



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Tecnología en Turismo Rural

**PROPUESTA DE UN TOUR AGROTURÍSTICO Y  
CULTURAL PARA LA PUESTA EN VALOR DE  
PRODUCTOS ANDINOS Y CULTURA VIVA  
COMUNITARIA EN TAÑILOMA**

Autora:

**Ligia Criollo Chacha**

Director:

**Natalia Rincón del Valle**

**Cuenca – Ecuador**

**Año 2025**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a mis hijos, ellos son mi  
motivo más grande, su amor y su paciencia me  
dieron la fuerza necesaria para no rendirme y  
cumplir mis sueños, todo es y será siempre para  
ustedes.

A mis padres y hermanos por su apoyo y por  
siempre estar presentes y motivándome a seguir  
adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la vida y por la fortaleza para seguir adelante, a mi familia, de manera especial a mis padres e hijos por su comprensión, paciencia y apoyo, con su amor incondicional me recuerdan cada día que vale la pena luchar y todos los que me apoyaron moral y académicamente de corazón muchas gracias.

A mi querida docente y directora de tesis Natalia Rincón del Valle, por su tiempo, paciencia, apoyo y motivación que me ha brindado durante todo este proceso ha sido fundamental para culminar esta etapa y como no agradecer a la Universidad del Azuay por darme la oportunidad de estudiar y cumplir esta meta y a todos los docentes por sus conocimientos compartidos.

## **RESUMEN:**

En la actualidad el turismo se ha fortalecido como un motor de desarrollo económico y social en Ecuador, resaltando su capacidad para generar fuentes de empleo, dinamizando la economía local y fortaleciendo la identidad cultural. Desde esta perspectiva el agroturismo y el turismo cultural surgen como alternativas sostenibles que promueven la participación comunitaria y la revalorización del patrimonio rural. Bajo esta realidad se propone un tour agroturístico y cultural en la comunidad de Tañiloma, ubicada en la parroquia Tarqui, provincia del Azuay, con el objetivo de poner en valor sus productos andinos y la cultura viva comunitaria. El presente trabajo integra un análisis teórico sobre agroturismo, turismo comunitario, turismo cultural, turismo sostenible, desarrollo local, junto con un diagnóstico territorial, levantamiento de atractivos turísticos, gastronómicos y prácticas productivas, el cual evidencia el potencial productivo y cultural de Tañiloma.

**Palabras clave:** Agroturismo, desarrollo local, Tañiloma, turismo comunitario, turismo cultural, turismo sostenible.

## **ABSTRACT:**

Currently, Tourism has strengthened its position as an engine of economic and social development in Ecuador, highlighting its capacity to generate employment, boost the local economy, and strengthen cultural identity. From this perspective, agritourism and cultural tourism emerge as sustainable alternatives that promote community participation and the revaluation of rural heritage. Given this reality, an agritourism and cultural tour is proposed in the community of Tañiloma, located in the Tarqui parish, Azuay province, with the objective of showcasing its Andean products and living community culture. This work integrates a theoretical analysis of agritourism, community tourism, cultural tourism, sustainable tourism, and local development, along with a territorial diagnosis a survey of tourist attractions, gastronomy and productive practices, which demonstrates the productive and cultural potential of Tañiloma.

**Keywords:** Agrotourism, local development, Tañiloma, community Tourism, cultural Tourism, sustainable Tourism.

## **INDICE DE CONTENIDO**

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>II</b>
<b>RESUMEN:.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT: .....</b>	<b>III</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Marco conceptual .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.1 Agroturismo.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.2 Turismo Cultural .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1.3 Turismo Comunitario.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1.4 Turismo Sostenible.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1.5 Tour de agroturismo basado en comunidad.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1.6 Atractivo turístico .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.7 Contextualización Territorial y Turística de la Comunidad de Tañiloma ...</b>	<b>8</b>
<b>1.1.8 Análisis FODA de la comunidad de Tañiloma .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.8 Atractivos turísticos de Tañiloma.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.9 Levantamiento de la ficha gastronómica .....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Turismo comunitario y desarrollo local.....</b>	<b>19</b>
2.1.1 Cadena de valor en el turismo rural y agroturismo .....	20
2.1.2 Rol de jóvenes, productores, artesanos y emprendedores.....	21
2.1.3 Economía solidaria y reparto equitativo de beneficios .....	23
2.1.4 Identificación de grupos participantes.....	24
2.1.5 Actividades actuales y potencial turístico de cada grupo.....	26
2.1.6 Necesidades para su inclusión en el circuito turístico.....	28
<b>2.2 Propuesta del mecanismo de participación económica .....</b>	<b>29</b>
2.2.1 Estructura general del sistema económico .....	30
2.2.2 Esquema de distribución de ingresos .....	31
2.2.3 Remuneración por actividad.....	31
2.2.4 Modalidad de rotación comunitaria.....	31
2.2.5 Gobernanza y control comunitario .....	32
2.2.6 Diseño del circuito agroturístico y cultural .....	32
2.2.7 Socialización de la propuesta .....	34
2.2.7.1 Recomendaciones y sugerencias por parte de los asistentes .....	36
<b>CAPITULO 3 .....</b>	<b>39</b>

3.1 Propuesta del plan piloto del tour Tañiloma, tradición viva, como estrategia de promoción .....	39
3.2 Estrategia de articulación con operadores turísticos.....	41
CONCLUSIONES .....	44
REFERENCIAS.....	45
Trabajos citados.....	45
ANEXO 1.....	47
Anexo 2 .....	55
Anexo 3 .....	69
ANEXO 4.....	76

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Levantamiento de los atractivos de Tarqui - Tañiloma .....	14
<b>Tabla 2</b>	Levantamiento de la gastronomía de Tañiloma.....	17
<b>Tabla 3</b>	Grupos identificados.....	25
<b>Tabla 4</b>	Principales actividades actuales y su potencial turístico .....	27
<b>Tabla 5</b>	Conjunto de necesidades agrupadas .....	28
<b>Tabla 6</b>	Diseño del circuito agroturístico y cultural .....	32
<b>Tabla 7</b>	Actores responsables .....	33
<b>Tabla 8</b>	Esquema de comercialización .....	42

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Mapa de División cantonal de la provincia del Azuay .....	9
<b>Figura 2</b> Ubicación de la comunidad de Tañiloma en la parroquia Tarqui .....	9
<b>Figura3</b> Mapa satelital .....	16
<b>Figura4</b> Estructura general del sistema económico .....	30
<b>Figura 5</b> Socialización .....	34
<b>Figura 6</b> Participantes de la socialización .....	35
<b>Figura 7</b> Participantes de la socialización .....	36
<b>Figura8</b> Experiencia del visitante .....	40
<b>Figura 9</b> Folleto promocional .....	43



# INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como uno de los ejes fundamentales de la actividad económica y social en numerosos países del mundo, constituyéndose en un instrumento clave para el desarrollo integral e inclusivo. Su impacto se refleja en la generación de empleo, la dinamización de economías locales y la mejora en la calidad de vida de las poblaciones, a través de emprendimientos, inversión en infraestructura y el ingreso de divisas (Banco de Desarrollo del Ecuador B.P., 2025).

En los últimos años, el turismo ha registrado un notable crecimiento a escala nacional, aportando aproximadamente el 10,2 % al Producto Interno Bruto (PIB) del país (Banco de Desarrollo del Ecuador B.P., 2025) Este comportamiento reafirma su relevancia dentro de la estructura económica ecuatoriana, al tiempo que plantea la necesidad de mantener procesos de innovación constantes para satisfacer las nuevas demandas del mercado.

Actualmente, los turistas buscan experiencias más auténticas, sostenibles y participativas, orientadas a la vivencia directa con las comunidades locales y su entorno. En este contexto, el turismo rural y, en particular, el agroturismo, se presentan como alternativas sostenibles que fortalecen las economías campesinas, promueven la conservación del patrimonio natural y cultural, y fomentan la participación comunitaria.

La provincia del Azuay, y especialmente su capital Cuenca reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad, se caracterizan por su diversidad natural, histórica y gastronómica. Sin embargo, más allá de su capital, el territorio azuayo alberga comunidades rurales que resguardan un valioso patrimonio agrícola y cultural, aún poco visibilizado por las dinámicas turísticas tradicionales. Una de estas comunidades es Tañiloma, ubicada en la parroquia Tarqui, que posee una riqueza cultural y productiva destacable.

En este marco, el presente trabajo plantea una propuesta de tour agroturístico y cultural en la comunidad de Tañiloma, orientada a la puesta en valor de sus productos

andinos y de su cultura viva comunitaria. La investigación busca, por un lado, fortalecer la identidad local mediante el turismo responsable, y por otro, ofrecer una alternativa de desarrollo económico sostenible que integre a los diferentes actores de la comunidad.

La propuesta se estructura en tres capítulos: el primero aborda el marco teórico y contextual, donde se definen los conceptos de agroturismo, turismo cultural, turismo comunitario y turismo sostenible; además, se presenta la contextualización territorial y turística de la comunidad de Tañiloma. El segundo capítulo analiza el turismo comunitario como herramienta para el desarrollo local, considerando la participación de actores, el rol de la economía solidaria y la cadena de valor. Finalmente, el tercer capítulo expone la propuesta del tour agroturístico y cultural, que integra los resultados del diagnóstico con una estrategia participativa orientada al fortalecimiento del desarrollo comunitario.

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 Marco conceptual**

### **1.1.1 Agroturismo**

El agroturismo se concibe como una modalidad de turismo rural que integra las actividades agrícolas y ganaderas con experiencias turísticas participativas, permitiendo al visitante involucrarse en las labores del campo, conocer los procesos productivos y fortalecer su conexión con la naturaleza y la cultura local. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2014) el agroturismo representa una estrategia clave para la diversificación económica de las comunidades rurales, ya que impulsa la preservación de prácticas agrícolas ancestrales y fomenta la sostenibilidad ambiental.

De acuerdo con Portilla (2024), el agroturismo constituye una conexión directa con la vida rural, ofreciendo a los visitantes la posibilidad de vivir experiencias auténticas mediante la participación en actividades agrícolas y ganaderas, mientras disfrutan de los paisajes naturales. Por su parte, Barrera (2006) sostiene que el agroturismo se caracteriza por la implicación activa del turista en las tareas rurales, y recomienda que los productores diversifiquen sus actividades para lograr un desarrollo más integral del territorio.

Asimismo, Riveros & Blanco (2003) firman que el agroturismo valora el territorio como un espacio de producción y convivencia, enfatizando su relevancia como base para la creación de propuestas colaborativas que fortalezcan el tejido social y promuevan un objetivo común orientado al bienestar local.

En síntesis, el agroturismo se presenta como un eje estratégico de desarrollo sostenible, que combina la actividad económica con la preservación cultural y ambiental. Al mismo tiempo, contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad de las comunidades rurales, convirtiéndose en una herramienta eficaz para promover la diversificación productiva, la revalorización del patrimonio y la participación comunitaria en los procesos turísticos.

### **1.1.2 Turismo Cultural**

El turismo cultural se entiende como una forma de viaje que invita a conocer, apreciar y participar en las expresiones vivas de una sociedad. No se limita únicamente a la visita de monumentos o museos, sino que incluye la interacción con las tradiciones, la gastronomía, las festividades y las manifestaciones artísticas que dan sentido a la identidad de un pueblo. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), esta modalidad impulsa tanto la conservación del patrimonio como la transmisión de conocimientos y prácticas que fortalecen la memoria colectiva.

Barrera (2006), señala que el turismo cultural constituye una oportunidad para revalorizar los bienes históricos y la herencia familiar que se conserva en los territorios. En la misma línea, Valverde Rada (2018) amplía esta perspectiva al considerar que la cultura no solo se expresa en los objetos materiales, sino también en los saberes, los rituales, la música y la gastronomía, que forman parte de la vida cotidiana de las comunidades.

Palomino et al., (2016), sostienen que el turismo cultural tiene como motivación principal el deseo del visitante de comprender el modo de vida de otros grupos humanos, disfrutando de sus valores espirituales, intelectuales y afectivos. En este sentido, el viaje se transforma en una experiencia de aprendizaje y encuentro con la diversidad.

### **1.1.3 Turismo Comunitario**

El turismo comunitario se concibe como una modalidad de gestión turística creada, administrada y controlada directamente por los miembros de una comunidad. Su finalidad principal es generar beneficios colectivos y fortalecer la organización local mediante la participación, la autogestión de los recursos y una distribución equitativa de los ingresos. En el contexto ecuatoriano, el Ministerio de Turismo (2011) lo reconoce como una herramienta clave para impulsar el desarrollo sostenible, la cohesión social y el empoderamiento local.

Ruiz Ballesteros (2007), señala que el turismo comunitario va más allá de la dimensión económica, ya que promueve el respeto a la cultura, la naturaleza y las formas

de vida tradicionales. Este enfoque busca mantener un equilibrio entre la conservación ambiental, la identidad cultural y el bienestar de los habitantes.

Desde una perspectiva social Llor Bravo et al., (2021), destacan que este tipo de turismo fomenta la cooperación y el sentido de pertenencia, al permitir que todos los miembros de la comunidad participen en la planificación, ejecución y evaluación de las actividades. De esta manera, se crean espacios democráticos que fortalecen las relaciones internas y el compromiso colectivo.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2005) sostiene que el turismo comunitario abre la posibilidad de que los visitantes conozcan de cerca los modos de vida, costumbres y conocimientos de las comunidades rurales, favoreciendo un intercambio cultural auténtico. En este proceso, los pobladores son los protagonistas de su propio desarrollo, y los beneficios generados por la actividad retornan directamente a ellos.

Finalmente, el turismo comunitario promueve un modelo de desarrollo incluyente, solidario y participativo. Al mismo tiempo, contribuye a preservar el patrimonio cultural y natural, dinamizar la economía local y fortalecer los valores de cooperación. En comunidades como Tañiloma, esta modalidad representa una oportunidad para revitalizar sus tradiciones agrícolas, impulsar el liderazgo de jóvenes y mujeres, y consolidar una identidad colectiva a través del turismo responsable.

