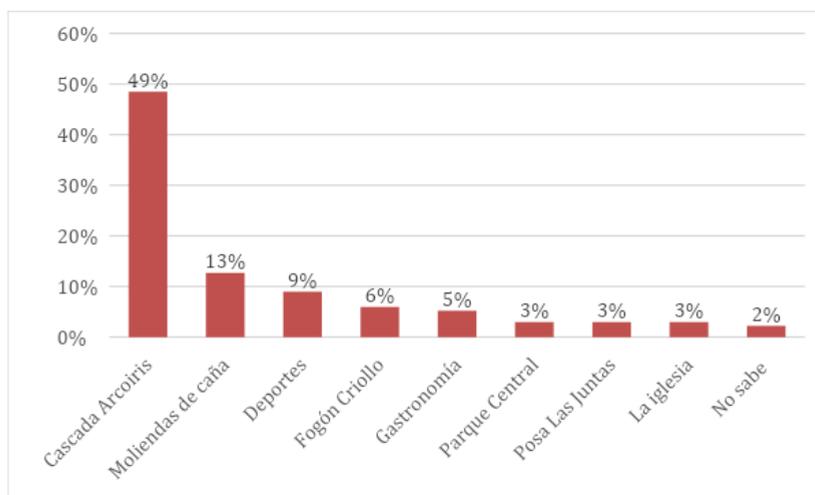


Figura 2. Sitios o aspectos conocidos que atraen turismo en la parroquia
Fuente: Encuesta Elaboración: Propia

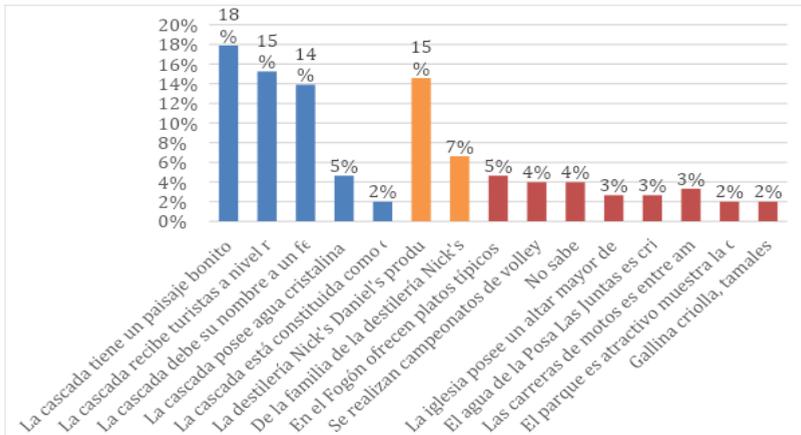


Figura 3. Percepción sobre los aspectos o sitios turísticos mencionados

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Se puede deducir que lo que más reconoce la población como turístico es la cascada El Arcoíris, que es un aspecto relacionado con la naturaleza y que más de la mitad (54%) reconocen las características o ventajas de este recurso natural. Los otros lugares son mucho menos nombrados como sitios o aspectos de interés turístico, entre ellas están las molindas de caña que se relaciona con la cultura viva y en este caso destaca la Destilería Nick's Daniel con 22% de reconocimiento. La gastronomía, el parque, la iglesia y los deportes, aunque menos reconocidos como atractivo turístico, son nombrados entre las opciones. Destaca que existe un 2% de la población que no es capaz de reconocer su potencial turístico y un 4% que no puede reconocer las características de los potenciales sitios o manifestaciones que pueden atraer el turismo.

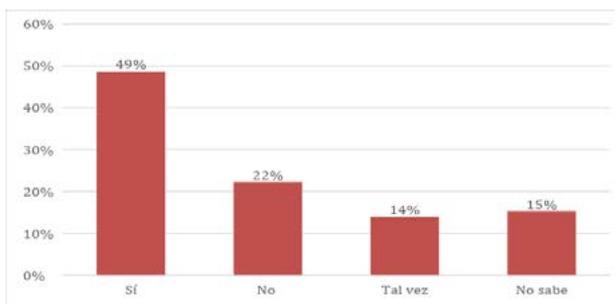


Figura 4. Posibilidad de realizar actividades turísticas con habitantes y visitantes en Curtincápac

