Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y administrativa

Carrera de Turismo

Cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja.

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

AUTOR:

Edison José Veintimilla Quezada.

DIRECTORA:

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg.Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 26 de enero del 2023

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **"Cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja"**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Turismo**, de la autoría del estudiante **Edison José Veintimilla Quezada**, con **cédula de identidad** Nro. **1105328643**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Edison José Veintimilla Quezada**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1105328643

Fecha: 01 de marzo del 2023

Correo electrónico: edison.veintimilla@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0967304948

Carta de autorización por parte del autor, para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo del Trabajo de Integración Curricular.

Yo **Edison José Veintimilla Quezada** declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado **"Cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja"** como requisito para optar el título de **Licenciado en Turismo** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al primer día del mes de marzo del dos mil veintitrés.

Firma:

Autor: Edison José Veintimilla Quezada

Cédula: 1105328643

Dirección: Loja, avenida Chuquibamba y Garcilozo de la Vega

Correo electrónico: edison.veintimilla@unl.edu.ec

Celular: 0967304948

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a Dios quien me ha dado una familia maravillosa.

De la misma manera a mis padres Libio Veintimilla y Carmen Quezada quienes han estado conmigo apoyándome en todos mis logros y quienes me han forjado de buenos valores y principios para ser una gran persona.

A mis abuelos quienes me han forjado con su sabiduría y me enseñaron a ir por el buen camino y ser una persona de bien en la vida.

Además, a mis hermanos y mi familia que se encuentra en el exterior quienes han estado apoyándome en cada etapa de mi vida y me han impulsado a seguir adelante y culminar mi carrera universitaria.

Edison José Veintimilla Quezada

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, a la Universidad Nacional de Loja y la carrera de Turismo, que ayudaron en mi proceso de formación a lo largo de mi vida universitaria.

A su vez a mi directora del Trabajo de Integración Curricular la Ing. Yesenia Briceño por brindarme su apoyo y conocimiento, ya que supo guiarme en todo el proceso de desarrollo de mi trabajo de investigación.

De la misma manera agradezco a las personas que me ayudaron con su conocimiento como son la Lic. Zoila Loyola, Dr. Gabriel Gómez, representantes instituciones por parte del INPC y MINTUR que me ayudaron con información valiosa para el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Edison José Veintimilla Quezada

Índice de contenidos

Portada i

Certificación ii

Autoría iii

Carta de autorización iv

Dedicatoria v

Agradecimiento vi

Índice de contenidos vii

Índice de tablas ix

Índice de figuras x

Índice de anexos x

1. Título 1

2. Resumen 2

3. Introducción 4

4. Marco Teórico 6

4.1 Marco Conceptual 6

4.1.1. Turismo 6

4.1.2. Turismo cultural 6

4.1.3 Los cuentos, mitos y leyendas como un recurso complementario de atracción turística 8

4.1.4 Variables de incidencia del patrimonio cultural en el desarrollo del turismo de la ciudad de Loja 9

4.1.5 Estrategias de promoción y difusión 10

4.2 Marco Referencial 11

4.2.1 Estudio de caso 1: Las tradiciones orales en el desarrollo turístico de un pueblo milenario 11

4.2.2 Estudio de caso 3: Expresiones orales, una herramienta para desarrollar el turismo cultural en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena 12