#### **1.1.4 Turismo Sostenible**

El turismo sostenible se fundamenta en el uso responsable de los recursos naturales, culturales y sociales, procurando satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las de las futuras. Este enfoque busca equilibrar tres dimensiones esenciales: la viabilidad económica, la equidad social y la sostenibilidad ambiental (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2004).

De acuerdo con la OMT (2005), el turismo sostenible tiene en cuenta de manera integral las repercusiones actuales y futuras de la actividad turística, tanto en los visitantes como en la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas. Su propósito es satisfacer

las necesidades de todos los actores involucrados, garantizando la protección de los ecosistemas y el respeto por la autenticidad cultural.

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2006) complementa esta visión al destacar la importancia de conservar la herencia cultural y los valores tradicionales de las comunidades, promoviendo la tolerancia y el entendimiento intercultural. En este sentido, la sostenibilidad no solo se asocia a la preservación del medio natural, sino también al fortalecimiento del tejido social y de las prácticas culturales que dan identidad a los territorios.

Autores como Funes y Romero (2015) consideran que el turismo sostenible constituye un camino hacia la gestión racional de los recursos, en el que las necesidades sociales, económicas y estéticas se satisfacen sin alterar los procesos ecológicos fundamentales ni poner en riesgo la diversidad biológica. En la misma línea, Gómez-Limón y Múgica (2007) y Trujillo y Dorta (2014) afirman que esta modalidad favorece un intercambio positivo entre visitantes y residentes, basado en el respeto mutuo, la equidad y la participación.

En conclusión, el turismo sostenible representa una visión integral del desarrollo turístico, en la que la rentabilidad económica debe estar acompañada de responsabilidad ambiental y justicia social. En territorios rurales como Tañiloma, su aplicación implica fomentar prácticas agroecológicas, promover la educación ambiental, fortalecer las capacidades locales y generar experiencias turísticas que respeten la naturaleza y valoren la cultura viva de la comunidad.

### **1.1.5 Tour de agroturismo basado en comunidad**

El tour de agroturismo basado en comunidad se concibe como una experiencia organizada y gestionada por los propios habitantes de un territorio rural, en la cual los visitantes participan activamente en actividades agrícolas, ganaderas, gastronómicas o artesanales, al tiempo que conocen los valores culturales y las tradiciones locales. Esta modalidad combina la producción agropecuaria con la actividad turística, promoviendo la gestión colectiva, la educación ambiental y la distribución equitativa de los beneficios, lo que fortalece la economía local y el sentido de pertenencia de los pobladores (Riveros & Blanco, 2003; FAO, 2014).

Este enfoque promueve gestión colectiva, educación ambiental y distribución equitativa de beneficios, pilares que fortalecen la economía local y el sentido de pertenencia. En América Latina, la literatura señala que la participación comunitaria y la gobernanza local son condiciones clave para que el turismo en ámbitos rurales sea sostenible y con arraigo territorial (Kieffer, 2018; Cáceres & Troncoso, 2015).

Evidencias recientes indican que el agroturismo puede contribuir significativamente al empoderamiento de mujeres y jóvenes, especialmente cuando la comunidad participa activamente en la planificación, ejecución y promoción de los proyectos. Este proceso integra tanto prácticas agroecológicas como conocimientos locales en la experiencia turística (Herrera Chávez et al., 2024). Zambrano Mieles, et al., (2017)

En la práctica, un tour agroturístico comunitario no se limita a mostrar cultivos: habilita intercambio cultural, educación ambiental y comercialización directa de productos (reduciendo intermediación), lo que se alinea con lineamientos internacionales sobre turismo sostenible y gestión de destinos (Gomez et al., 2007; Global Sustainable Tourism Council).

Por lo tanto, el tour agroturístico comunitario no se limita a mostrar cultivos o paisajes agrícolas; se trata de un proceso integral que articula la actividad turística con la producción, la educación y la cultura. En comunidades como Tañiloma, su implementación podría consolidar un modelo de turismo responsable y participativo, que valore el patrimonio agrícola y cultural, preserve el entorno natural y promueva un desarrollo económico sostenible sustentado en la identidad local.

### **1.1.6 Atractivo turístico**

El atractivo turístico es un elemento clave de la oferta turística que motiva la visita de turistas hacia un lugar. Puede manifestarse como recurso natural, patrimonio cultural, manifestaciones artísticas, eventos o experiencias particulares del territorio (Navarro, 2015; Manual de Atractivos Turísticos, Ecuador, 2023).

Según Navarro (2015), un atractivo turístico es “el elemento natural, cultural o creado por el hombre que despierta interés, es valorado por los visitantes y conlleva un comportamiento de visita” (p. 336). En este sentido, los atractivos funcionan como

factores que condicionan la elección del destino y conforman parte del producto turístico Navarro (2015).

El “Manual de Atractivos Turísticos” del Ministerio de Turismo del Ecuador (2023) explica que los atractivos pueden dividirse en naturales y culturales, y describe actividades asociadas (agua, tierra, patrimonio cultural) como parte de los atractivos ofrecidos en destinos turísticos. Este manual los considera esenciales para planear recorridos y circuitos turísticos coherentes con las características locales.

Asimismo, en la literatura internacional, las atracciones turísticas son consideradas como un sistema que relaciona al turista, el lugar (o núcleo) y los medios de interpretación o información (o marcador) para generar significado y experiencia (Leiper, 1990 en “Tourism Attraction Systems”) (citado en sistema de atracciones).

Por lo tanto, dentro del diseño de la propuesta del tour en Tañiloma, los atractivos turísticos pueden incluir: paisajes naturales de montaña, cultivos tradicionales, senderos interpretativos, patrimonio arquitectónico local, experiencias de cocina ancestral y manifestaciones culturales vivas. La selección y articulación de estos atractivos debe responder a criterios de accesibilidad, autenticidad, calidad interpretativa y sostenibilidad.

### **1.1.7 Contextualización Territorial y Turística de la Comunidad de Tañiloma**

La comunidad de Tañiloma se encuentra situada en la parroquia Tarqui, perteneciente al cantón Cuenca, en la provincia del Azuay, al sur del Ecuador. Su territorio se localiza entre los 2.000 y 3.000 metros sobre el nivel del mar, con una altitud media de 2.450 metros, y abarca aproximadamente 283 hectáreas. Limita al norte con Morascale, al sur con el barrio San José, al este con Chilca Totora y al oeste con Chaullayacu. Su acceso principal se realiza a través de la vía Tarqui Gullanzhapa Turi, lo que facilita la comunicación con el centro urbano de Cuenca y la parroquia El Valle (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2023).



**Figura 1**

*Mapa de División cantonal de la provincia del Azuay*



*Nota: PDOT-Azuay*

**Figura 2**

*Ubicación de la comunidad de Tañiloma en la parroquia Tarqui*



El clima de la zona es templado-frío, con precipitaciones concentradas entre los meses de octubre y mayo y una pluviosidad promedio anual de 950 mm. Los suelos, de tipo franco-arenoso, son favorables para el cultivo de granos andinos, tubérculos y hortalizas. La población aproximada es de 400 habitantes, de los cuales el 35 %

corresponde a jóvenes menores de 30 años. La principal actividad económica se basa en la agricultura familiar y en la ganadería de pequeña escala, complementada con la cría de animales menores gallinas, cuyes y chanchos y la elaboración artesanal de productos derivados como horchatas, mermeladas, tortillas andinas, aguas medicinales y bálsamos, comercializados en mercados locales y ferias rurales.

El topónimo Tañiloma proviene del vocablo kichwua *tañi*, que hace referencia a una planta de flor amarilla de sabor amargo, y de loma, que alude a las colinas circundantes. Entre sus principales formaciones geográficas destacan el Cóndor Loma (2.750 m) y el Zhiñan Loma (2.900 m), que conforman un paisaje característico del páramo andino y hábitat de especies como colibríes, gorriones, mirlos y tórtolas.

En el ámbito cultural, Tañiloma conserva manifestaciones vivas que reflejan su identidad y cohesión social. Las festividades más representativas son la celebración de la Virgen del Quinche, el Carnaval, las fiestas del Divino Niño y las tradicionales mingas agrícolas, en las que la cooperación comunitaria constituye un valor central. En estas celebraciones se integran danzas, música, gastronomía típica y expresiones religiosas que reafirman la cultura viva kañari y campesina del sector.

A nivel de equipamiento, la parroquia Tarqui cuenta con instituciones educativas, un centro de salud y un dispensario del Seguro Social Campesino. En cuanto a infraestructura turística, existen domos ecológicos, un hostel familiar y pequeños restaurantes y cafeterías gestionados por habitantes locales. No obstante, persisten desafíos en materia de formalización turística, señalización vial, capacitación en hospitalidad y certificación de guías locales (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

Desde la perspectiva territorial, Tañiloma forma parte de la zona rural periurbana de Cuenca, lo que le otorga un potencial estratégico para el desarrollo de un turismo vivencial de corta estancia. La cercanía a la ciudad permite la articulación con operadores turísticos urbanos interesados en experiencias auténticas vinculadas al agroturismo y la cultura campesina. Además, la presencia de asociaciones productivas como Agricultura Tañiloma y Agricultura Sana Tañiloma refuerza la base organizativa necesaria para consolidar un modelo de turismo comunitario sostenible.

Tañiloma posee un conjunto de recursos naturales, culturales y productivos que configuran un entorno propicio para el diseño de un tour agroturístico y cultural. Su paisaje agrícola, su identidad comunitaria y su proximidad a Cuenca ofrecen condiciones favorables para implementar una propuesta turística que contribuya al desarrollo local, a la conservación del patrimonio y al fortalecimiento de la economía campesina.

### **1.1.8 Análisis FODA de la comunidad de Tañiloma**

El análisis FODA permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que inciden en el desarrollo turístico de una comunidad. En el caso de Tañiloma, este instrumento resulta fundamental para comprender las condiciones internas y externas que pueden influir en la implementación de un tour agroturístico y cultural. La información se ha elaborado con base en observación directa, entrevistas con actores locales y revisión de documentos institucionales del Gobierno Parroquial de Tarqui (2023) y del Ministerio de Turismo del Ecuador (2023).

#### **Fortalezas**

- Ubicación estratégica cercana al centro parroquial y a la ciudad de Cuenca.
- Suelos fértiles y clima favorable para la producción de granos, tubérculos y hortalizas.
- Tradición agrícola y ganadera consolidada como base cultural y económica.
- Existencia de asociaciones productivas que elaboran y comercializan productos derivados (horchatas, mermeladas, tortillas andinas, aguas medicinales).
- Riqueza cultural y festiva (Virgen, carnaval, festividades del Divino Niño).
- Patrimonio natural diverso (bosques, páramo alto andino, avifauna endémica).

#### **Oportunidades**

- Creciente interés del mercado turístico por experiencias vivenciales y agroturismo.
- Posibilidad de diseñar rutas temáticas que integren agricultura, festividades y gastronomía.
- Acceso a programas de capacitación en guianza.
- Disponibilidad de fondos y cooperación internacional.

- Alianzas potenciales con agencias de Cuenca para comercialización conjunta y promoción de productos locales.
- Innovación en turismo responsable mediante prácticas agroecológicas certificadas.

### **Debilidades**

- Alto nivel de informalidad en la planta turística (>70 % sin registros sanitarios ni turísticos).
- Deficiencias de infraestructura: falta de mantenimiento vial y señalética insuficiente.
- Falta de comercialización de productos elaborados por las asociaciones productivas.
- Ausencia de guías locales certificados.
- Débil capacitación en hospitalidad y gestión turística (solo 12 % capacitado en atención al cliente y redes sociales).
- Limitada articulación institucional entre el GAD parroquial, operadores externos y asociaciones locales.

### **Amenazas**

- Migración juvenil que compromete la transmisión de conocimientos ancestrales.
- Riesgo de deterioro ambiental por expansión agrícola y uso de agroquímicos.
- Dependencia de políticas públicas y financiamiento externo para proyectos turísticos.
- Competencia con otros destinos consolidados del Azuay.
- Posible pérdida de atractivo turístico si no se mejora la infraestructura y formalización del sector.

El análisis FODA evidencia que Tañiloma posee recursos naturales, culturales y humanos de gran valor, pero requiere fortalecer la capacitación, la infraestructura y la organización comunitaria para alcanzar un desarrollo turístico sostenible. Las oportunidades vinculadas al turismo vivencial y al agroturismo pueden convertirse en motores de desarrollo local, siempre que se consolide una gestión participativa y articulada entre los diferentes actores del territorio.

### **1.1.8 Atractivos turísticos de Tañiloma**

El levantamiento de atractivos turísticos constituye una etapa fundamental en los procesos de diagnóstico y planificación territorial, ya que permite identificar, clasificar y valorar los recursos que pueden convertirse en productos turísticos sostenibles. Para el desarrollo de este proceso en la comunidad se aplicó la metodología propuesta en el Manual **de** levantamiento de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), que ofrece lineamientos técnicos estandarizados a nivel nacional.

El manual establece que los atractivos deben organizarse en dos grandes categorías: naturales y culturales. Los primeros comprenden paisajes, ecosistemas, flora, fauna y espacios de valor escénico o científico; mientras que los segundos incluyen manifestaciones materiales e inmateriales, tales como patrimonio histórico, arquitectura, festividades, gastronomía y saberes ancestrales. Cada atractivo registrado debe ser descrito en función de su localización, características físicas y culturales, estado de conservación, accesibilidad y facilidades de apoyo.