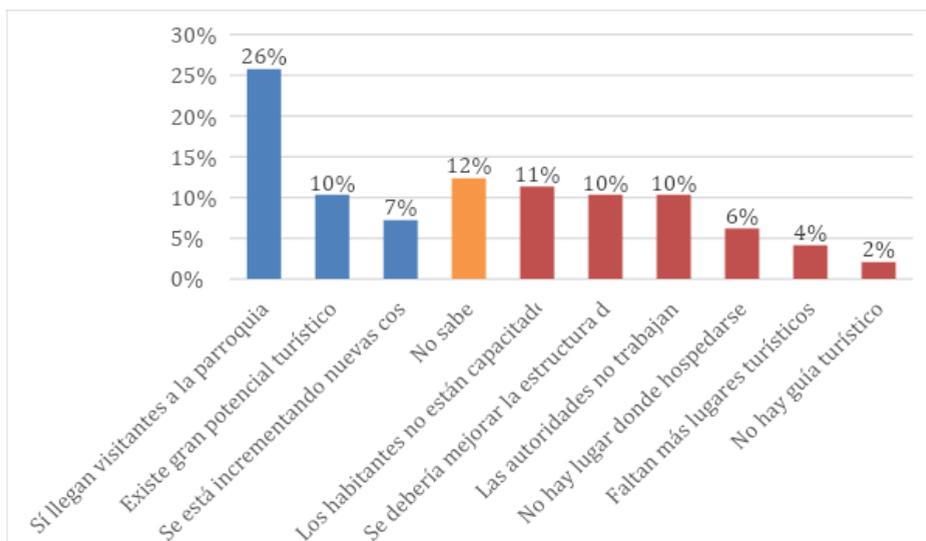


Figura 5. Razones
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

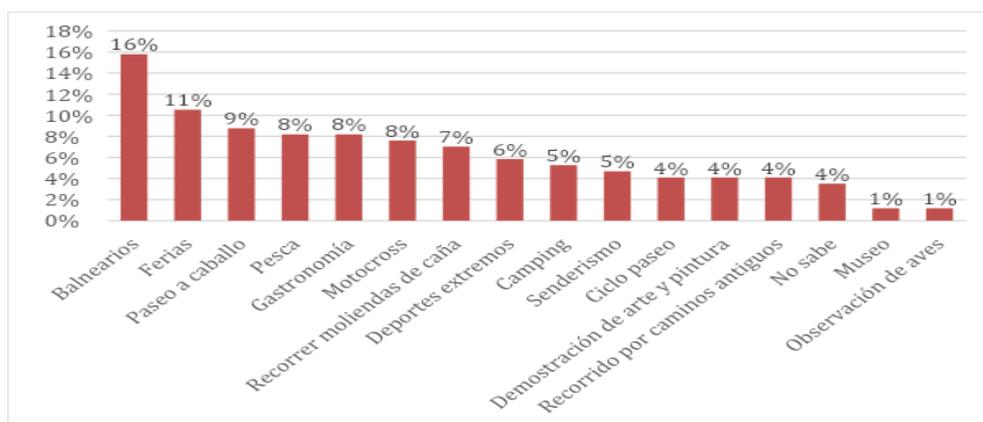


Figura 6. Tipo de actividades turísticas que se podrían realizar en Curtincápac
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Se puede inferir que, casi la mitad de la comunidad estudiada (49%), opina que Curtincápac sí tiene cualidades positivas para trabajar en el turismo; mientras que, el 22% establece que no se puede porque la parroquia tiene algunas carencias,

otro 14% duda o tampoco confía que se pueda desarrollar turísticamente. No hay que dejar de lado que el 12% no sabe qué responder que se contradice con las respuestas sobre las actividades turísticas a realizar donde únicamente el 4% de los encuestados asegura no saber, el restante 96% de los habitantes mencionan actividades que se pueden realizar para atracciones turísticas, entre ellas notoriamente las relacionadas con visita a balnearios, actividades y deportes al aire libre, además de actividades culturales y gastronómicas.

En este punto se puede concluir que hay una percepción favorable de la comunidad para el desarrollo turístico y puesto que las respuestas dejan entrever que la población es consciente del potencial turístico de la zona, al mismo tiempo que reconoce que se requiere analizar y trabajar en mejorar la infraestructura y capacitación turística para que sentirse con más confianza de emprender.

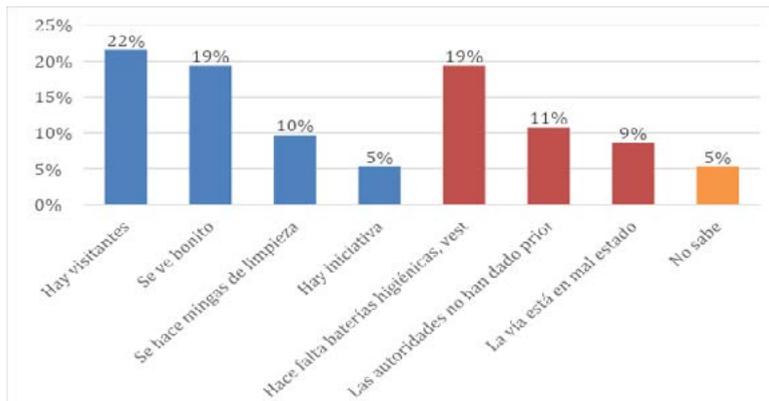


Figura 7. Percepción ciudadana sobre el estado de los atractivos turísticos

Fuente: Encuesta Elaboración: Propia

Se puede considerar que la manera de ver los sitios es positiva en un 56%, que constituye más de la mitad de la población encuestada; sin embargo, los comentarios que califican a los sitios como regulares, con necesidades, sin considerarse prioritarios o en mal estado están en un 39%, sin dejar de lado a los que no saben.

Se puede concluir que la población reconoce el potencial turístico de la zona, sin embargo, son conscientes de la realidad respecto a la falta de preparación para realizar una recepción turística adecuada.

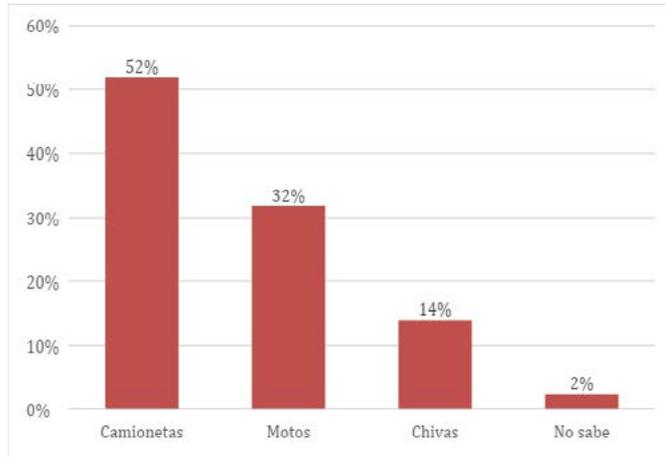


Figura 8. Medios de transporte más utilizados por habitantes y visitantes para llegar a los atractivos turísticos

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

El transporte privado es el más nombrado en un 84%, lo cual nos indica que la accesibilidad para llegar a los sitios es compleja, ya que el transporte público, transita únicamente por la vía principal que comprende el Casco central, Las Acacias y Pueblo Nuevo.



Figura 9. Asistencia a capacitaciones o socializaciones sobre actividades turísticas en Curtincápac

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Se puede concluir que el total del público encuestado en un 100% expresó que no ha asistido a alguna capacitación o socialización sobre actividades turísticas en Curtincápac. Tomando en consideración a la totalidad, este aspecto indica que no hay información acerca del turismo y contradice al GAD Cantonal y Parroquial, quienes mediante una entrevista manifestaron que sí se han dado capacitaciones de temas turísticos.