4.2.3 Estudio de caso: La tradición oral en el cantón santa Ana y su aporte al desarrollo turístico 12

4.3 Marco Legal 13

5. Metodología 14

5.1 Área de estudio 14

5.2 Metodología de la investigación 16

5.2.1 Metodologías por objetivos 16

6. Resultados 19

6.1 Principales cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja 19

6.2 Productos turísticos a partir de los mitos, cuentos y leyendas identificados. 34

6.2.1 Empatizar 34

6.2.2 Definir 36

6.2.3 Idear 36

6.2.4 Prototipar 37

6.2.5 Evaluar 38

6.3 Estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados. 47

7. Discusión 52

8. Conclusiones 54

9. Recomendaciones 55

10. Bibliografía 56

11. Anexos 59

Índice de tablas

Tabla 1. Resumen de las tradiciones orales de la ciudad de Loja. 19
Tabla 2. Leyenda El camino de los Ahorcados. 20
Tabla 3. Apuesta con el diablo. 21
Tabla 4. Cuento Devuélveme Mis Tripas. 22
Tabla 5. Una cita en el cementerio. 23
Tabla 6. Leyenda El Cristo de los Milagros. 24
Tabla 7. Leyenda La Luterana. 25
Tabla 8. Leyenda Las brujas de Zamora Huayco. 26
Tabla 9. Leyenda El Cura sin cabeza. 27
Tabla 10. Leyenda El Carro del Diablo. 28
Tabla 11. Leyenda El Caballero de las Espuelas de Oro. 29
Tabla 12. Leyenda La Mula de Satanás. 30
Tabla 13. Leyenda El Muerto del Confesionario. 31
Tabla 14. Leyenda El Fantasma de la Esquina de las Monjas. 32
Tabla 15. Cuadro comparativo de entrevista. 33
Tabla 16. Problemas identificados en el territorio. 35
Tabla 17. Productos y estrategias turísticas. 37
Tabla 18. Apuntes de testeo. 38
Tabla 19. Gastos de operación Tour cuentos, mitos y leyendas lojanas. 43
Tabla 20. Gastos de operación City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja. 44
Tabla 21. Estrategias de posicionamiento de la ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales. 47
Tabla 22. Estrategias de posicionamiento del tour cuentos, mitos y leyendas lojanas. 48
Tabla 23. Estrategias de posicionamiento del City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja. 49
Tabla 24. Estrategias de posicionamiento para la creación de productos teatrales. 50
Tabla 25. Estrategias de posicionamiento del plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas. 51

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de ubicación de la ciudad de Loja. 15
Figura 2. Fases de la metodología Design Thinking. 17
Figura 3. Túnel de los Ahorcados. 20
Figura 4. Calle Bolívar. 21
Figura 5. Cementerio General de Loja 22
Figura 6. Parque de los recuerdos. 23
Figura 7. Monasterio de las Madres Conceptas. 24
Figura 8. Vista panorámica de la ciudad de Loja. 25
Figura 9. Casa comunal del barrio Zamora Huayco. 26
Figura 10. Iglesia de Santo Domingo. 27
Figura 11. Plaza San Sebastián. 28
Figura 12. Calle Lourdes. 29
Figura 13. Iglesia de San Francisco. 30
Figura 14. Iglesia de San Sebastián. 31
Figura 15. Calle Bernardo Valdivieso. 32
Figura 16. Diseño ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales. ... 40
Figura 17. Itinerario de la ruta turística cultural. 41
Figura 18. Portada texto ilustrativo interactivo digital. 46

Índice de anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director de Trabajo de Integración Curricular 59
Anexo 2. Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular 60
Anexo 3. Certificado de la traducción del resumen-abstract. 61
Anexo 4. Ficha de inventario de INPC. 63
Anexo 5. Cuestionario de entrevista. 66
Anexo 6. Metodologia Desing Thinking (Tecnica Mapa del presente). 67
Anexo 7. Metodologia Desing Thinking (Técnica diagrama de prioridades). 68
Anexo 8. Metodologia Desing Thinking (Técnica lluvia de ideas). 69
Anexo 9. Modología Desing Thinking (Técnica interacción constructiva). 70
Anexo 10. Modología Desing Thinking (Técnica Apuntes de testeo). 71
Anexo 11. Levantamiento de información. 72

1. Título

Cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja

2. Resumen

La ciudad de Loja es conocida como la cuna del arte, la literatura y grandes cantautores o compositores que forman de la cultura popular de nuestro país. Así, estas narraciones se encuentran visibles en los mitos, cuentos y leyendas que son estudiados en esta investigación. Así, resaltan 13 cuentos mitos y leyendas que son populares entre la población lojana, ello construye la identidad cultural expresada en varios productos turísticos y estrategias que son el resultado del uso de la metodología design thinking. La presente investigación tiene como objetivo general: identificar los cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja; de la misma manera se estableció tres objetivos específicos: 1) Identificar los principales cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja, 2) Generar productos turísticos a partir de los mitos, cuentos y leyendas identificados, 3) Elaborar estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados. La metodología utilizada fue la siguiente, para el primer objetivo se realizó una revisión bibliográfica de los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad, fichas de registro del INPC y entrevistas para conocer la situación actual de las tradiciones orales de Loja; para el segundo objetivo se utilizó la metodología Design Thinking bajo un focus group, el cual ayudó a determinar posibles soluciones a los problemas identificados, lo que permitió elaborar las propuestas y el diseño de los productos turísticos, para el tercer objetivo se realizaron estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados, tomando en cuenta actores tanto público como privados, que brinden mayor apoyo a las tradiciones orales de la ciudad. Así mismo, con los resultados obtenidos en el primer objetivo se procedió al diseño de la propuesta de los productos turísticos y estrategias que son visibles dentro del patrimonio cultural. Además, se participó con los actores turísticos y culturales, donde se construyó el bosquejo de varios productos turísticos finales, mismos que se seleccionaron de acuerdo a la información recopilada durante la primera etapa de la investigación. En el tercer objetivo se realizó la difusión de los productos turísticos diseñados mismos que generan un mayor alcance entre los turistas que desean participar de este tipo de actividad turístico cultural.