La aplicación de esta metodología permitió recopilar información en campo mediante observación directa, entrevistas con actores comunitarios y revisión bibliográfica, asegurando así una caracterización integral y validada por los propios habitantes. De este modo, el levantamiento no se limitó a un inventario técnico, sino que también visibilizó el valor simbólico que los recursos poseen para la comunidad, reforzando el sentido de pertenencia y la importancia de su conservación. A continuación, se detalla un resumen del levantamiento de los atractivos, de igual manera se encuentran la ficha individual de cada uno de los atractivos en el Anexo 1

**Tabla 1***Levantamiento de los atractivos de Tarqui - Tañiloma*

N.º	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción general	Valor turístico / Potencial
1	Zoológico Yurak Allpa	Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de rescate de fauna silvestre	III	Iniciativa privada que alberga alrededor de 200 animales; combina conservación y educación ambiental.	Alto – atractivo consolidado para turismo familiar y educativo.
2	El Taita Carnaval	Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Festividad tradicional	II	Celebración ancestral en la que se mezcla lo religioso y lo simbólico; personaje central que bendice hogares con flores y frutas.	Alto – valor cultural e identidad local.
3	La Parva	Cultural	Prácticas y conocimientos ancestrales	Actividad agrícola tradicional	II	Práctica de conservación del maíz después de la cosecha, realizada en minga con familiares y vecinos.	Medio – potencial para demostraciones vivenciales.
4	Juego de las Mishas	Cultural	Tradiciones orales y lúdicas	Juego tradicional campesino	II	Juego que se realiza durante la cosecha del maíz; promueve la convivencia y la transmisión cultural.	Medio – atractivo complementario para talleres interactivos.
5	Pase del Niño	Cultural	Fiesta religiosa	Devoción popular	III	Procesión y festividad navideña que involucra comparsas, floreras y música tradicional.	Alto – alto valor cultural y de cohesión comunitaria.
6	La Botija y Seguida del Toro	Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Festividad agrícola	II	Ritual festivo en el que se comparte chicha de jora y alimentos tradicionales al finalizar las fiestas religiosas.	Medio – potencial para actividades culturales guiadas.
7	Cerro Francés Urco	Natural	Montaña	Baja montaña	III	Elevación histórica vinculada a la Misión Geodésica Francesa;	Alto – atractivo natural y patrimonial.

								mirador natural con sendero y valor paisajístico.	
8	Iglesia de la Parroquia Tarqui	Cultural	Arquitectura religiosa	Patrimonio histórico	II		Templo de valor arquitectónico y devocional, centro de la vida espiritual parroquial.	Medio – recurso de apoyo para circuitos culturales.	
9	Gastronomía tradicional (cuy asado, mote casado, chicha de jora, tortillas de maíz, dulce de sambo)	Cultural	Saberes y prácticas culinarias	Patrimonio gastronómico	II		Platos típicos elaborados con productos locales; representan la identidad alimentaria campesina.	Alto – producto clave para el agroturismo.	
10	Prácticas productivas agrícolas (siembra de maíz, habas, arvejas, papa, trigo, cebada)	Natural - Cultural	Actividades productivas	Prácticas agroecológicas tradicionales	II		Actividades agrícolas realizadas en minga que reflejan el conocimiento ancestral del campo.	Alto – eje central del tour agroturístico.	

### 1.1.9 Levantamiento de la ficha gastronómica

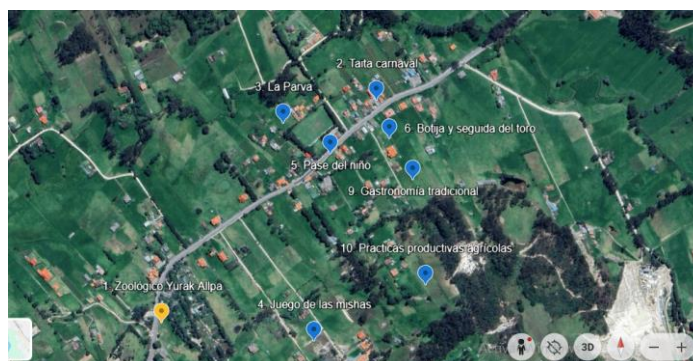
La ficha gastronómica se elaboró con el objetivo de sistematizar y documentar de manera detallada la información sobre los platos tradicionales de la comunidad, permitiendo conservar su conocimiento cultural y facilitar su uso en proyectos turísticos o educativos.

Se definieron campos específicos en la ficha como, nombre del plato, ingredientes principales y secundarios, forma de preparación, herramientas y técnicas, origen e historia, significado cultural, época de consumo, transmisión de la receta y quién prepara normalmente el plato con el fin de obtener un registro completo y estandarizado que refleje tanto los aspectos materiales (ingredientes y utensilios) como los intangibles (significado cultural y transmisión de conocimientos).

La información sobre la preparación, herramientas y técnicas se recopiló mediante la observación directa de la elaboración de los platos, garantizando que los datos sean precisos y representativos de la tradición local. El origen, el significado cultural y la transmisión de la receta se obtuvieron mediante entrevistas a los miembros de la comunidad, especialmente mujeres que son las portadoras de este conocimiento ancestral.

Este procedimiento asegura que la ficha no solo documenta los aspectos culinarios del plato, sino también su contexto social, cultural y comunitario, contribuyendo a la preservación del patrimonio gastronómico de la comunidad. Asimismo, el Anexo 2 contiene la ficha individual de cada plato gastronómico.

**Figura3**  
*Mapa satelital*





**Tabla 2***Levantamiento de la gastronomía de Tañiloma*

<b>N.º</b>	<b>Nombre del plato / bebida</b>	<b>Tipo de patrimonio</b>	<b>Ingredientes principales</b>	<b>Contexto cultural / Época de consumo</b>	<b>Significado cultural</b>	<b>Valor gastronómico / Potencial turístico</b>
<b>1</b>	Cuy asado con papas y mote	Patrimonio alimentario andino	Cuy, papas, mote, ajo, sal, manteca de chanco	Fiestas religiosas, mingas, cosechas	Plato festivo ancestral; símbolo de hospitalidad y unión familiar	Alto – atractivo gastronómico emblemático; ideal para demostración culinaria.
<b>2</b>	Mote casado	Cocina tradicional campesina	Mote pelado, porotos, sal, ajo, cebolla, aceite	Siembras, mingas y fiestas comunitarias	Expresión de trabajo colectivo y reciprocidad en el campo	Medio – plato cotidiano; útil para talleres demostrativos.
<b>3</b>	Mote pata	Cocina rural tradicional	Mote, cuero de chanco, ajo, sal, achiote	Fiestas patronales y religiosas	Plato festivo; refleja el aprovechamiento integral de los productos del cerdo	Medio-Alto – apreciado en eventos culturales y ferias.
<b>4</b>	Chicha de jora	Patrimonio inmaterial (bebida ancestral)	Jora, panela, especias dulces (canela, clavo de olor, ishpingo)	Fiestas, cosechas, mingas	Bebida ritual que simboliza fertilidad, abundancia y celebración	Alto – atractivo etnogastronómico con valor ritual.
<b>5</b>	Ají de pepa de sambo	Patrimonio culinario doméstico	Pepa de sambo, ají, ajo, sal, aceite	Vida cotidiana, cosecha	Acompañamiento cotidiano; representa el aprovechamiento total de cultivos locales	Medio – atractivo complementario para talleres culinarios.
<b>6</b>	Colada de zapallo	Postre tradicional andino	Zapallo, panela, leche, canela, pimienta dulce	Semana Santa, época de cosechas	Postre simbólico de unión familiar y aprovechamiento del zapallo	Medio – atractivo gastronómico familiar; ideal para ferias o talleres.
<b>7</b>	Timbulo	Repostería campesina	Harina de maíz, panela, mantequilla, queso	Cosechas y fiestas	Dulce típico que representa la creatividad alimentaria campesina	Medio – producto de valor patrimonial; potencial para venta local.
<b>8</b>	Humitas (chumales)	Patrimonio alimentario andino	Maíz tierno, quesillo, manteca, huevos, cebolla	Época de cosecha del maíz tierno	Alimento ritual asociado a la abundancia del maíz	Alto – atractivo culinario; fácilmente integrable en talleres vivenciales.
<b>9</b>	Mote pillo	Cocina tradicional serrana	Mote, huevos, cebolla, queso, achiote	Vida cotidiana	Comida de desayuno y convivencia familiar	Medio – atractivo gastronómico de consumo frecuente.

<b>10</b>	Tortillas de maíz	de Patrimonio culinario campesino	Harina de maíz, manteca, queso, huevos	Carnaval, diaria	vida	Alimento simbólico de la cocina comunitaria y festiva	Alto – apto para talleres y degustaciones turísticas.
<b>11</b>	Dulce de sambo	Repostería ancestral	Sambo, panela, especias dulces, cáscara de naranja	Carnaval, religiosas	fiestas	Dulce tradicional que conserva técnicas culinarias prehispánicas	Medio – atractivo culinario tradicional para ferias locales.

## **CAPÍTULO 2**

### **2.1 Turismo comunitario y desarrollo local**

El turismo comunitario se ha consolidado en las últimas décadas como una herramienta eficaz para promover el desarrollo local en territorios rurales e indígenas de América Latina. Su principal característica es la gestión directa por parte de la comunidad, lo que garantiza que los beneficios económicos, sociales y culturales derivados de la actividad turística se distribuyan de manera equitativa entre sus miembros (Ruiz Ballesteros, 2007; Kieffer, 2018).

En el contexto ecuatoriano, el Ministerio de Turismo (2011) reconoce al turismo comunitario como una modalidad que fortalece la organización social y fomenta la conservación del patrimonio natural y cultural. A través de la autogestión, las comunidades logran diversificar sus economías, generar empleo local y preservar su identidad. Este modelo, además, contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), al vincular la reducción de la pobreza, la igualdad de género y la protección del medio ambiente con la actividad turística (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022).

Diversas experiencias demuestran el impacto positivo del turismo comunitario en el Ecuador. En la comunidad de Yunguilla, provincia de Pichincha, el trabajo colectivo permitió combinar la conservación de los bosques con la creación de emprendimientos turísticos sostenibles, mejorando significativamente los ingresos familiares y reduciendo la migración (Raza Carillo & Acosta, 2023). De forma similar, en Manabí y Chimborazo, las comunidades rurales han desarrollado proyectos turísticos participativos que fortalecen el tejido social y revalorizan la cultura local (Bravo & Zambrano, 2018; Dillon, 2016).

No obstante, los desafíos persisten. La falta de capacitación técnica, la escasa promoción y la débil articulación con instituciones públicas y privadas dificultan la sostenibilidad a largo plazo de muchos emprendimientos. Según García et al., (2017),

comunidades que operan en la ruta del Spondylus enfrentan limitaciones en la gestión turística y dependencia de la cooperación externa, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la gobernanza local.

El turismo comunitario, en consecuencia, representa una alternativa viable para el desarrollo endógeno y sostenible de los territorios. Al impulsar la participación activa y el aprovechamiento responsable de los recursos locales, esta modalidad contribuye a consolidar procesos de inclusión económica, cohesión social y conservación patrimonial. En comunidades como Tañiloma, puede convertirse en un pilar para el fortalecimiento de la identidad colectiva y la generación de nuevas oportunidades productivas bajo un modelo de gestión participativa.

### **2.1.1 Cadena de valor en el turismo rural y agroturismo**

La cadena de valor en el turismo rural y agroturismo comprende el conjunto de actividades interrelacionadas que permiten generar, fortalecer y distribuir los beneficios derivados de la actividad turística dentro de una comunidad. Este enfoque analiza todas las fases del proceso, desde la producción y oferta de servicios hasta la comercialización y el consumo final, integrando tanto a los actores locales como a los externos que intervienen en el territorio (Porter, 1985; FAO, 2014).

En el contexto del turismo rural, la cadena de valor se inicia con los recursos naturales, culturales y productivos del territorio, los cuales constituyen la base del atractivo turístico. A partir de ellos se desarrollan servicios como el alojamiento rural, la gastronomía tradicional, la interpretación del patrimonio y las experiencias vivenciales que conectan al visitante con la comunidad. Cada eslabón de esta cadena agrega valor al producto final cuando se incorpora la calidad, la autenticidad y la sostenibilidad como principios de gestión (OMT, 2022).

En el agroturismo, este proceso incluye además la integración de la producción agropecuaria y artesanal. Los agricultores, cocineras y artesanos locales participan activamente en la elaboración de productos que se transforman en experiencias para el visitante, como talleres de siembra, demostraciones culinarias o degustaciones de alimentos típicos. De esta manera, el agroturismo permite que el valor generado

permanezca dentro del territorio, fortaleciendo la economía familiar y estimulando la cooperación entre los distintos actores (Herrera Chávez et al., 2024).

La participación comunitaria es un componente esencial dentro de esta estructura. Cuando los diferentes actores —productores, guías, prestadores de servicios, artesanos y jóvenes emprendedores— se organizan bajo principios de cooperación, se logra un flujo equilibrado de beneficios económicos y sociales. Además, la vinculación con instituciones educativas, municipios y operadores turísticos externos amplía las oportunidades de promoción y mejora la sostenibilidad del modelo (Kieffer, 2018; Cáceres & Troncoso, 2015).

En comunidades rurales como Tañiloma, la aplicación del enfoque de cadena de valor resulta estratégica para consolidar un producto turístico competitivo y participativo. Integrar la producción agrícola con la oferta cultural y gastronómica no solo genera ingresos, sino que refuerza la identidad local y promueve el aprendizaje mutuo entre visitantes y anfitriones. Esta dinámica convierte al turismo rural y agroturismo en motores de desarrollo sostenible basados en el trabajo asociativo y el aprovechamiento responsable de los recursos del territorio.

### **2.1.2 Rol de jóvenes, productores, artesanos y emprendedores**

El turismo comunitario y el agroturismo ofrecen espacios de participación donde diversos actores locales asumen roles complementarios que garantizan la sostenibilidad del proceso. Entre ellos, los jóvenes, productores, artesanos y emprendedores desempeñan funciones fundamentales para la innovación, la transmisión del conocimiento y la dinamización de las economías rurales. Su involucramiento no solo fortalece las capacidades locales, sino que también asegura la continuidad de las prácticas culturales y productivas en el tiempo.