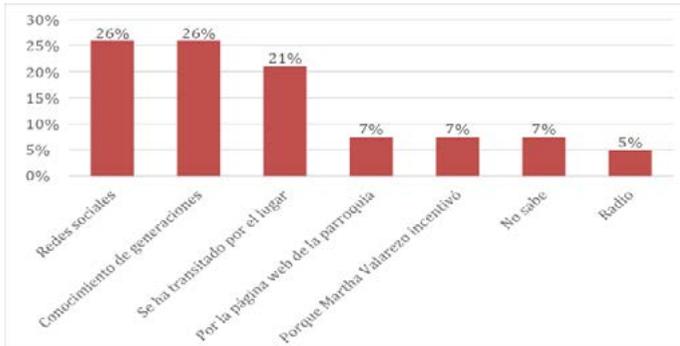


Figura 10. Forma en que los habitantes se enteran sobre los sitios turísticos parroquiales

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

En la minoría se encuentra a quienes dijeron que es por la radio en un 5%. Desde este punto hay que considerar que no se manifestó que se han enterado por socializaciones o parte de las autoridades, lo que conocen en su mayoría es por curiosidad de cada individuo.

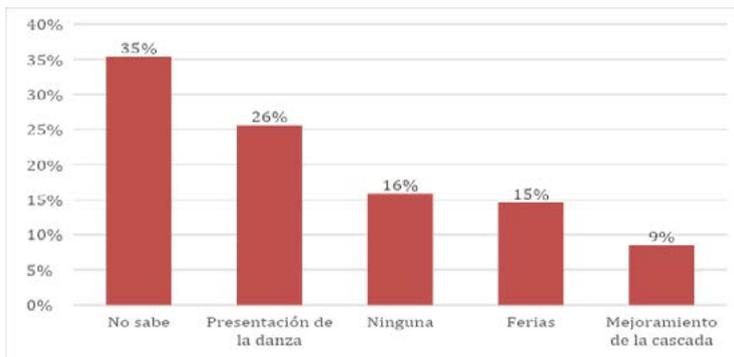


Figura 11. Actividades culturales o turísticas que se desarrollan para que los ciudadanos reconozcan y disfruten de los atractivos turísticos de la parroquia

Fuente: Encuesta

Se puede deducir que un 51% no sabe o no considera que se esté realizando alguna actividad, esto quiere decir que hay una carencia en la Junta Parroquial por falta de organización; por otro lado, se nombra a lo relacionado con la cultura viva, que en el imaginario de la población encuestada la danza es el concepto que tienen de cultura, ya que muchos años se han dado presentaciones de esta, algo que también se relaciona con la cultura son las ferias. Respecto a lo relacionado con la naturaleza el 9% conoce sobre el mejoramiento de la cascada El Arcoíris, que consideran que es a favor para reconocer y disfrutar de lo que posee Curtincápac.

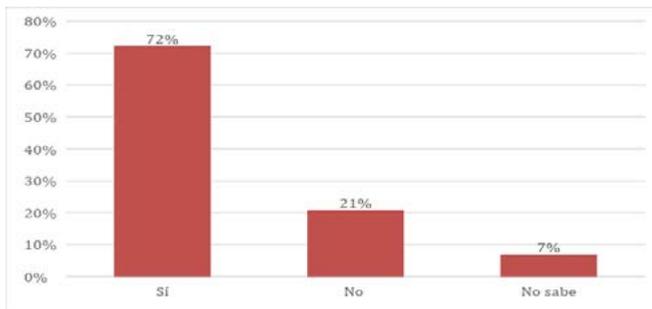


Figura 12. Interés por conocer sobre el turismo en Curtincápac y cómo generarlo
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

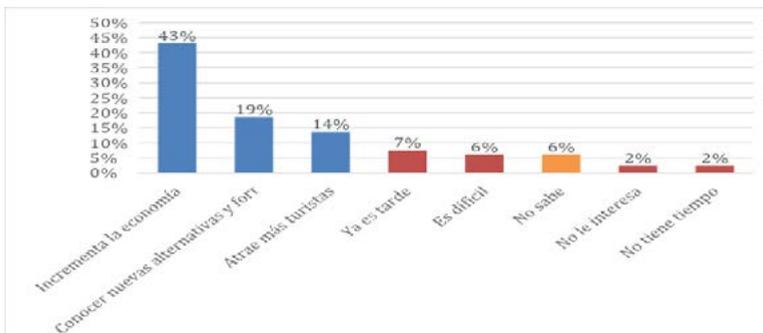


Figura 13. Razones
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Se puede inferir que el 76% tiene un pensamiento alentador sobre las causas positivas de conocer el turismo y cómo generarlo, aunque el 18% se encuentra firme en que no le interesa, sin embargo, es menos de la mitad de la población encuestada; también el 6% que no sabe, pueden ser habitantes claves que se inclinan de manera positiva contribuyendo a un 82%.

En la minoría se encuentra a los habitantes que no saben (7%). Estos resultados arrojan que una alta cantidad de los encuestados sienten curiosidad y tienen ánimos de saber sobre el turismo, lo cual abre una puerta para trabajar en este sector, ya que sí se evidencia una comunidad con la iniciativa de aprender.