Palabras clave: Turismo cultural, patrimonio intangible, tradiciones orales, productos turísticos, desing thinking, Loja.

2.1 Abstract

The city of Loja is known as the cradle of art, literature, and great songwriters or composers that are part of the popular culture of our country. Accordingly, these narratives are visible in the myths, tales, and legends we studied in this research. Therefore, we highlighted 13 myths and legends popular among the Lojanos population, which build the cultural identity expressed in various tourism products and strategies brought about by implementing the design thinking methodology. The general objective of this research paperwork is; to identify the tales, myths, and legends as part of the oral tradition and their relevance for tourism in the City of Loja. In the same way, we established three specific objectives: 1. Identify the most foundational tales, myths, and legends of the city of Loja, and 2. Generate tourist products from the identified myths, tales, and legends, 3. Develop strategies for positioning the designed tourism products. The methodology used was as follows: for the first objective, we conducted a bibliographic review of the tales, myths, and legends of the city, INPC registry cards, and interviews to learn about the current situation of Loja's oral traditions; For the second objective, we used the Design Thinking methodology under a focus group, which helped to determine possible solutions to the problems identified, which allowed the development of proposals and the design of tourism products. For the third objective, we developed strategies for positioning the designed tourism products, taking into account both public and private actors, which provide additional support to the oral traditions of the city. Likewise, with the results obtained in the first objective, we proceeded to elaborate on the proposal of touristic products and strategies as they become visible within the cultural heritage. In addition, we participated with the touristic and cultural actors, where we constructed the outline of several final tourism products, which we selected according to the information gathered during the first stage of the research. The third objective was the promotion of the designed touristic products, which generate a greater reach among tourists who wish to participate in this type of cultural tourism activity.

Keywords: Cultural tourism, intangible heritage, oral traditions, tourism products, design thinking, Loja

3. Introducción

El turismo cultural tiene como finalidad conocer las costumbres y tradiciones inmersos en las expresiones orales previstas en los cuentos, mitos y leyendas que son populares en la ciudad de Loja. De esta manera dar a conocer al turista los distintos productos y estrategias turísticas que tienen relación con los diversos procesos socioculturales descritos en su patrimonio cultural, parte de estas narraciones se conocen a través de infografía, mapa de ruta turística cultural que son visibles atreves de material didáctico. (Equipo Editorial, 2021, p. 12).

La ciudad de Loja, es considerada la capital cultural y musical del Ecuador, debido a su patrimonio tanto material como inmaterial que posee, el cual atrae a turistas tanto nacionales como internacionales que la visitan, si bien es cierto que la ciudad es conocida por la gran cantidad de artistas, y por ser el lugar de nacimiento de muchos personajes ilustres de la sociedad ecuatoriana, cuenta con un sin número de cuentos, mitos y leyendas que forman parte de las costumbres e identidad de la ciudad, las cuales han sido transmitidas de generación en generación y que nacen de experiencias y anécdotas de célebres personajes de aquel tiempo y que la hacen un lugar propicio para ser visitado. (Properati, 2019, p. 1).

En la ciudad se desarrollan actividades culturales por parte del GAD cantonal; sin embargo, en el aspecto de tradiciones orales no se toman en consideración los cuentos, mitos y leyendas más representativas de la ciudad, como una alternativa a ofertar en cuanto al turismo cultural. Otro factor importante es el bajo número de eventos culturales atrayentes, mismos que capten el interés de los jóvenes en ser partícipes de este tipo de tradiciones orales, sin tomar en cuenta la incidencia que brindan los cuentos, mitos y leyendas; y la importancia ya que contribuyen al desarrollo cultural de Loja; y al crecimiento turístico y económico del sector. En este sentido, es importante mencionar que la ciudad de Loja cuenta con recursos suficientes en el bagaje cultural inmaterial, mismos que forman parte de las costumbres e identidad de la ciudad, que lamentablemente se han ido perdiendo con el pasar del tiempo, debido a la mínima preocupación tanto por parte de ciudadanía y la limitada gestión de las autoridades de turno afines a la actividad cultural, lo que ha provocado la no generación de planes y actividades que permitan salvaguardar esta riqueza cultural.