Los jóvenes constituyen un segmento clave para el desarrollo del turismo en comunidades rurales. Su creatividad, dominio de herramientas digitales y apertura hacia nuevas formas de comunicación les permite fortalecer la promoción, el marketing y la gestión de experiencias turísticas sostenibles. En comunidades como Yunguilla o Salinas de Bolívar, la participación juvenil ha permitido incorporar procesos de capacitación en

guianza, redes sociales y comercio electrónico, mejorando la visibilidad de los emprendimientos locales (Raza Carillo & Acosta 2023; Dillon 2016). Su inclusión también contribuye a reducir la migración y generar sentido de pertenencia, al ofrecer alternativas económicas dentro del territorio.

Los productores agrícolas son los principales portadores del conocimiento ancestral y del manejo del territorio. En el contexto del agroturismo, su papel trasciende la producción de alimentos para convertirse en mediadores culturales que comparten con los visitantes sus saberes sobre la siembra, la cosecha, el uso de plantas tradicionales y la organización comunitaria. Según la FAO (2014), el contacto directo entre agricultores y turistas fortalece la educación ambiental y promueve un consumo más consciente, vinculado a la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios locales.

Los artesanos, por su parte, representan la expresión material de la identidad cultural. A través del trabajo manual y la elaboración de objetos utilitarios o decorativos, transmiten la memoria y los símbolos del territorio. En muchas comunidades rurales, la integración de talleres de artesanía dentro de los circuitos turísticos ha permitido diversificar los ingresos familiares y promover la valoración del patrimonio intangible. La experiencia del turismo comunitario en los Valles Calchaqués, documentada por Cáceres & Troncoso (2015), evidencia cómo la comercialización directa de productos artesanales genera beneficios económicos y fomenta la participación de las mujeres en los procesos productivos.

Los emprendedores locales actúan como articuladores del sistema turístico. Son quienes transforman los recursos en productos turísticos mediante la creación de pequeñas empresas, centros de interpretación, hospedajes familiares o servicios gastronómicos. Su liderazgo favorece la innovación y la autosuficiencia económica, al mismo tiempo que impulsa la cooperación entre los diferentes actores. En este sentido, la Economía Popular y Solidaria del Ecuador constituye un marco favorable para el fortalecimiento de estos emprendimientos, ya que promueve la equidad, la participación democrática y la redistribución de los beneficios (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS], 2022).

La articulación de estos grupos —jóvenes, productores, artesanos y emprendedores— consolida una estructura social diversa y complementaria, capaz de sostener la cadena de valor del turismo rural y comunitario. En el caso de Tañiloma, su participación activa es indispensable para la puesta en marcha del tour agroturístico y cultural, ya que permite integrar la tradición con la innovación, asegurando la permanencia de las prácticas locales y el fortalecimiento del tejido social.

### **2.1.3 Economía solidaria y reparto equitativo de beneficios**

El turismo comunitario y el agroturismo se sustentan en los principios de la economía social y solidaria, la cual promueve la cooperación, la equidad y la gestión colectiva de los recursos. Este modelo plantea que la actividad económica no debe orientarse únicamente al lucro individual, sino a la generación de bienestar común, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental. En el contexto de las comunidades rurales, la economía solidaria se convierte en una herramienta para fortalecer la autogestión y redistribuir los beneficios derivados del turismo entre todos los miembros de la colectividad (Coraggio, 2011; SEPS, 2022).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020) reconoce que las prácticas de economía solidaria permiten diversificar las fuentes de ingreso, mejorar la seguridad alimentaria y fortalecer los procesos de organización social. En el ámbito turístico, este enfoque impulsa la creación de asociaciones, cooperativas y redes locales que garantizan la transparencia en el manejo de los recursos y promueven la participación equitativa de mujeres, jóvenes y grupos históricamente marginados. De esta manera, la economía solidaria no solo distribuye beneficios, sino que también genera capital social, confianza y cohesión comunitaria.

En Ecuador, los principios de la economía popular y solidaria se encuentran institucionalizados desde la promulgación de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011). Este marco normativo reconoce las actividades económicas basadas en la reciprocidad, la autogestión y el trabajo asociativo como pilares para el desarrollo territorial. En comunidades vinculadas al turismo rural, la implementación de cajas de ahorro, fondos rotatorios y emprendimientos colectivos ha permitido sostener proyectos

turísticos sin depender exclusivamente de la inversión externa (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS], 2022).

Diversas experiencias locales demuestran el impacto positivo de este modelo. En la comunidad de Agua Blanca, provincia de Manabí, la gestión cooperativa ha logrado consolidar un sistema de turismo solidario en el que los ingresos se distribuyen entre todos los hogares participantes, garantizando una mejora general en la calidad de vida y en la preservación del patrimonio cultural Llor (2019). En Chimborazo, las comunidades organizadas bajo este mismo esquema han desarrollado mecanismos de ahorro interno y reinversión colectiva que favorecen la sostenibilidad económica y la independencia financiera de sus emprendimientos turísticos Dillon (2016).

El fortalecimiento de la economía solidaria en el turismo comunitario implica, además, la creación de redes de cooperación entre comunidades, instituciones públicas y actores privados responsables. La articulación interinstitucional permite acceder a programas de financiamiento, capacitación y promoción conjunta, potenciando el desarrollo de productos turísticos sostenibles y competitivos. En comunidades como Tañiloma, la adopción de este enfoque podría garantizar una distribución justa de los beneficios, la reinversión en proyectos comunitarios y la preservación de su identidad cultural, consolidando un modelo turístico basado en la equidad y la solidaridad.

#### **2.1.4 Identificación de grupos participantes**

La identificación de los grupos participantes constituye un componente esencial dentro del proceso de planificación del turismo comunitario, ya que permite reconocer los actores sociales que intervienen de manera directa o indirecta en el desarrollo del proyecto. Cada grupo aporta conocimientos, recursos y experiencias que enriquecen la gestión turística, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la sostenibilidad de la iniciativa (Ruiz-Ballesteros, 2007; OMT, 2022).

En la comunidad de Tañiloma, los principales actores se agrupan según sus roles productivos, culturales y organizativos. Entre ellos se encuentran los líderes comunitarios, agricultores, artesanos, asociaciones productivas, gestores turísticos y



emprendedores locales. Su participación activa es fundamental para garantizar una gestión compartida, transparente y equitativa del tour agroturístico y cultural propuesto.

A continuación, se presenta una descripción de los grupos identificados y su nivel de influencia en el proyecto:

**Tabla 3**  
*Grupos identificados*

<b>Grupo / actor</b>	<b>Edad promedio</b>	<b>Género predominante</b>	<b>Función dentro del tour</b>	<b>Nivel de influencia en el proyecto</b>	<b>Observaciones relevantes</b>
<b>Líderes comunitarios</b>	30 – 50 años	Hombres y mujeres	Coordinación de actividades, gestión de permisos, articulación con instituciones externas.	Alta	Garantizan la gobernanza local y la sostenibilidad del proyecto.
<b>Agricultores</b>	35 – 65 años	Mixto	Demostraciones de prácticas agrícolas tradicionales, guías de campo, anfitriones de talleres de siembra y cosecha.	Alta	Transmiten conocimientos ancestrales y fortalecen la identidad productiva.
<b>Jóvenes y estudiantes</b>	18 – 30 años	Mixto	Apoyo en promoción digital, atención a visitantes, innovación en marketing turístico.	Media – Alta	Contribuyen a la modernización y comunicación del producto turístico.
<b>Artesanos locales</b>	25 – 60 años	Mujeres y hombres	Elaboración y venta de artesanías, talleres demostrativos, transmisión de técnicas tradicionales.	Media	Promueven la diversificación económica y la preservación cultural.
<b>Asociación Agricultura Tañiloma</b>	40 – 60 años	Principalmente mujeres	Producción de alimentos procesados (mermeladas, horchatas, tortillas), degustaciones y venta directa.	Alta	Actor clave para el componente gastronómico y agroproductivo.
<b>Asociación Agricultura Sana Tañiloma</b>	30 – 50 años	Mixto	Elaboración de productos naturales y orgánicos (helados de zambo, bálsamos).	Media – Alta	Promueve prácticas agroecológicas y el consumo responsable.
<b>Prestadores de servicios turísticos locales</b>	25 – 55 años	Mixto	Alojamiento, alimentación y guía básica dentro de la comunidad.	Media	Contribuyen a consolidar la planta turística local.

<b>Operadores turísticos de Cuenca</b>	30 – 45 años	Mixto	Promoción, comercialización y enlace con el mercado urbano.	Media	Facilitan la sostenibilidad comercial del tour.
<b>Instituciones públicas y educativas</b>	Variable	Mixto	Asistencia técnica, capacitación y apoyo en promoción y financiamiento.	Alta	Proveen acompañamiento institucional y formación continua.

La integración de estos actores bajo un modelo de participación colaborativa favorece el desarrollo de una red de trabajo solidaria que combina el conocimiento tradicional con la innovación. En Tañiloma, la interacción entre asociaciones productivas, jóvenes, artesanos y líderes locales permitirá consolidar una propuesta turística coherente con los principios de sostenibilidad, equidad y corresponsabilidad social, garantizando que los beneficios se mantengan dentro de la comunidad y que el proyecto sea gestionado colectivamente.

### **2.1.5 Actividades actuales y potencial turístico de cada grupo**

El análisis de las actividades actuales desarrolladas por los diferentes actores de la comunidad permite identificar las capacidades existentes y las oportunidades para consolidar un producto turístico integral. En Tañiloma, las familias participan principalmente en actividades agroproductivas, gastronómicas, artesanales y culturales, que pueden convertirse en experiencias turísticas sostenibles si se articulan de manera planificada.

Actualmente, la comunidad cuenta con una base productiva sólida, sustentada en la agricultura familiar, la elaboración de alimentos tradicionales, el trabajo artesanal y la hospitalidad doméstica. Sin embargo, muchas de estas actividades se realizan de manera aislada y sin una estructura organizativa común. La propuesta plantea vincular estos esfuerzos en una red de colaboración que permita agregar valor a cada proceso y fortalecer la identidad local como destino agroturístico.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de las principales actividades actuales, su potencial turístico y las acciones sugeridas para su integración al circuito agroturístico y cultural:

**Tabla 4***Principales actividades actuales y su potencial turístico*

<b>Grupo / actor</b>	<b>Actividades actuales</b>	<b>Potencial turístico</b>	<b>Propuesta de fortalecimiento</b>
<b>Agricultores y asociaciones productivas (Agricultura Tañiloma y Sana Tañiloma)</b>	Producción de granos andinos, hortalizas, hierbas medicinales y productos derivados (horchatas, mermeladas, helados).	Alto: prácticas agroecológicas, cultivos tradicionales y talleres vivenciales de siembra y cosecha.	Implementar demostraciones agrícolas guiadas, señalización interpretativa en los huertos y espacios de degustación de productos locales.
<b>Artesanos locales</b>	Elaboración de muebles rústicos, tejidos y artesanías menores.	Medio: productos con identidad local pero baja comercialización.	Desarrollar talleres participativos y puntos de venta integrados al recorrido turístico; incluir capacitación en diseño y marketing artesanal.
<b>Mujeres cocineras y guardianas del patrimonio gastronómico</b>	Preparación de platos tradicionales: cuy asado, humitas, tortillas de maíz, chicha de jora.	Alto: identidad cultural fuerte, ideal para experiencias gastronómicas y talleres de cocina.	Crear una “ruta del sabor andino” dentro del tour, con demostraciones culinarias, degustaciones y venta directa.
<b>Jóvenes estudiantes</b>	Apoyo en redes sociales, promoción local y actividades logísticas.	Alto: habilidades digitales y liderazgo juvenil.	Formar brigadas de turismo juvenil para la promoción digital, acompañamiento de visitantes y gestión de redes.
<b>Líderes comunitarios y gestores locales</b>	Coordinación de mingas, festividades y decisiones comunitarias.	Alto: capacidad organizativa y liderazgo reconocido.	Fortalecer la gobernanza turística mediante un comité local de turismo que represente a todos los grupos.
<b>Prestadores de servicios turísticos locales (domos ecológicos, hostel, restaurantes)</b>	Alojamiento básico y alimentación tradicional.	Medio – alto: oferta existente pero informal.	Formalizar la planta turística, aplicar normas de calidad y promover paquetes integrados con operadores de Cuenca.
<b>Operadores turísticos externos (Cuenca y Azuay)</b>	Excursiones y visitas eventuales a zonas rurales.	Medio: posibilidad de articulación comercial.	Establecer convenios para la promoción conjunta del tour Tañiloma – Tarqui – Cuenca.
<b>Instituciones públicas, universidades y ONG</b>	Capacitación esporádica y asistencia técnica.	Alto: apoyo estratégico y acceso a fondos de cooperación.	Consolidar alianzas permanentes para formación continua, certificaciones y desarrollo de proyectos sostenibles.

La articulación de estos actores permitirá transformar la actual estructura productiva de Tañiloma en un sistema turístico comunitario sólido. El potencial de la comunidad radica en su diversidad cultural y en la complementariedad de sus actividades, las cuales pueden integrarse bajo un modelo cooperativo.

La propuesta consiste en organizar un Comité Local de Turismo Agroturístico de Tañiloma, conformado por representantes de las asociaciones productivas, los artesanos, los jóvenes y los prestadores de servicios. Este comité tendría la función de planificar el circuito, establecer mecanismos de distribución de beneficios, gestionar capacitaciones y garantizar que la actividad turística respete la cultura local y el entorno natural.

A través de esta estructura, se busca consolidar un modelo participativo que promueva la innovación sin perder la autenticidad cultural. Al fortalecer las capacidades locales, formalizar la oferta y diversificar los productos turísticos, Tañiloma podrá posicionarse como un referente de agroturismo sostenible en el Azuay, integrando producción, cultura y naturaleza en una experiencia coherente y comunitaria.