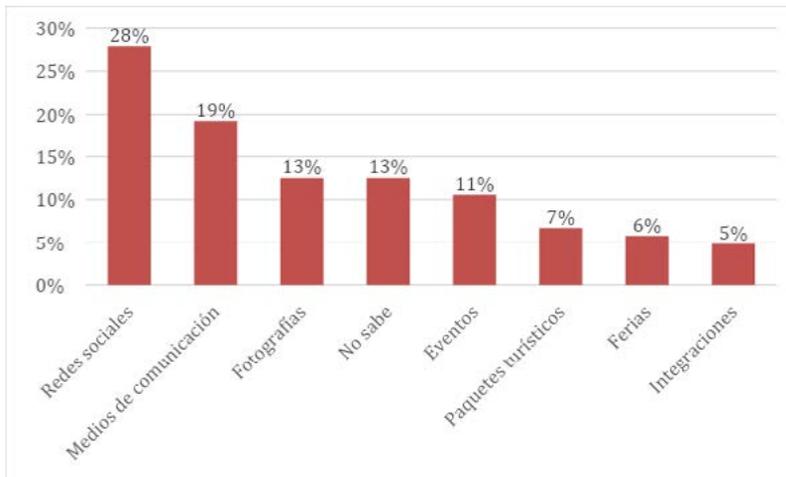


Figura 14. Sugerencia para promocionar el turismo de Curtincápac

Fuente: Encuesta Elaboración: Propia

Se puede inferir que lo que más se tiene en mente son las redes sociales, considerando que la mayor parte de la población encuestada se encuentra en el rango de 18 a 25 años. Además, el 82% se refiere a formatos basados en estrategias tradicionales e innovadoras. También un 7% menciona a los paquetes turísticos, que se trabaja desde la rama del turismo en base a sus estrategias profesionales. No hay que dejar de lado al 13% de habitantes que no conocen sobre promoción.

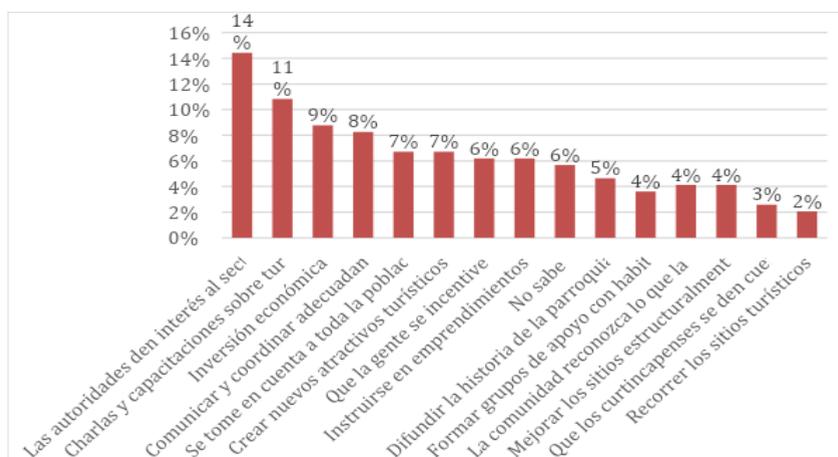


Figura 15. Recomendaciones para generar reconocimiento y valoración turística de Curtincápac

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Con el insumo que arroja esta interrogante, se puede corroborar que se nombra todos los aspectos claves que conforman las estrategias y acciones comunicacionales para valoración del potencial patrimonial que establece Tarrias Ruiz (2017); como la estrategia didáctica que se puede realizar a través de charlas y capacitaciones; la estrategia identitaria que tiene como base la difusión de la historia, donde podría utilizarse las estrategias innovadoras, acorde a la respuesta de los encuestados; también se encuentra la estrategia emocional, que puede abarcar el incentivo de las personas, que reconozcan de lo que son dueños; finalmente se menciona a la estrategia economicista, que conlleva la inversión económica, como impulso para que los habitantes trabajen en los diferentes sitios o aspectos con potencial turístico y así mismo se contribuya para quienes tienen habilidades notorias, como el arte en madera de Don Araldo y los tejidos de la señora Alba, que se especifican en los resultados de la guía de observación levantada en la parroquia Curtincápac.

Resultados de entrevistas a expertos en Turismo y Comunicación:

Las entrevistas en profundidad con expertos en turismo y comunicación arrojaron valiosas percepciones sobre las estrategias cruciales para promover y valorar el potencial turístico de Curtincápac. Estos resultados se derivaron de las discusiones detalladas con tres profesionales destacados: Lilia Ortiz de la Unidad de Fomento Turístico de la Dirección de Desarrollo Productivo del GAD Provincial de El Oro, María Isabel Bastidas, Coordinadora de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Machala y Nelly Rey, presidenta de la Cámara Provincial de Turismo de la provincia de El Oro.

La experta del GAD Provincial enfatizó la importancia de conocer la identidad y la memoria histórica de una comunidad. La historia y las tradiciones locales pueden convertirse en atractivos turísticos, y es esencial que las autoridades locales y la población estén al tanto de estos aspectos para destacarlos ante los turistas. Por otro lado, es indispensable que las autoridades de la zona rural pongan en manifiesto al turismo, que se realice el levantamiento de información y aquellos datos sean llevados al GAD Municipal y las demás entidades, para que cada una colabore con inversión, para así poder convertir a ese recurso en un atractivo, en un destino, en un producto turístico que incremente la producción, fuentes de empleo y economía de un sitio; que va de la mano con la capacitación a los habitantes, para que den un buen recibimiento al visitante y este regrese, pero depende de que la comunidad se encuentre dispuesta a aprender y emprender nuevas formas de desarrollo que quizá antes no conocían.

Por su parte, la académica de la UTMACH manifestó que se puede inferir que la población de una parroquia es el soporte principal para el desarrollo turístico, debido a que se necesita a una comunidad empoderada, que reconozca su potencial, que tenga interés e iniciativa en el sector turístico, ya que ellos son los que reciben inicialmente al turista en su territorio. Para ello, se hace necesario que las autoridades realicen levantamientos donde se mida el potencial turístico de un sitio con un experto en el área y que trabaje en conjunto con un profesional de Comunicación, puesto que los procesos comunicativos son un eje transversal para el desarrollo de una comunidad.

La representante de la cámara de Turismo concuerda respecto a la comunicación como base fundamental para trabajar en conjunto, y para que la comunidad exprese ante las autoridades competentes sus necesidades, pedir que se les tome en cuenta, que se les considere y valore la habilidad que poseen. De esta manera los representantes de los Gobiernos se verán en la responsabilidad de cumplir con sus obligaciones, donde tendrán que aportar con información para que su comunidad esté informada y capacitada sobre temas turísticos. De la misma forma concuerda con la importancia de recurrir a profesionales del Turismo y Comunicación para identificar los recursos turísticos y crear estrategias comunicacionales primero para empoderar a la comunidad, es decir trabajar de manera interna, para así crear estrategias comunicacionales que capten a turistas potenciales, por ende, es importante conocer a fondo a la comunidad con la que se trabaja, para poder vender un producto turístico que tenga un valor agregado que se destaque.

De esta manera, se puede deducir que es un trabajo en conjunto, donde el profesional de la Comunicación investiga sobre la identidad y cultura de los habitantes de una zona, para así crear un mensaje que venda el producto turístico construido por las autoridades competentes con ayuda de un experto del área del turismo, que previo a ello se debe empoderar y educar a una comunidad que valore a los recursos de los que goza su territorio.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación, se ha explorado detenidamente el potencial turístico de la parroquia Curtincápac. Desde la identificación de sus recursos naturales y culturales hasta la evaluación de las estrategias de promoción y valoración, este análisis ha proporcionado una visión completa de los desafíos y oportunidades que esta comunidad enfrenta en su búsqueda de desarrollo turístico. En esta sección de conclusión, se resumen las variables estudiadas y se destacan las áreas clave que requieren atención y acción inmediata para impulsar el turismo en Curtincápac de manera efectiva y sostenible.

Esta investigación revela que Curtincápac, ubicada en la provincia de El Oro, Ecuador, es una joya oculta con un potencial turístico innegable. La parroquia alberga 13 sitios de interés, tanto naturales como culturales, con aspectos patrimoniales materiales e inmateriales. Cuatro de estos sitios son públicos, mientras que los nueve restantes son privados. Todos estos lugares tienen la capacidad de atraer a visitantes locales, nacionales e internacionales.

A pesar de este potencial evidente, el desarrollo turístico en Curtincápac se enfrenta a diversos desafíos. La falta de infraestructura adecuada, la limitada accesibilidad vial y la carencia de conocimiento sobre estrategias turísticas, tanto entre los habitantes como entre las autoridades locales, son algunas de las barreras que deben superar.

En lo que respecta a las estrategias de comunicación y promoción turística en Curtincápac, se ha observado una falta de comunicación efectiva y estrategias adecuadas. Esto ha llevado a un bajo reconocimiento de los recursos turísticos de la parroquia. Aunque las autoridades locales han expresado limitaciones presupuestarias, también se ha evidenciado un desconocimiento de cómo aprovechar las herramientas disponibles, como las redes sociales, para una promoción gratuita y efectiva.

No obstante, es fundamental implementar una serie de estrategias comunicacionales para generar promoción y valoración de un potencial turístico, se ha levantado una tabla de categoría de análisis, donde se determinó que se puede implementar estrategias comunicacionales tradicionales, que pueden abarcar desde campañas de marketing, movilización humana y la publicidad, que puede ser dirigido a un público diverso hasta la utilización de las redes sociales y las tecnologías de la información y comunicación para llegar a un público más amplio y diversificado.

En cuanto a estrategias de valoración, se identifican varias, incluyendo las estrategias educativas, que hacen falta en Curtincápac en temas turísticos; la estrategia identitaria, donde se hace relevante la divulgación de la historia y el patrimonio local, que a la vez fue recomendado en el sondeo de opinión por los curtincapenses, lo cual ayudará a la identidad cultural de la parroquial, que puede servir como insumo para elaborar mensajes efectivos para el público interno y externo; la estrategia emocional dirigida directamente a los sentimientos de las personas, por lo que se puede realizar concientización y reconocimiento de los recursos que la comunidad

posee, para que de esta manera se trabaje en el sentido de pertenencia; y la estrategia economicista, que se refiere al componente económico para incentivar a los habitantes y que promueva el bienestar de los mismos.

En última instancia, el éxito del desarrollo turístico en Curtincápac dependerá de la colaboración entre las autoridades locales, los profesionales del turismo y la comunicación, y la comunidad. La educación, la concientización y el trabajo en equipo son esenciales para transformar este potencial turístico en una realidad próspera y sostenible. Empoderar a la comunidad a través de la comunicación y la planificación estratégica es esencial para crear productos turísticos que atraigan a los visitantes y beneficien a la parroquia en su conjunto.

Referencias bibliográficas

- Aguilar Barojas, S. (2005). "Fórmulas Para El Cálculo de La Muestra En Investigaciones de Salud.". *Salud En Tabasco* 11 (1-2), 333-38.
- Aguilar Torres, M. J., Henríquez Mendoza, E. F., Santín Picoita, F. G., & Sánchez Martínez, H. (2021). "Los Medios Sociales en la Promoción Turística de las Zonas Rurales.". *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0* 1 (1), 191-99.
- Aguilera, F. J., García, J. J., Leiva Olivencia, E., Espíndola Fontoura, J., & and Flaviany Aparecida Piccoli, F. (2021). "Inclusión Social de Mujeres Rurales a Través de Programas de Alfabetización Digital Para El Empleo.". *Revista Complutense de Educacion* 32 (1), 15.
- Aznar Mínguet, P., & Ruiz., Á. B. (2017). "El Desarrollo Humano Sostenible: Un Compromiso Educativo." . *Teoría de La Educación Revista Interuniversitaria* 29 (1), 25.
- Baquerizo Álava, V., Vergara, A., & Sorhegui, R. y. (2021). "Economía Del Turismo: Características Y Preferencias de La Provincia Del Guayas(Tourism Economy: Characteristics and Preferences of the Province of Guayas)." V Congreso Científico. Guayaquil. Obtenido de <https://papers.ssrn.com/abstract=3856690>
- Barona, L. a. (September de 2019). "Proyecto Rozo: Propuesta de Comunicación Para El Corregimiento de Rozo: Corredor Turístico-Gastronómico Del Valle Del Cauca - Colombia,". Obtenido de <http://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/1711>
- Barrientos, A., & Caldevilla, D. (2021). "MIL Cities: Marketing Y Comunicación Persuasiva En El Sector Turístico.". Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/113968>.
- Barrientos, A., Pérez, Á., & Caldevilla, D. (2021). "Alfabetización Digital Tecnológica: Formación de Voluntariado.". *Investigaciones Sobre Lectura*, no. 15, 95-129.
- Bermúdez Aroca, H. A. (2017). "Estrategia comunicacional para el posicionamiento del sombrero de paja toquilla como producto manabita.". Obtenido de repositorio.uleam.edu.ec.: <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/1049>.