#### **2.1.6 Necesidades para su inclusión en el circuito turístico**

La inclusión efectiva de los grupos participantes dentro del circuito turístico requiere identificar las condiciones necesarias para garantizar su participación activa y sostenible. En Tañiloma, la diversidad de actores agricultores, artesanos, cocineras tradicionales, jóvenes, líderes comunitarios y emprendedores representa una fortaleza, pero también implica la necesidad de establecer mecanismos de coordinación y fortalecimiento institucional.

El desarrollo del tour agroturístico y cultural depende de la capacidad de la comunidad para articular sus recursos, mejorar la calidad de los servicios, fortalecer las competencias humanas y consolidar una gestión participativa. Para ello, se plantea un conjunto de necesidades agrupadas en cuatro dimensiones fundamentales: organizativa, técnica, de infraestructura y de promoción.

**Tabla 5**  
*Conjunto de necesidades agrupadas*

<b>Dimensión</b>	<b>Necesidades identificadas</b>	<b>Propuestas de acción</b>
<b>Organizativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una estructura de gestión interna que agrupe a los representantes de todos los sectores.</li> <li>• Definir responsabilidades, estatutos y mecanismos de toma de decisiones colectivas.</li> <li>• Establecer normas comunitarias de uso sostenible de los recursos naturales y culturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformar el Comité Local de Turismo Agroturístico de Tañiloma.</li> <li>• Elaborar un reglamento de funcionamiento con apoyo técnico del GAD parroquial y MINTUR.</li> <li>• Implementar un sistema de reuniones periódicas y de control de ingresos y gastos.</li> </ul>

<b>Técnica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capacitación en atención al cliente, hospitalidad, guianza e interpretación patrimonial.</li> <li>• Escaso conocimiento en gestión de redes sociales y comercialización turística.</li> <li>• Débil manejo de idiomas básicos (inglés turístico).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un plan de capacitación integral en coordinación con universidades y MINTUR.</li> <li>• Desarrollar talleres de marketing digital y gestión turística sostenible.</li> <li>• Incluir módulos de educación ambiental y emprendimiento juvenil.</li> </ul>
<b>Infraestructura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de señalización turística interna y externa.</li> <li>• Limitada oferta de alojamiento y servicios sanitarios.</li> <li>• Falta de espacios adecuados para ferias y talleres demostrativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar señalética interpretativa con códigos QR.</li> <li>• Gestionar apoyo del BDE o fondos de cooperación para mejoras de infraestructura.</li> <li>• Habilitar un “Centro Comunitario Turístico” como punto de encuentro y recepción de visitantes.</li> </ul>
<b>Promoción y comercialización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de material promocional y presencia digital.</li> <li>• Escasa articulación con operadores turísticos de Cuenca.</li> <li>• Falta de una marca identitaria del territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una marca turística comunitaria “Tañiloma, tradición viva”.</li> <li>• Desarrollar una página web y perfiles en redes sociales administrados por jóvenes.</li> <li>• Participar en ferias provinciales de turismo rural y productos agroecológicos.</li> </ul>

La inclusión de todos los grupos en el circuito requiere además garantizar la equidad en la distribución de los beneficios y la sostenibilidad del modelo. Para ello se recomienda aplicar mecanismos de reinversión comunitaria, en los que una parte de los ingresos obtenidos por la actividad turística se destine a proyectos de educación, salud o conservación ambiental.

El éxito del tour agroturístico y cultural de Tañiloma dependerá de la capacidad de la comunidad para integrar sus recursos humanos y naturales bajo un enfoque participativo. La articulación entre asociaciones productivas, jóvenes, artesanos y autoridades locales permitirá consolidar un modelo de gestión solidaria que posicione a la comunidad como un destino auténtico y sostenible dentro de la oferta turística del Azuay.

## 2.2 Propuesta del mecanismo de participación económica

El mecanismo de participación económica del circuito “Tañiloma, tradición viva” tiene como pilares la colaboración, la transparencia y el genuino compromiso de la comunidad. El objetivo es que todas las familias y actores involucrados en el recorrido disfruten de los beneficios de manera justa, en función de su aporte y esfuerzo. Este

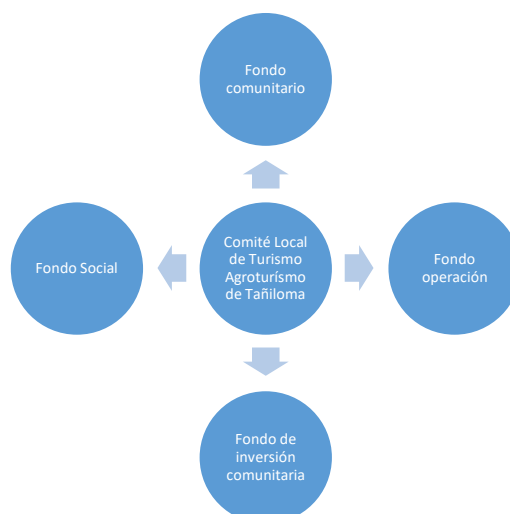
modelo responde a los principios del turismo rural comunitario, donde la verdadera protagonista es la comunidad: ella impulsa, cuida y hace posible el funcionamiento del producto turístico.

### 2.2.1 Estructura general del sistema económico

- (i) Comité Local de Turismo Agroturístico de Tañiloma: Este comité será el corazón organizativo del circuito. Se encargará de coordinar las actividades, gestionar las reservas, administrar los ingresos y asegurar que la distribución económica se realice conforme a los acuerdos establecidos por la asamblea comunitaria. Además, llevará la contabilidad básica, tramitará la facturación cuando sea necesario y presentará informes periódicos a todos los miembros. Su rol es garantizar que todo funcione de forma ordenada y que los recursos se manejen con responsabilidad y claridad.
- (ii) Fondos comunitarios: Para sostener el proyecto a largo plazo, se manejarán tres fondos:
- (iii) Fondo de operación: Cubre los gastos diarios, como adquisición de insumos, materiales, mantenimiento de senderos y logística.
- (iv) Fondo de inversión comunitaria: Destinado a mejoras del circuito, compra de equipos, señalética o capacitaciones que beneficien a todos.
- (v) Fondo social: Se orienta a apoyar actividades comunitarias, celebraciones, emergencias o iniciativas de bienestar colectivo.

**Figura4**

*Estructura general del sistema económico*



### **2.2.2 Esquema de distribución de ingresos**

Se propone que, del total de ingresos generados por cada grupo de visitantes, la distribución sea así:

- (i) 55% para pagar a las personas y familias que participan directamente en las actividades del circuito.
- (ii) 25% para cubrir los gastos de operación del tour.
- (iii) 15% para el fondo de inversión comunitaria.
- (iv) 5% para el fondo social.

Estos porcentajes son orientativos y pueden adaptarse según las necesidades y las decisiones que tome la comunidad en asamblea.

### **2.2.3 Remuneración por actividad**

Cada estación del circuito representa una oportunidad de ingreso para quienes la desarrollan. Por ejemplo:

- (i) Bienvenida: El comité de turismo recibe un pago por cada grupo de visitantes.
- (ii) Experiencia agrícola: Los agricultores reciben su remuneración según el turno que les corresponda.
- (iii) Taller gastronómico: Las mujeres cocineras reciben un pago por grupo, que cubre también el costo de los ingredientes.
- (iv) Caminata y guianza: Los guías locales reciben un pago por hora de servicio.
- (v) Actividades culturales: Artesanos y grupos culturales reciben un pago por su presentación y pueden, además, vender directamente sus productos.
- (vi) Feria comunitaria: La venta es directa y cada familia conserva el total de lo que comercializa.

El sistema de turnos rotativos asegura que todas las familias tengan la oportunidad de participar y beneficiarse, evitando que los ingresos se concentren en pocas manos.

### **2.2.4 Modalidad de rotación comunitaria**

Para promover la inclusión y la equidad, se propone organizar un calendario mensual o semanal, donde diferentes familias asuman las actividades del circuito según la demanda. Esta rotación fomenta la participación de mujeres, jóvenes, adultos mayores

y productores locales, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el compromiso con el proyecto.

### **Tarifario del circuito**

En base a los costos estimados y la duración del recorrido, se sugiere un precio referencial de entre 25 y 30 dólares por persona. Este valor incluye guianza, talleres, degustaciones, actividades culturales y el uso de materiales. Se podrá ajustar según los costos reales y la respuesta del mercado, siempre en consenso con la comunidad.

### **Beneficios del mecanismo propuesto**

- (i) Garantiza una distribución justa y transparente de los ingresos.
- (ii) Permite mejorar el circuito de manera progresiva a través del fondo de inversión.
- (iii) Asegura la participación de distintas familias gracias al sistema de rotación.
- (iv) Genera ahorros colectivos que fortalecen la organización comunitaria.
- (v) Promueve un manejo claro y responsable de los recursos mediante la gestión del comité local.

## **2.2.5 Gobernanza y control comunitario**

Para mantener la confianza y la transparencia, se recomienda que el comité presente informes trimestrales en asamblea y mantenga un libro de caja donde se registren todos los ingresos y egresos. Asimismo, se sugiere revisar cada año las tarifas, los pagos y las actividades del circuito, asegurando que la propuesta turística se mantenga actualizada, justa y sostenible para todos.

## **2.2.6 Diseño del circuito agroturístico y cultural**

**Tabla 6**

*Diseño del circuito agroturístico y cultural*

<b>Elemento</b>	<b>Descripción</b>
<b>Nombre del circuito</b>	“Tañiloma, tradición viva”
<b>Tipo</b>	Agroturístico y cultural vivencial
<b>Duración</b>	6 a 8 horas
<b>Modalidad</b>	Turismo rural comunitario
<b>Ubicación</b>	Comunidad de Tañiloma, parroquia Tarquí, cantón Cuenca, provincia del Azuay
<b>Extensión aproximada</b>	3 km (recorrido dentro de la comunidad)
<b>Público objetivo</b>	Turistas nacionales y extranjeros interesados en cultura andina, educación ambiental y experiencias rurales
<b>Operador</b>	Comité Local de Turismo Agroturístico de Tañiloma
<b>Capacidad recomendada</b>	<b>máxima</b> 15 personas por grupo



<b>Temporada sugerida</b>	Todo el año (excepto meses de lluvia intensa: marzo-abril)
<b>Accesibilidad</b>	Vía vehicular hasta el inicio del circuito, luego senderos comunitarios de fácil acceso
<b>Nivel de dificultad</b>	Bajo a medio

**Tabla 7**  
*Actores responsables*

<b>Estación</b>	<b>Nombre Actividad</b>	<b>/ Descripción</b>	<b>Actores responsables</b>	<b>Duración estimada</b>
<b>1</b>	Bienvenida comunitaria y explicación del recorrido	Recepción de visitantes en el centro comunitario; presentación de la comunidad, su historia y costumbres; bienvenida con infusión de hierbas locales.	Comité de turismo y líderes comunitarios	30 minutos
<b>2</b>	Experiencia agrícola “Sembrando tradición”	Visita a los huertos agroecológicos; participación en labores de siembra o cosecha según temporada; interpretación de técnicas tradicionales.	Agricultores y asociaciones productivas	1 hora
<b>3</b>	Taller gastronómico “Sabores del campo”	Elaboración y degustación de platos típicos: tortillas de maíz, humitas, mote casado y chicha de jora.	Mujeres cocineras y asociación Agricultura Tañiloma	1 hora 30 minutos
<b>4</b>	Caminata interpretativa hacia el mirador “Cóndor Loma”	Recorrido por senderos naturales; observación de flora, fauna y cultivos; explicación del paisaje agrícola y su significado cultural.	Guías locales y jóvenes capacitados	1 hora
<b>5</b>	Espacio cultural “Manos del territorio”	Exhibición y taller de artesanías (tejido, madera, utensilios); demostración de danzas tradicionales o música local.	Artesanos y grupo cultural de Tañiloma	1 hora
<b>6</b>	Feria comunitaria y despedida	Exposición y venta de productos agroecológicos, dulces y artesanías; entrega de certificado simbólico al visitante como “Amigo de Tañiloma”.	Todos los grupos comunitarios	40 minutos

El circuito “Tañiloma, tradición viva” combina de manera integral las dimensiones económica, cultural, social y ambiental del desarrollo local. Su diseño aprovecha la fortaleza agrícola de la comunidad y la vincula con elementos culturales tangibles e intangibles, creando un producto diferenciado dentro del turismo rural del Azuay.

La propuesta busca que cada familia participe según sus capacidades y conocimientos, garantizando la inclusión social y la distribución justa de los beneficios. Además, al integrar la gastronomía, la agricultura y la cultura viva, el circuito promueve

experiencias educativas que sensibilizan al visitante sobre la vida campesina y la importancia de la sostenibilidad.

La implementación de este tour requiere un proceso de capacitación continua, formalización de los servicios turísticos y promoción conjunta con los operadores de Cuenca. Con ello, Tañiloma puede posicionarse como un destino modelo de turismo responsable en el sur del Ecuador, donde la comunidad es la protagonista y la cultura se convierte en motor de desarrollo.

### **2.2.7 Socialización de la propuesta**

El viernes 31 de octubre de 2025 se llevó a cabo la socialización de la propuesta titulada “Tour agroturístico y cultural para la puesta en valor de productos andinos y cultura viva comunitaria en Tañiloma”. El evento tuvo lugar en la casa comunal de Tañiloma, ubicada en la parroquia Tarqui, y contó con la participación de diversos actores locales, entre ellos representantes de asociaciones productivas, agricultores, artesanos, especialistas en medicina ancestral y miembros de la comunidad.

**Figura 5**  
*Socialización*



Durante la jornada, se expuso de manera detallada el objetivo general y los componentes principales de la propuesta, subrayando la relevancia del agroturismo como herramienta para el desarrollo sostenible y la necesidad de revalorizar la cultura viva comunitaria. Asimismo, se presentó el circuito propuesto, explicando cada estación, las actividades previstas y los productos locales que formarán parte de la experiencia. Se

especificó la responsabilidad de los encargados de cada actividad y se analizaron los beneficios esperados para la comunidad en las dimensiones económica, social, cultural y ambiental.