- Bravo, L., & Loor, L. (2019). "Otro Turismo Es Posible: La Economía Social Y Solidaria Turismo Comunitario En Agua Blanca.". Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/19/economia-social/2-otro-turismo-es-posible-la-economia-social-y-solidaria-turismo-comunitario-en-agua-blanca.pdf>.
- Bravo, L., Loor, L., Plaza, N., & Medina, Z. (2021). "Turismo Comunitario En Ecuador: Apuntes En Tiempos de Pandemia." . *Revista de Ciencias Sociales* (Ve) 27 (1), 265-77.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). "Turismo Comunitario Desde La Perspectiva Del Desarrollo Local: Un Desafío Para La Comuna 23 de Noviembre, Ecuador." . *Revista Espacios* 39 (7), 28-43.
- Carrera, M. (2022). "La importancia de la evaluación de la gobernanza turística en México." . *Instituto de administración públicas de Tabasco, A.C.* Obtenido de [iaptabasco.org.mx.](https://iaptabasco.org.mx/): <https://iaptabasco.org.mx/wp-content/uploads/2022/06/06-Mara-Isel-Camelo-Carrera.pdf>.
- Celis, Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2020). "Estrategias Comunicacionales En El Sector Turismo." . *Revista de Ciencias Sociales* 26 (1), 77-90.
- Contreras O, R. (2017). "Empoderamiento campesino y desarrollo local." . *Revista Austral de Ciencias Sociales*, no. 4 (December), 55-68.
- Coriolano, L. N. (2017). "El turismo comunitario en el nordeste brasileño." . *Gestión Turística*, no. 27 (June), 8-21.
- Coronel Aguilar, A. Y. (2021). "Desarrollo de Una Línea Base Para Un Futuro Plan de Comunicación Estratégica Para Promover El Turismo Del Cantón Portovelo En Circunstancias Críticas Como Las Provocadas Por La COVID-19." Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16946>
- De Albuquerque Meneguel, C. R., & Rivera Mateos, M. (2021). *Perspectivas actuales del turismo gastronómico según las aportaciones del congreso internacional científico-profesional de turismo cultural* (CÓRDOBA, ESPAÑA). Podium: Sport, Leisure and Tourism Review 10, 114+.

- Dirin, D., Krupochkin, E., & Rygalov, E. (2019). "A Tourist and Recreational Potential of the Kulunda Steppe as the Basis for the Diversification of Its Economy.". IOP Conference Series. Earth and Environmental Science. *IOP Publishing*. Obtenido de . IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/395/1/012042>.
- Escobar, B., Roldan, P., Tunque, M., Collantes, H., & Cordova, H. (December de 2021). "La influencia de la comunicación organizacional en el desarrollo rural.". Obtenido de <https://doi.org/10.31876/ie.vi.120>
- Fariña, R. J. (2021). "Tendencias de La Comunicación Para El Turismo." . *PASOS Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural* 19 (3), 613-615.
- Feijoó, J. L., Palazzolo, S., Pérez, M., & Falcón, J. (2016). *La comunicación en turismo*. Ugerman Editor.
- Fernández Hernández, T. (2016). "Estrategia de Comunicación Interna Para La Gestión Del Conocimiento Sobre Desarrollo Sostenible En La Zona de Defensa de La Sierrita, Municipio". *Revista Universidad Y*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000400003&script=sci_arttext&tlng=pt.
- García Marco, F. J. (2021). La organización del conocimiento al servicio de la interconexión entre las instituciones de la memoria y el turismo cultural. *Scire: representación y organización del conocimiento* 27 (1), 55-70.
- García Martínez, A. K., Serrano Barquín, R. d., Osorio García, M., & López Carré, E. (enero-junio de 2015). "Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec , México". *Turismo y Sociedad*, vol. 16, 43-65.
- García, A., & Serrano, B. (2022). "Turismo Comunitario Y Patrimonio Cultural Desde La Percepción de Los Residentes: Zacualpan de Amilpas, Morelos.". Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252022000100105.
- Gatell, A., Alonso, A., Rodríguez, A., & Leyva, C. (2021). "Promoción de los atractivos de la ciudad de Camagüey a través de materiales publicitarios desde el sector turístico no estatal.". *Arcada. Revista de conservación del patrimonio cultural* 9 (1), 25-33.

- González Domínguez, I., Thomé, H., & Osorio, R. (2018). "Políticas Turísticas Y Etnoturismo: Entre La Rururbanización Y El Desarrollo de Capacidades." . *PASOS Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural* 16 (1), 21-36.
- Guerrero, R., Valdez, Robles, I., Ríos, G., & Ochoa, P. (2022). "Turismo alternativo como elemento del desarrollo regional, Caso: Puerto Chale, Baja California Sur, México." . Obtenido de <https://doi.org/10.47189/rcct.v22i34.536>.
- Hernández Guerra, U. M., Márquez Marrero, J. L., Pérez Viña, V. M., & Rojas Valdés, A. (2021). Estrategia para la gestión de la comunicación institucional en función del desarrollo local. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(1), 155-178. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2021000100155.
- Hernández Libreros, J. F. (2021). "Configuración territorial a través del turismo de base comunitaria con identidad cultural en la zona maya de Quintana Roo, México." . *Universidad Autónoma Chapingo*.
- Herrera, G., Saad, J., & Carrión, P. (2006). "Estrategias de Mercadeo para el Sector Turístico de Zaruma-Portovelo y su Incidencia en el Desarrollo." . *Revista Tecnológica - ESPOL* 19 (1).
- Jácome, V., Salinas Aleaga, D., Sánchez, A., & Maldonado Erazo, C. P. (2018). La vinculación desde las instituciones de educación superior como apoyo al desarrollo del turismo comunitario y la conservación del manglar en la isla Costa Rica, El Oro, Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 3 (2), 220-230.
- Kramer Dengl, M. E. (2011). "Diseño Conceptual de Una Estrategia Comunicacional Para El Desarrollo Del Turismo Sustentable En La Patagonia Chilena." . Obtenido de <https://repositorio.uc.cl/xmlui/bitstream/handle/11534/2891/590801.pdf>.
- Lamus de Rodriguez, T., Moreira Choez, J., & Cordova Loor, C. (2022). "Deserción Estudiantil Durante La Pandemia En La Educación Básica General." . *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8422885>.
- Lazo Serrano, C. A., Bastidas Andrade, M. I., Aguilar González, F. E., & Calle Iñiguez, M. P. (2017). "La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje." . *INNOVA Research Journal* 2 (8.1), 1-21.