La presentación propició un espacio de diálogo con los asistentes, quienes compartieron sus opiniones, sugerencias y observaciones respecto a la propuesta. En términos generales, la acogida fue positiva, evidenciando el interés y apoyo de los participantes hacia la implementación del tour. Los asistentes resaltaron la importancia de generar este tipo de iniciativas y de incorporar actividades turísticas en la comunidad, ya que contribuyen al fortalecimiento de la identidad local, al desarrollo comunitario y a la generación de fuentes de empleo y comercialización de productos locales.

**Figura 6**  
*Participantes de la socialización*



**Figura 7**  
*Participantes de la socialización*

<b>Nombre y apellido</b>	<b>Cargo</b>
<b>Gloria Edelmira Vélez</b>	Medicina ancestral - Tarqui
<b>Alexandra Vélez</b>	Estudiante
<b>Patricia Araujo</b>	Miembro de la comunidad
<b>Thalía Tenesaca</b>	Estudiante
<b>Margarita Vele</b>	Miembro de la comunidad
<b>Patricio Criollo</b>	Artésano
<b>Miguel Criollo</b>	Agricultor-Miembro de la comunidad
<b>Carmita Vele</b>	Emprendedora
<b>Lucia Chacha</b>	Emprendedora
<b>Milton Saquipay</b>	Estudiante
<b>Eco. Jorge Amaya</b>	Docente de la Universidad del Azuay
<b>Lcdo. Byron Alvarado</b>	Docente de la Universidad del Azuay
<b>Lcda. Magdalena Corral</b>	Docente de la Universidad del Azuay

#### **2.2.7.1 Recomendaciones y sugerencias por parte de los asistentes**

Durante el proceso de socialización, los participantes compartieron diversas recomendaciones y reflexiones que enriquecieron la propuesta y evidenciaron el compromiso de la comunidad con su desarrollo.

En primer lugar, Magdalena Corral, docente de la Universidad del Azuay, destacó la relevancia de la propuesta para la comunidad, subrayando que ponía en valor las costumbres locales y resaltaba la importancia fundamental de la participación de los actores locales en el desarrollo de este tipo de iniciativas.

A continuación, Byron Alvarado consideró que la propuesta representaba una excelente oportunidad para el desarrollo comunitario. No obstante, sugirió que podía implementarse de diferentes formas, como dividir la ruta en dos actividades principales:

un recorrido o una experiencia gastronómica. Señaló que, en ocasiones, “menos era más”, aunque reconoció el valor intrínseco del diseño presentado.

En la misma línea de aporte, Jorge Amaya opinó que la propuesta era pertinente y necesaria para la comunidad, haciendo hincapié en la importancia de seguir trabajando en su fortalecimiento. Recomendó también tomar en cuenta la infraestructura turística disponible a nivel parroquial, como alojamientos y centros turísticos, con el fin de establecer conexiones y desarrollar paquetes integrados que beneficiaran directamente a los actores locales.

Por su parte, Patricia Araujo consideró la iniciativa como una excelente oportunidad para impulsar el progreso comunitario. Además, sugirió involucrar activamente a niños y jóvenes, ya que eran el futuro del territorio. Señaló que muchos de ellos mostraban preferencia por actividades ajenas a la comunidad, lo que evidenciaba una falta de valoración de la vida en el campo.

Sumándose a esta preocupación, Gloria Vélez, experta en medicina ancestral, enfatizó la necesidad de unirse y reconocer la identidad colectiva, valorando el saber propio y la sabiduría milenaria. Propuso profundizar estos conocimientos e incluir juegos tradicionales como una forma de fortalecer el vínculo cultural.

De manera complementaria, Alexandra Vélez destacó la importancia de trabajar con los jóvenes y de difundir las actividades a través de redes sociales, ya que este era el principal canal por el cual la población se informaba y participaba en ese momento.

En un tono más reflexivo, Lucía Chacha expresó la necesidad de recuperar el disfrute de las costumbres y continuar transmitiendo este conocimiento a las nuevas generaciones, pues observaba que muchos jóvenes no valoraban plenamente la vida rural.

Asimismo, Carmita Vele señaló la falta de comercialización de los productos elaborados en el campo y abogó por la creación de una cadena de valor que fortaleciera la economía local. Resaltó que el principal recurso se encontraba en el propio territorio y consideró indispensable involucrar a niños y jóvenes en las labores agrícolas para lograr un desarrollo integral.

En este sentido, Miguel Criollo valoró positivamente la implementación de actividades dentro de la comunidad y remarcó la importancia de centrar la atención en los recursos propios, así como de rescatar costumbres y tradiciones para fortalecer la identidad local.

De igual forma, Patricio Criollo, artesano de la comunidad, subrayó el potencial de la parroquia y llamó a apoyar los emprendimientos locales. Consideró que la propuesta era una excelente iniciativa y animó a persistir en el trabajo, recordando que, aunque el camino pudiera ser desafiante, la perseverancia permitiría alcanzar las metas.

En la misma línea, Margarita Vele respaldó la propuesta al considerar que representaba una oportunidad para todos, especialmente para tiendas, emprendimientos y jóvenes, quienes podían encontrar en ella un espacio de participación y crecimiento.

Por otro lado, Thalía Tenesaca opinó que la propuesta favorecía la unión comunitaria e incentivaba a los jóvenes a participar activamente en las actividades planteadas.

Finalmente, Milton Saquipay, como estudiante, consideró la propuesta positiva y enfatizó la relevancia de aprender de las enseñanzas de los padres y mantener vivas las costumbres y tradiciones familiares.

## **CAPITULO 3**

### **3.1 Propuesta del plan piloto del tour Tañiloma, tradición viva, como estrategia de promoción**

El plan piloto del tour agroturístico y cultural surge como una etapa fundamental y práctica, pensada para poner a prueba el circuito “Tañiloma, tradición viva”. Su objetivo es validar el diseño propuesto y recoger experiencias reales que sirvan para su futura implementación y promoción. Este plan define de manera clara las acciones, procedimientos, herramientas y responsables necesarios para ensayar el recorrido en condiciones controladas, permitiendo valorar cómo funciona en la práctica tanto a nivel operativo como cultural y turístico.

La elaboración del piloto se basó en un enfoque participativo, integrando las voces de los actores comunitarios y considerando las particularidades del territorio identificadas durante el diagnóstico y socialización. Gracias a ello, es posible analizar de manera integral la experiencia del visitante, abarcando aspectos como la interpretación de la cultura local, la producción agrícola, la organización interna y la logística general.

El plan piloto se estructura en los siguientes componentes:

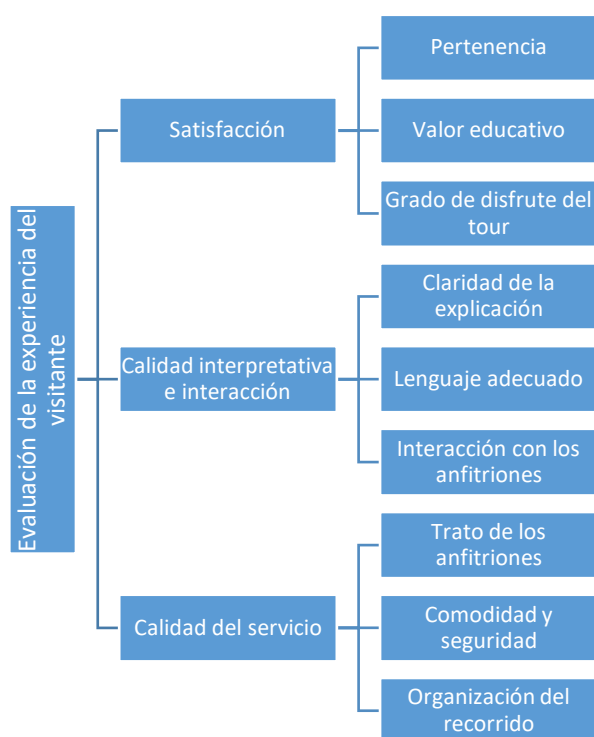
- a. Ejecución del recorrido con un grupo de prueba: Se propone realizar el circuito completo con un grupo pequeño, de entre 6 y 12 personas. Estas personas recorrerán cada estación, tanto productiva como cultural y vivencial. Además de vivir la experiencia, su participación permitirá observar y analizar aspectos como los tiempos de cada actividad, la interacción entre visitantes y anfitriones, el orden de las estaciones, la capacidad operativa y la fluidez del recorrido, tal como se menciona en el capítulo 2 en la tabla 7.
- b. Observación técnica de estaciones: En cada parada del recorrido se aplicará una guía de observación específica para evaluar diversos aspectos: la claridad y calidad de las explicaciones, la preparación y seguridad de las demostraciones, la adecuación del espacio físico, el nivel de interacción y confianza entre anfitriones y visitantes, así como las fortalezas y oportunidades de mejora. Estas

observaciones estarán a cargo de un equipo de apoyo, que documentará cuidadosamente cada detalle.

- c. Evaluación de la experiencia del visitante: Al finalizar el tour, se pedirá a los participantes que completen una ficha de evaluación. Esta herramienta recogerá su nivel de satisfacción general, la pertinencia cultural y el valor educativo de la experiencia, la comprensión de los contenidos presentados, la calidad del servicio y la hospitalidad, así como la percepción del paisaje, el ambiente y las actividades vivenciales. Además, se valorarán aspectos de tiempo, accesibilidad y logística. Toda esta información será clave para ajustar y mejorar el diseño antes de su lanzamiento oficial.

**Figura8**

*Experiencia del visitante*



- d. Retroalimentación comunitaria: Después del recorrido, se llevará a cabo una reunión participativa con los miembros de la comunidad que formaron parte del piloto. Este espacio será propicio para analizar en conjunto los resultados de las observaciones técnicas, las percepciones de los visitantes, las necesidades de ajuste y las propuestas de mejora. Aquí también se podrán debatir posibles



innovaciones o ampliaciones del circuito. Este proceso participativo garantiza que la construcción del tour sea verdaderamente colectiva y que la comunidad tenga un rol activo en la toma de decisiones.

Este plan piloto representa una herramienta fundamental para poner a prueba la propuesta en condiciones reales, identificar los ajustes necesarios antes de comercializarla, fortalecer las capacidades locales en guianza, hospitalidad e interpretación, y estructurar un modelo operativo eficiente y sostenible. Con este instrumento, la comunidad cuenta con una guía clara y participativa para ensayar, evaluar y perfeccionar el circuito antes de su apertura oficial.

### **3.2 Estrategia de articulación con operadores turísticos**

La estrategia para vincularse con operadores turísticos se plantea como un pilar clave para posicionar el circuito en los mercados local y regional. A través de ella, la comunidad de Tañiloma busca establecer conexiones con agencias, guías y otros actores del turismo capaces de comercializar el producto, ampliar su alcance y fortalecer su sostenibilidad económica.

Esta estrategia se apoya en varios lineamientos:

- a. Identificación de operadores turísticos afines: Se seleccionan operadores y agencias con trayectoria o interés en áreas como el turismo rural, comunitario, cultural y vivencial. Así, se focalizan los esfuerzos en quienes comparten la visión y los valores del proyecto.
- b. Esquema básico de comercialización: Se define un modelo inicial que establece la tarifa neta para la comunidad, las comisiones para los operadores, las condiciones de reserva y cancelación, los tiempos máximos de confirmación y los estándares mínimos de servicio. Este esquema busca garantizar transparencia en los acuerdos y facilitar la negociación.

**Tabla 8**  
*Esquema de comercialización*

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo estimado USD</b>
Alimentación ( almuerzo típico + bebida)	Insumos locales preparados por Asociación agricultura Tañiloma	80.00
Degustaciones gastronómicas	Humitas, tortillas de maíz, chicha de jora, dulces típicos	25.00
Materiales para talleres agrícolas y artesanales	Semillas, utensilios, demostraciones	15.00
Guianza y acompañamiento	Dos guías locales (medio día)	30.00
Logística y mantenimiento	Señalización, limpieza de senderos, servicios sanitarios	20.00
Fondo comunitario y reinversión social(10%)	Destinado a educación, salud o reforestación	15.00
Promoción y administración(5%)	Manejo de reservas, redes y difusión digital	10.00
<b>Costo total estimado por grupo (10 pax)</b>		<b>195.00 USD</b>

- c. Canales formales de comunicación: Para la coordinación turística, la comunidad dispondrá de canales como el correo institucional, la página web y las redes sociales oficiales, un WhatsApp empresarial para comunicación rápida y un contacto designado para los proveedores turísticos.  
<https://tañilomatour.my.canva.site/>
- d. Materiales promocionales: Se diseñarán materiales alineados con la imagen gráfica del proyecto, incluyendo una página web informativa del circuito, un folleto comunitario para operadores, un mapa del recorrido con detalles de estaciones, tiempos y actividades, piezas para redes sociales y una presentación institucional para reuniones con agencias. Estos recursos permitirán mostrar el producto de manera profesional y atractiva.

**Figura 9**  
Folleto promocional



En definitiva, esta estrategia de articulación busca posicionar el circuito “Tañiloma, tradición viva” como una oferta turística relevante, construida colectivamente y con potencial para integrarse de manera sostenible al mercado, beneficiando a la comunidad y a todos los actores involucrados.

## CONCLUSIONES

La iniciativa de un tour agroturístico y cultural en Tañiloma evidencia el gran potencial de la comunidad para impulsar la economía local. Se combinan prácticas tradicionales del cultivo, gastronomía propia, festividades y emprendimientos locales, lo que demuestra que el territorio dispone de recursos naturales y culturales aptos para crear una oferta turística sostenible.

El diagnóstico territorial fue crucial porque permitió confirmar que la comunidad reúne condiciones propicias para desarrollar un producto agroturístico responsable: su entorno natural, la proximidad a Cuenca, las vías de acceso y, sobre todo, los conocimientos y la autenticidad de sus habitantes. No obstante, existen varias áreas a mejorar, como la infraestructura básica, señalización, capacitación y coordinación institucional, aspectos que requieren atención para garantizar el éxito de futuras actividades turísticas.

La elaboración de fichas sobre atractivos, gastronomía y prácticas productivas resultó fundamental, pues se identificaron lugares visitables, costumbres ancestrales y el valioso saber de la gente, reflejo de la identidad comunitaria, todo debidamente documentado.

La participación activa de jóvenes, mujeres, agricultores y demás integrantes de la comunidad también es esencial. Los abuelos y padres son quienes salvaguardan los conocimientos y tradiciones ancestrales, prácticas agrícolas y expresiones culturales, y mediante su vida cotidiana ofrecen experiencias auténticas al visitante; por ello, transmitir estos saberes a nuevas generaciones es indispensable.

Por último, el tour agroturístico y cultural puede convertirse en motor clave del desarrollo local: fomenta el empoderamiento comunitario, refuerza el sentido de pertenencia, impulsa la venta de productos locales y genera ingresos adicionales para las familias. Sin embargo, es imprescindible trabajar de manera coordinada entre la comunidad, actores relevantes y autoridades locales.

## REFERENCIAS

### Trabajos citados

- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *ESPACIOS*, 39(07).
- Cáceres, C., & Troncoso, C. A. (2015). Turismo comunitario y nuevos atractivos en los Valles Calchaquíes Salteños: el caso de la Red de Turismo Campesino. *Revista HUELLAS*(19), 73-92. Obtenido de <https://ojs.unlpam.edu.ar/ojs/index.php/huellas/article/view/1008>
- Dillon, G. J. (2016). El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria. *Tesis (Maestría en Gerencia para el Desarrollo. Mención en Gerencia Social)*, 127. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- García, E. L., Mendoza, T. A., & Rodrigues, S. J. (2017). Turismo comunitario y desarrollo local en la ruta del Spondylus(Ecuador): Una combinacion posible para enfrentar la pobreza. *ESPACIOS*, 38(58).
- Global Sustainable Tourism Council. (s.f.). Recuperado el octubre de 2025, de <https://www.gstc.org/>
- Gomez, J., Limon, G., & Mujica, d. l. (2007). ESTRATEGIAS SOSTENIBLES EN LOS DESTINOS NATURALES.LA IMPLANTACIÓN DE LA CARTA EUROPEA DEL TURISMOSOSTENIBLE EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. *Global Sustainable tourism Council*. Obtenido de <https://estudiosuristicos.tourspain.es/index.php/ET/article/view/1020/1019>
- Kieffer, M. (2018). Turismo Rural Comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 16(2), 429-441. Obtenido de <https://www.pasosonline.org/Publicados/16218/PASOS56.pdf#page=159>
- Loor Bravo, L., Plaza Macías, N., & Medina Valdés, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065533022>
- Loor, B. L. (2019). OTRO TURISMO ES POSIBLE: LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, TURISMO COMUNITARIO EN AGUA BLANCA. *II Congreso*


*Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible  
febrero 2019.*

- Ministerio de Turismo. (2019). Estructura de productos turísticos. *Manual de estructura de productos con base a un atractivo turístico.*
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 335-357. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *El turismo rural y agroturismo como herramientas de desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Obtenido de <https://www.fao.org/sustainability/es>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *El turismo rural y agroturismo como herramientas de desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Obtenido de <https://www.fao.org/sustainability/es>
- Palomino, V. B., Gasca, Z. J., & López, P. G. (Enero-junio de 2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*(30), 06-37. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n30/1870-9036-eps-30-00006.pdf>
- Raza Carillo, D. F., & Acosta, P. J. (2023). Turismo comunitario y desarrollo local: el caso de Yunguilla en Ecuador. *SATHIRI*, 18(1), 200-218. doi: <https://doi.org/10.32645/13906925.1199>
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local.* Lima: PRODAR. Obtenido de <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2275.pdf>
- Ruiz Ballesteros, E. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social.* Abya Yala.
- Valverde Rada, J. M. (2018). Una aproximación al concepto de turismo cultural. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 3(3), 46-54.
- Zambrano Mieles, J., Zambrano Burgos, R., & Mieles Cevallos, D. (2017). Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el Cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 103-110.

## ANEXO 1

**Tabla 9**

*Ficha 1*

Nombre	Zoológico Yurak Allpa
Categoría	Cultural
Tipo	Realizaciones técnicas y científicas
Subtipo	Centro de rescate de fauna silvestre
Jerarquía	3
Descripción:	 <p>El zoológico se encuentra ubicado en la comunidad de Tañiloma a 2km de la parroquia Tarqui y 20 minutos de la ciudad de Cuenca, su nombre Yurak Allpa significa tierra blanca, su dueño Alberto Vele Aguilar luego de pasar algunos años en los Estados Unidos retornó a su país natal y mostró interés en dar refugio y cuidado a animales, fue ahí cuando creó el refugio de animales y actualmente alberga cerca de 200 animales de diferentes especies, está abierto al público todos los días y sobre todo los fines de semana y feriados.</p>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 10**  
*Ficha 2*


Nombre	El Taita Carnaval
Categoría	Cultural
Tipo	Bienes inmateriales
Subtipo	Tradiciones y expresiones orales
Jerarquía	2
Descripción:	<div></div> <p>El taita carnaval es el personaje principal que representa la llegada de esta época, su vestimenta es el zamarro, camisa, poncho de lana y un sombrero grande, carga un pingullo y principalmente lleva la cruz del carnaval que está adornada con flores y frutas, esta celebración reúne lo mítico, lo social y lo simbólico, este personaje visita los hogares de los comuneros para que le brinden algo de comida y bebida, a cambio él deja bendiciendo para que haya prosperidad en sus hogares y buena cosecha en el año, hace su recorrido acompañado de la gente que va vestida con trajes propios del carnaval y acompaña con cánticos propios de esta época.</p> <p>Mediante esta celebración se fomenta el rescate de nuestra tradición.</p>

Fuente: elaboración propia




**Tabla 11**

**Ficha 3**

Nombre	La parva
Categoría	Cultural
Tipo	Bienes inmateriales
Subtipo	Prácticas y conocimiento ancestral
Jerarquía	2
Descripción:	<div><div></div><div>La parva es una práctica ancestral en la Sierra en tiempos de cosecha, se realiza con la calcha (tallos y hojas) después del deshojado del maíz, esta actividad se realiza en minga con familia y vecinos, se comienza armando desde la base que puede ser con piedras, palos o sambos, sobre eso se va colocando la calcha poco a poco de manera que se vaya formando como una choza, es una manera de conservar la calcha en buen estado y esto sirve como alimento para las vacas, sobretodo en épocas de verano.</div></div>


Fuente: elaboración propia

**Tabla 12**  
*Ficha 4*

Nombre	El juego de las mishas
Categoría	Cultural
Tipo	
Subtipo	
Jerarquía	2
Descripción:	<div></div> <p>Es un juego tradicional que se realiza en tiempos de cosecha del maíz, las familias y vecinos se reúnen para deshojar( sacar la mazorca de las hojas), durante este proceso se practica el juego las mishas que consiste en encontrar un grano de color morado o azul oscuro en la mazorca o pueden ser más siempre y cuando estén pegados el uno al otro a su vez y cada quien va guardando lo que encuentra y al final se cuenta para saber quién es el ganador, por lo general lo juegan entre parejas y hacen apuestas como cuyes , pollos y hasta dinero.</p>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 13**  
*Ficha 5*

Nombre	El pase del niño
Categoría	Cultural
Tipo	Bienes inmateriales
Subtipo	Fiesta religiosa
Jerarquía	3
	
Descripción:	<p>En el mes de diciembre se celebra una fiesta religiosa que trasciende de generación en generación como es el pase del niño, es una de las festividades más grandes del año, que reúne devotos de diferentes comunidades, cada año hay cuatro priostes, dos de la comunidad de Tañiloma y dos de la comunidad de Morascalle, las actividades comienzan desde el 21 de diciembre que son las entradas en la casa de cada prioste, el 22 de diciembre sale el divino niño desde la iglesia parroquial con destino hacia la casa de los priostes acompañado de floreras, maceteras, saumeras, niños revestidos y devotos que acompañan entonando los tradicionales villancicos, a mitad de camino hay un nacimiento que se ha realizado con anticipación, este sirve como descanso, mientras los priostes, niños revestidos, bailan con al son del acordeón o banda de pueblo, entregan fundas de caramelos y refrigerio para todos los presentes.</p>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 14**  
*Ficha 6*

Nombre	La botija y seguida del toro
Categoría	Cultural
Tipo	Bienes inmateriales
Subtipo	Tradiciones y expresiones orales
Jerarquía	2
Descripción:	<div data-bbox="1263 419 1550 807" data-label="Image"> </div> <p>La Botija refleja nuestra identidad comunitaria, es la vasija de barro en la cual se llena de chicha de jora y se lleva donde los priostes en las fiestas de la navidad u otra fiesta religiosa, esta va acompañado con una paila llena de papas y cuyes, además llevan canastas de mote, porotos, y otros agrados. si en la casa del prioste hay botija, siempre se realiza la seguida del toro en el último día de fiesta, de esta actividad se encarga la persona que llevó la botija, una persona se hace de toro colocándose los cachos, y recorre los prados y lomas realizando bromas, acompañado de un grupo de personas revestidos de patrón, cuentayos, etc. lo persiguen hasta atraparlo, lo traen y lo entregan al dueño de la fiesta para sacrificarlo y es ahí donde se abre la botija y comparten con todos la chicha que representa la sangre del toro.</p>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 15**  
*Ficha 7*

Nombre	El cerro Frances Urco
Categoría	Atractivo natural
Tipo	Montaña
Subtipo	Baja montaña
Jerarquía	3
Descripción:	<div data-bbox="1220 419 1572 890" data-label="Image"> </div> <p>Francés Urco (antes llamado Puguín) atesora una gran riqueza histórica y cultural, su nombre se debe a la Misión Geodésica Francesa que en el siglo XVIII realizó las mediciones para determinar la forma de la tierra, está ubicado en la entrada a la parroquia Tarqui a unos 500 metros hacia la derecha, ingresando por un camino de tercer orden y desde ahí empieza la caminata ascendente por unos graderíos que tienen 640 escalones hacia la cúspide del Francés Urco que se encuentra a un nivel altitudinal de aproximadamente 2800 m.s.n.m, en su entorno se puede observar plantas y flores nativas, árboles de pinos, etc. Desde allí se puede apreciar los hermosos valles de la parroquia y sus alrededores, además es un lugar ideal para realizar fotografías por la belleza de sus paisajes. El cerro Puguín era considerado un lugar sagrado para los Cañaris.</p>

Fuente: elaboración propi

**Tabla 16**  
*Ficha 8*

Nombre	Iglesia de la parroquia Tarqui
Categoría	Cultural
Tipo	Arquitectura
Subtipo	Histórica/vernácula
Jerarquía	2
Descripción:	 <p>Según Eduardo Vele, habitante de la parroquia Tarqui, narra que en el pasado en el lugar había únicamente una capilla pequeña de barro, con el tiempo se inició la construcción de la actual iglesia, un proceso que tomo entre 36 y 40 años y que se llevó a cabo mediante mingas comunitarias. En el interior del templo se aprecian murales, decoraciones y acabados realizados por los pobladores. También se conservan elementos históricos como una pileta con fecha 1916, la piedra de ara, la primera campana, lámparas antiguas e imágenes religiosas, todas estas consideradas partes del patrimonio de el Carmen de Tarqui. La parroquia rinde homenaje a la Virgen del Carmen, la imagen mide aproximadamente 1, 60 metros y permanece dentro de la iglesia, las festividades en honor a ella son todo el mes de julio y a veces se extiende hasta la primera semana de agosto. Ortega, (2016)</p>


Fuente: elaboración propia

## Anexo 2

### Fichas de la gastronomía

**Tabla 17**

*Ficha 9*

Nombre del plato/producto gastronómico:	Cuy asado con papas y mote	
Ingredientes principales:	Cuy, papas, mote	
Ingredientes secundarios:	ajo, sal, aceite, manteca de color o de chancho.	
Forma de preparación	Se mata y se pela al cuy, seguidamente le lavamos bien, le adobamos con ajos y sal, le dejamos un par de horas hasta que se pase el aliño, le colocamos en un palo y le asamos, aparte cocinamos las papas, el mote, preparamos ají para acompañar este plato tradicional.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Brasa de carbón, palo de asar el cuy, soplador, olla de barro	
Origen o historia del plato/producto:	Es un plato típico ancestral	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Festivo	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Este plato típico se consume en la siembra, la cosecha, en una minga, en la pampamesa y en diferentes festividades religiosas y culturales.	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	

---

<p>Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)</p>	<p>Las personas encargadas de preparar por lo general son las mujeres de 20 años en adelante, son abuelas madres o hijas que tienen conocimiento, los hombres colaboran asando los cuyes.</p>
---	---

---

Fuente: elaboración propia



**Tabla 18**  
*Ficha 10*

Nombre del plato/producto gastronómico:	Mote casado
Ingredientes principales:	mote pelado, porotos, sal
Ingredientes secundarios:	ajo, aceite, achiote, cebolla, comino
Forma de preparación	Se hace un refrito con los ingredientes secundarios, agregamos agua, el mote y los porotos y dejamos que se cocine bien. También se puede cocinar con carne de borrego o chanco.
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña, soplador, olla de barro, cuchara de palo.
Origen o historia del plato/producto:	No existe información del origen, pero es un plato tradicional ecuatoriano principalmente de las parroquias rurales del Cantón Cuenca ya que se aprovecha los granos que brinda la tierra.
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Festivo
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Este plato se consume en las épocas de siembra, cosecha, mingas, fiestas.
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Esta receta se ha transmitido oralmente a través de nuestros abuelos y padres.