- Lazo Serrano, L., Lazo Serrano, C. A., Bastidas, M. I., & Douglas Arana, M. (2019). "Patrimonio Inmaterial de La Parroquia Zaruma: Estudio de Percepción Del Potencial Turístico Y Sentido de Pertenencia.". *Cumbres* 5 (2), 123-132.
- Lúquez, P., López, L., Blanchard, R., & Sánchez, M. (2006). "La Fotografía: Una Experiencia Para El Aprendizaje de La Geografía Turística Y La Promoción Del Turismo En El Zulia.". *Revista de Artes Y Humanidades UNICA* 7 (16), 189-205.
- Macias, B. (2022). "Turismo Rural Como Contribución Al Desarrollo Territorial de La Parroquia Abdón Calderón de Portoviejo-Ecuador.". Obtenido de <https://190.15.136.223/index.php/ECASinergia/article/download/4105/4588>
- Maldonado, J. D., Morocho Loja, K., & Noblecilla Grunauer, M. (2021). "Propuesta de Promoción Turística Para El Desarrollo Del Turismo Comunitario En La Isla Costa Rica, Ecuador.". *593 Digital Publisher CEIT* 6 (3), 57-75.
- Maragliano, M. G. (2009). "La Interpretación Del Patrimonio En La Gestión Del Turismo: Una Forma de Comunicación Que Revela Los Valores Simbólicos Del Legado.". Obtenido de <https://cetripunco.org/wp-content/uploads/2015/09/PO-NENCIA-MARAGLIANO-JORNADAS-FATU-2009.pdf>.
- Mefalopulos, P., & Kamlongera, C. (2008). Manual FAO Diseño Estrategia C4D.pdf.
- Mendoza Ontiveros, M. M., & Hernandez Espinosa, R. (Mayo de 2018). "Turismo: ¿menos pobreza o mayor exclusión?.". Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/99263>.
- Mikery Gutiérrez, M., & Pérez Vázquez, A. (2014). "Métodos Para El Análisis Del Potencial Turístico Del Territorio Rural.". *Revista Mexicana de ciencias agrícolas*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342014001301729&script=sci_arttext
- Ministerio de Turismo. (2018). Obtenido de "Manual de Atractivos Turísticos.": <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>.
- Moya, J. A. (2021). "Innovación En Comunicación Audiovisual Del Producto Turístico.". Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/114020>.

- Mullo Romero, E. d., Vera Peña, V. M., & Guillén Herrera, S. R. (2019). "El Desarrollo Del Turismo Comunitario En Ecuador: Reflexiones Necesarias." . *Revista Universidad Y Sociedad* 11 (2), 178-83.
- Munder, L. Á. (14 de Enero de 2022). "Diagnóstico Comunitario de San Antonio de Los Baños: Problemas Y Redes de Participación Para Solucionarlos." . Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Lauda-Alvarez-Munder/publication/351281012_Diagnostico_comunitario_de_San_Antonio_de_los_Banos_problemas_y_redes_de_participacion_para_solucionarlos_Community_Diagnosis_of_San_Antonio_de_los_Banos_Problems_and_Particip
- Muñoz Dallas, G. H., & Torres Rodríguez, R. M. (2020). "El patrimonio cultural en los servicios turísticos en la provincia de Manabí, Ecuador." . *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 18 (3), 385-400.
- Narváez, M., Fernández, G., & Gutierrez, C. (2018). "Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local (Paraguaná - Venezuela)." . *Revista Venezolana de Gerencia* 23 (81), 106-120.
- Navarro, D. (2015). "Recursos Turísticos Y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación Y Valoración." . *Cuadernos de Turismo*, no. 35 (January), 335.
- Orjuela, A., Escobar, D., & Moncada, C. (2022). "Accesibilidad Territorial de Los Servicios de Alojamiento Turístico En La Región Del Paisaje Cultural Cafetero, Colombia." . *Información Tecnológica* 33 (3), 159-68.
- Ortiz, R. C., Centeno Guerron, M., Vinueza Burgos, F., & Aizaga, M. Á. (s.f.). "Pano-rámica del uso de las tic en la industria turística a nivel latinoamericano y del ecuador." . *Apropiación, generación y uso edificador del conocimiento de estudiantes sentipensantes*, 31.
- Pérez Serrano, A. M., Juárez Sánchez, J. P., Ramírez Valverde, B., Estrella Chulim, N. G., & Propin Frejomil, E. (2017). "Potencial turístico de la región Huasteca Hidalguense, México. Alcances y limitaciones". *Revista Semestral de El Colegio de Tlaxcala, A. C.*, 37-52. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Ignacio-Ibarra-5/publication/334441242_Estimacion_y_verificacion_empirica_de_distribuciones_del_tipo_ley_de_la_potencia_power_law_en_la_eleccion_del_2006_en_Mexico/links/5d2943ff458515c11c2aba20/Estimacion-y-verificaci