<p>Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)</p>	<p>La preparación está a cargo de las mujeres, en el hogar preparan las madres y en el caso de una fiesta se encargan las cocineras que están a cargo de la alimentación.</p>
---	---


Fuente: elaboración propia

**Tabla 19**  
*Ficha 11*

Nombre del plato/producto gastronómico:	Mote pata	
Ingredientes principales:	Mote pelado, cuero de chanco, achiote	
Ingredientes secundarios:	ajos, sal, comino, aceite	
Forma de preparación	Primero se cocina el cuero con los ingredientes secundarios, cuando ya esté suave se retira del fuego, se hace un refrito en otra olla y se agrega la misma agua que se cocinó el cuero y le agregamos el mote y el cuero cortado en pedacitos.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña, parrilla, soplador, olla de barro, cuchara de palo.	
Origen o historia del plato/producto:		
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Festivo	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Fiestas / cosechas	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Las mujeres, madres, abuelas	


Fuente: elaboración propia

**Tabla 20**  
**Ficha 12**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Chicha de jora	
Ingredientes principales:	La jora, panela, especias de dulce, canela, anís estrella, pimienta de dulce, clavo de olor, ishpingo,	
Ingredientes secundarios:		
Forma de preparación	Hacer hervir agua con la jora 45 min a 1 hora/ aparte hervir especias de dulce con la panela 20 min. dejar que se enfríe la chicha aparte y el dulce aparte y al siguiente día mezclar.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	olla de barro o aluminio, fogón de leña o cocina industrial, cuchara grande, , sopladores, cedazo	
Origen o historia del plato/producto:	es una bebida de nuestros antepasados	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	festivo	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	fiestas, cosechas	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Las mujeres, madres de familia	


Fuente: elaboración propia

**Tabla 21**  
**Ficha 13**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Ají de pepa de sambo	
Ingredientes principales:	pepa de sambo, ají	
Ingredientes secundarios:	sal, ajo, aceite	
Forma de preparación	Tostar la pepa de sambo, luego moler en la piedra y de igual manera molemos el ají, seguidamente le juntamos y ponemos en una olla o paila y los hacemos hervir unos 30 minutos, agregamos ajos y sal.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Cuchara de madera, olla de barro, paila, fogón de leña, piedra de moler	
Origen o historia del plato/producto:		
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	cotidiano/festivo	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	se consume en cosechas, vida diaria	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Las mujeres, abuelas, madres, hijas	


Fuente: elaboración propia

**Tabla 22**  
**Ficha 14**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Colada de zapallo	
Ingredientes principales:	zapallo, panela, leche, azúcar	
Ingredientes secundarios:	Especias de dulce (canela, pimienta dulce)	
Forma de preparación	picar el zapallo con cáscara o pelado, se pone a cocinar con agua, canela, pimienta dulce por 30 minutos, agregamos la panela y apagamos, aparte hervir la leche y agregar a la colada cuando ya esté apagada, de esta manera no se corta.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña, olla de barro, cuchara de madera.	
Origen o historia del plato/producto:	La colada de zapallo, se remonta ya de tiempos prehispánicos, enfocado principalmente en Ecuador, sobre todo en la provincia del Azuay, que a través del tiempo se ha mantenido aunque las técnicas han ido cambiando.	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Cotidiano	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Cosechas, vida diaria, en viernes santo	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Mujeres, abuelas, madres.	


Fuente: elaboración propia

**Tabla 23**  
**Ficha 15**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Timbulo	
Ingredientes principales:	Pucones de la mazorca, harina de maíz, panela, mantequilla, queso (shungo)	
Ingredientes secundarios:		
Forma de preparación	Primero se seca el maíz, luego se manda a moler y tenemos la harina de maíz. preparar el agua de panela con canela, pimienta dulce, preparamos la harina de maíz y vamos agregando poco a poco el agua de panela, agregamos mantequilla, Fogón de leña, olla de barro	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)		
Origen o historia del plato/producto:		
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Festivo	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	fiesta, cosecha	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	las mujeres, sobre todo las abuelas y madres.	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 24**  
**Ficha 16**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Humitas (Chumales)	
Ingredientes principales:	maíz tierno( choclo), quesillo, sal, manteca o mantequilla, huevos, cebolla	
Ingredientes secundarios:	azúcar, anís	
Forma de preparación	deshojar el choclo, desgranar, moler el choclo con la cebolla picada, cuando ya está lista la masa le agregamos todos los ingredientes , mezclamos y vamos colocando 1 cucharada en cada hoja y también le ponemos en quesillo que es el shungo y le cocinamos a vapor por unos 45 minutos.	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña o cocina, olla de barro u olla tamalera	
Origen o historia del plato/producto:	es un alimento ancestral de las culturas andinas.	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)		
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	se realiza en épocas de cosecha del maíz tierno(choclo)	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	La familia en general	

Fuente: elaboración propia



**Tabla 25**  
*Ficha 17*

Nombre del plato/producto gastronómico:	Mote pillo	
Ingredientes principales:	mote, huevos, cebolla blanca, sal	
Ingredientes secundarios:	comino, ajo, achiote, queso	
Forma de preparación	Se hace un refrito con la cebolla, aceite, achiote, sal, se agrega el mote y posteriormente los huevos y se mezcla bien si dejar que seque mucho. Adicionalmente se puede agregar queso y leche	
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña o cocina, Paila o sartén, cuchara de madera para mezclar.	
Origen o historia del plato/producto:	Es un plato tradicional de la sierra ecuatoriana	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Cotidiano	
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Vida diaria	
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar	
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Por lo general las mujeres del hogar.	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 26**  
**Ficha 18**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Tortillas de maíz
Ingredientes principales:	Harina de maíz, manteca de chanco o mantequilla, agua , sal
Ingredientes secundarios:	Queso o quesillo, huevos
Forma de preparación	Colocar la harina en un recipiente, agregar manteca o mantequilla derretida, mezclar todo hasta obtener una masa, seguidamente formamos las tortillas le agregamos queso y las asamos en tiesto hasta que cojan color de los dos lados.
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña, tiesto
Origen o historia del plato/producto:	
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Festivo y cotidiano
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	Por lo general se consume en el carnaval.
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar
Quién prepara normalmente este plato: (género, edad, rol dentro de la familia/comunidad)	Abuelos/as y las madres de familia



Fuente: elaboración propia

**Tabla 27**  
**Ficha 19**

Nombre del plato/producto gastronómico:	Dulce de sambo
Ingredientes principales:	Sambo, panela, especias de dulce
Ingredientes secundarios:	Cascara de naranja
Forma de preparación	Quitar le cascar del sambo y las pepas, se hace pedazos pequeños toda la pulpa, se cocina en olla de barro con agua y las especias de dulce y cuando este suave poner panela y que siga cocinando hasta que llega a un punto de espesor, le agregamos la ralladura de naranja y posteriormente le retiramos del fuego.
Herramientas y técnicas utilizadas: (olla de barro, piedra de moler, fogón de leña, etc.)	Fogón de leña, olla de barro, cuchara de madera
Origen o historia del plato/producto:	Es un tradición andina, ya que el sambo es un alimento ancestral en la vida de los ecuatorianos
Significado cultural: (ritual, festivo, cotidiano, medicinal, simbólico)	Alimento ancestral
Época de consumo más frecuente: (fiestas, cosechas, rituales, vida diaria)	En el carnaval
Transmisión de la receta: (oral, familiar, comunal, escrita)	Familiar



---

Quién  
prepara normalmente este  
plato: (género, edad, rol  
dentro de la  
familia/comunidad) Las mujeres , abuelas, madres e hijas

---


Fuente: elaboración propia

## Anexo 3

### PRÁCTICAS PRODUCTIVAS

**Tabla 28**

*Ficha 20*

Nombre de la práctica/producto	Siembra del maíz	
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola	
Descripción breve de la práctica	la siembra de maíz se hace en minga con la familia y vecinos	
Herramientas y técnicas usadas	yunta( arado y yugo), manualmente con pico/azadón y actualmente ya se está usando el tractor	
Época del año en que se realiza	Octubre (en partes altas) Noviembre (terrenos planos)	
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	Que la tierra ya esté lista, la yunta para arar, las semillas previamente seleccionadas, el abono.	
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	En esta actividad participan las familias, vecinos, hombres y mujeres de todas las edades.	
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, familiar y turismo)	Lo que la tierra produce sirve para el autoconsumo y se seleccionan los granos que quedan para semilla para la próxima siembra.	
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio	
Observaciones		

Fuente: elaboración propia

**Tabla 29**  
**Ficha 21**

Nombre de la práctica/producto	Siembra de porotos
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola
Descripción breve de la práctica	El poroto se siembra conjuntamente con el maíz. Actualmente se esparce el poroto por todo el terreno y cuando se va arando ya se va tapando.
Herramientas y técnicas usadas	Arado, yunta, pico.
Época del año en que se realiza	En el mes de noviembre, se siembra igual con el maíz.
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	Suelo preparado, abono semillas, la yunta para arar o se puede realizar manualmente con pico.
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	Se hace minga entre familia y vecinos
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	Lo que la tierra produce sirve para el autoconsumo familiar y se seleccionan los granos que quedan para semilla para la próxima siembra.
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio
Observaciones	



Fuente: elaboración propia

**Tabla 30**  
*Ficha 22*

Nombre de la práctica/producto	Siembra de habas
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola
Descripción breve de la práctica	Es un cultivo tradicional, se siembra igual con el maíz y el poroto, la técnica es una fila de maíz y poroto y la otra de habas, se coloca dos semillas cada paso.
Herramientas y técnicas usadas	arado, pico o azadón o tractor
Época del año en que se realiza	Octubre (en partes altas) Noviembre ( terrenos planos)
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	que la tierra ya esté lista, la yunta para arar, las semillas previamente seleccionadas, el abono
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	En esta actividad participan las familias y vecinos.
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	Lo que la tierra produce sirve para el autoconsumo familiar y se seleccionan los granos que quedan para semilla para la próxima siembra.
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio
Observaciones	



Fuente: elaboración propia

**Tabla 31**  
*Ficha 23*

Nombre de la práctica/producto	Siembra de la arveja
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola
Descripción breve de la práctica	Es uno de los cultivos más antiguos, las arvejas pertenecen al grupo de las leguminosas y tienen alto valor alimenticio. por tal motivo aún se

	mantiene la siembra de esta planta que sirve de alimento para las familias	
Herramientas y técnicas usadas	Arado, manualmente con pico, se prepara la tierra, se esparce el abono de pollo, se riega la semilla en todo el terreno, y de ahí se va arando con la yunta y se va tapando	
Época del año en que se realiza	mayo- junio	
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	que la tierra ya esté lista, la yunta para arar, las semillas previamente seleccionadas, el abono, agua lluvia	
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	En esta actividad participan las familias, padres, hijos, nietos de todas las edades.	
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	Lo que la tierra produce sirve para el autoconsumo familiar	
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio	
Observaciones		



Fuente: elaboración propia

**Tabla 32**  
*Ficha 24*

Nombre de la práctica/producto	Trigo(pan) y cebada(machica, arroz de cebada)	
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola	
Descripción breve de la práctica		
Herramientas y técnicas usadas	pico, azadón, e	
Época del año en que se realiza	Mayo	





Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	Que el suelo ya esté listo, la yunta para arar o manualmente, las semillas, el abono
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	Participan las familias, padres, hijos, nietos de todas las edades.
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	Lo que la tierra produce sirve para el autoconsumo familiar y se seleccionan los granos que quedan para semilla para la próxima siembra.
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio
Observaciones	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 33**  
*Ficha 25*

Nombre de la práctica/producto	Siembra de papas
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Agrícola
Descripción breve de la práctica	Se prepara el suelo, se hace los huecos se pone el abono y la semilla de papa, se va tapando.
Herramientas y técnicas usadas	Pico o azadón, hacemos huecos , poner el abono de cuy y sembrar la papa que ya está reposada y tapar
Época del año en que se realiza	Mayo
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	Semilla, suelo adecuado, abono, agua.
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	En esta actividad participan las familias, padres, hijos, nietos de todas las edades.
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	autoconsumo familiar y algunas familias venden dependiendo si ha habido una buena cosecha.



Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo) Medio

Observaciones

Fuente: elaboración propia

**Tabla 34**  
*Ficha 26*

Nombre de la práctica/producto Cría de gallinas

Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra) Agrícola

Descripción breve de la práctica Se debe tener un gallinero donde las gallinas ponen los huevos y descansan por la noches durante el día pasan libres en el campo comiendo hierba y se le alimenta con maíz y trigo

Herramientas y técnicas usadas

Época del año en que se realiza Todo el año

Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.) Gallinero, alimentación, espacio suficiente de pasto, tierra donde puedan

Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades) En esta actividad participan las familias

Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo) Para el autoconsumo y para venta tanto de las aves como de los huevos.

Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo) Medio



Observaciones

Fuente: elaboración propia

**Tabla 35**  
*Ficha 27*

Nombre de la práctica/producto	Crianza de cuyes
Tipo de actividad (agrícola, pecuaria, artesanal, otra)	Pecuaria
Descripción breve de la práctica	<p>La crianza y producción de cuyes es una actividad importante en los pueblos andinos del Ecuador.</p> <p>Se cría en los cuyeros que están divididos en cajones, los pequeños permanecen con sus madres y luego de unas semanas se separa machos y hembras,</p>
Herramientas y técnicas usadas	
Época del año en que se realiza	todo el año
Recursos principales (agua, semillas, animales, etc.)	Hierba, harina, alfalfa
Quiénes participan (familia, comunidad, género, edades)	participa la familia
Destino de la producción (autoconsumo, venta local, turismo)	autoconsumo y venta local
Potencial turístico (Alto / Medio / Bajo)	Medio
Observaciones	



Fuente: elaboración propia

## ANEXO 4