- Peruzzo, C. M. (2011). "El Lugar de La Comunicación Comunitaria En Las Políticas de Comunicación En Brasil.". *Trazos de Una Otra Comunicación En América Latina*, 123.
- Pineda Reasco, A. P., & Sojos López, G. L. (2019). "Análisis Del Sistema Turístico de La Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador.". *De Ambiente Y Turismo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2019000200162&script=sci_arttext.
- Pinto Caceres, E. A. (2021). "Marketing Digital Para La Reactivación Del Turismo En El Cantón Tisaleo.". *Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo y Hotelería*.
- Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de curtincapac*. (2015). Obtenido de https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0760029160001_1%20DIAGNOSTICO%20CURTINCA-PAC_21-10-2015_17-08-37.pdf
- Poggio Capote, M. n. (s.f.). "Albores turísticos en la Palma: viajeros y fotografía en la Isla Bonita (1900-1960)". Obtenido de Mdc.ulpgc.es.: <https://mdc.ulpgc.es/utills/getfile/collection/cartas/id/213/filename/214.pdf>.
- Ponce. (2022). "Identificación, Descripción E Interpretación Del Contenido Semiótico Y Multimodal Para La Traducción de Textos de Promoción Turística (francés-Italiano)". *Revistas.ucm.es*. Obtenido de <https://doi.org/10.5209/estr.81089>.
- Quintana, V. M. (2017). "El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible.". *Arbor* 193 (785), 396.
- Ramos Vecino, N., Fernández Portillo, A., & Almodóvar González, M. (2020). "El Uso de Estrategias de Marketing Digital Para La Promoción Turística de Las Comunidades Autónomas Españolas.". *aDResearch ESIC: International Journal of Communication Research/Revista Internacional de Investigación En Comunicación*, 21. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=18897304&AN=141557268&h=KiXtEnVw6uxNfLTFBOJudF%2BMN2pfd%2BNPOmb%2B4JID%2BNJ%2By9Y-6xnDeuMc5uLfQxjfvRz6CD%2F1Ly%2B32IkATYid4TA%3D%3D&crl=c>.

- Reyes, C. E., & Avello Martínez, R. (2021). "Alfabetización Digital En La Educación. *Revisión Sistemática de La Producción Científica En SCOPUS*". Obtenido de <https://revistas.um.es/red/article/view/444751>.
- Ricaurte-Yépez, C. B., Granizo-Paredes, O. I., Ramos-Quishpi, F. M., & Parra-Vintimilla, G. M. (2022). "Potencial turístico de la parroquia Cacha.". *Dominio de las Ciencias* 8 (2), 281-98.
- Rivera, L. A. (2021). "*Integración Social, Sentido de Pertenencia Comunitario Y El Rol de Las Mujeres En La Sociedad Salvadoreña*". Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Luis-Chacon-Rivera/publication/351379758_Integracion_social_sentido_de_pertenencia_comunitario_y_el_rol_de_las_mujeres_en_la_sociedad_salvadorena/links/609555d4299bf1ad8d855fd4/Integracion-social-sentido-de-pertenencia
- Rivoir, A. L., & Morales, M. J. (2019). *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. CLACSO. Obtenido de <https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmh6>
- Ruiz, S., & Tene, L. (2020). "Turismo Accesible E Inclusivo En El Ecuador, Frente Al Turismo Accesible En Otros Países." *Universidad & Empresa*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000100225&script=sci_arttext&tlng=pt
- Sala Valdés, C. S. (2017). "La Comunicación Para El Cambio Social: Una Mirada Participativa Al Concepto de Desarrollo." *Janus 2017-A Comunicação Mundializada*. Obtenido de <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/3562>.
- San Eugenio Vela, J. (2012). "Aproximaciones Teóricas Y Conceptuales Para Una Definición Del Estado Del Arte de La Comunicación de Los Destinos Turísticos.". *Andamios* 9 (20), 211-36.
- Silva, I., Conceição, M. d., & Aguinaldo, C. F. (2022). "*Un análisis de discurso de la política pública nacional de calificación profesional en turismo*". Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/6QQbQnsGG3FHWKfxqT9SyJf/abstract/?lang=es>

- Soria, Hernández, L., Arteaga, R., Pinargote, K., & Ponce, J. (2021). "El Patrimonio Natural y su Influencia en la Promoción Turística del Canton Manta en Ecuador." *Revista Científica FIPCAEC* (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). ISSN : 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)* 6 (4), 69-86.
- Soro, E., González, Y., & Leal, M. d. (2018). "Patrimonio cultural y turismo: oportunidades y desafíos de la valorización turística del patrimonio." Obtenido de http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_patrimonio_ostelea18.pdf
- Tarrias Ruiz, F. J. (2017). "Comunicación del Patrimonio Cultural propio." . *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/65648>
- Tkachuk, C. (2008). "Marketing Turístico." Principios Para El Desarrollo Estratégico de Ciudades Turísticas. *Universidad Virtual de Quilmes*. Obtenido de [http://hm.unq.edu.ar/archivos_hm/CT_MarketingTuristico\(Rosario\).pdf](http://hm.unq.edu.ar/archivos_hm/CT_MarketingTuristico(Rosario).pdf).
- Toledo Vivanco, D. A. (2019). "Análisis Del Potencial Turístico Del Cantón Portovelo, Provincia de El Oro, Ecuador." Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13922>.
- Toselli, C., & (Argentina), U. N. (2019). "Turismo, Patrimonio Cultural Y Desarrollo Local. Evaluación Del Potencial Turístico de Aldeas Rurales En La Provincia de Entre Ríos, Argentina." . *PASOS Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural* 17 (2), 343-361.
- Vázquez, González, E., & Araújo Vila, N. (2018). "Promoción de destinos turísticos a través de las series audiovisuales. El caso de Juego de Tronos." . *Revista Perspectiva Empresarial* 5 (2), 63-82.
- Villacrés Ramos, M. C., & Paredes Pazmiño, J. D. (2014). "Campaña comunicativa para fomentar el turismo interno y externo del cantón Guano." Obtenido de [dspace.ups.edu.ec.: http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6569](http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6569).