El turismo cultural a través de la oralidad ha tenido poco desarrollo y no ha favorecido la preservación de la tradición y la cultura de los pueblos, por el cambio generacional de la población y la poca importancia de las personas mayores por difundir este

tipo de relatos, en donde difícilmente estas personas de forma personal pueden compartir su identidad cultural a través de las leyendas con la comunidad y turistas, lo cual se evidencia en otras investigaciones realizadas por Fichamba, Jaramillo y Jiménez (2021) quienes tuvieron como propósito revalorizar las costumbres y tradiciones otavaleñas a través del turismo cultural y mítico, las cuales se han ido perdiendo; igual lo demuestra la investigación realizada por Velázquez (2015) "Revalorización del patrimonio cultural inmaterial turístico de la ciudad de Otavalo a través de una guía de leyendas urbanas" donde se pudo observar que no existen propuestas referente a los relatos de tradición oral lo que con el pasar del tiempo provoca un desgaste muy notorio de este tipo de tradiciones orales.

El objetivo general del presente estudio es, identificar los cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja; donde se han tomado en cuenta los siguientes objetivos específicos: 1) Identificar los principales cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja, 2) generar productos turísticos a partir de los mitos, cuentos y leyendas identificados, 3) Elaborar estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados.

El proyecto cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja, tuvo como alcances, identificar las principales tradiciones orales de la ciudad y cómo estas podrían aportar al desarrollo turístico y cultural, mediante la creación de productos turísticos que permitan en base a las necesidades de las personas, conocer esta parte del patrimonio con el que cuenta la ciudad de Loja. A su vez el proyecto busca recuperar estas tradiciones que se han perdido con el pasar de los años, a través de actividades que beneficien a la comunidad, tanto económica como culturalmente al expresar y representar estas tradiciones que han sido contadas a lo largo de la historia y que forma parte de la identidad de los lojanos.

Las limitantes que se presentaron en el proyecto, fueron la escasa información con lo que respecta a las tradiciones orales de la ciudad, ya que en su mayoría las personas desconocen información fidedigna acerca de estos cuentos, mitos y leyendas de Loja y las pocas personas adultas, historiadores y escritores que tienen conocimiento acerca de esta temática, no la han manifestado a las nuevas generaciones, o sus publicaciones no han tenido el alcance que se debería, por otro lado muchos de ellos ya han fallecido por lo cual se han ido perdiendo estas narraciones históricas.

4. Marco Teórico

4.1 Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, mismas que generan un gasto turístico. (OMT, 2020, P. 1).

A su vez Ardila (2015) señala que por mucho tiempo el turismo ha sido entendido desde la visión de la demanda, sin tomar en cuenta varios factores como el entorno donde se desarrolla la comunidad, su cultura y tradiciones limitando al turismo a una sola visión simplista de la actividad. (p. 146).

4.1.2. Turismo cultural

El turismo cultural es la actividad que permite a las personas contemplar las diferentes formas de vida de otra gente y como consecuencia comprender sus costumbres y tradiciones expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural. (Scorians, 2011, p. 6).

El turismo cultural es el conjunto de interacciones de personas de distintos lugares en un tiempo y un espacio determinados para conocer, comprender y disfrutar la cultura. (Casamitjana, 2021, p.7).

4.1.2.1 Patrimonio cultural intangible.

Para Loaiza (2020) se entiende por Patrimonio Cultural Inmaterial o intangible los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que se transmiten de generación en generación infundiendo un sentimiento deidentidad y continuidad y que les son inherentes a cada una de las comunidades dentro de este bien se encuentra inventariado las tradiciones y expresiones orales; usos sociales, rituales y actosfestivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; técnicas artesanales tradicionales. (p. 25).

Durante los últimos años el contenido de la expresión “El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas

vinculados a la artesanía tradicional. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], s.f, p. 1).

4.1.2.1.1. Tradiciones orales.

La tradición oral constituye con frecuencia una parte importante de las celebraciones festivas y culturales, y puede ser necesario fomentar estas manifestaciones y alentar la creación de nuevos contextos como los festivales de narración oral, a fin de que la creatividad tradicional encuentre nuevos medios para expresarse. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020, p. 6).

La tradición oral resulta ser una manera de mantener vivas aquellas memorias de nuestra cultura que nuestros antepasados nos han dejado como legado, es preciso decir que como se mencionó en un principio este tipo de patrimonio cultural intangible va cambiando, ya que las memorias van cambiando y evoluciona a través de la práctica, de manera que cada persona va actualizando la oralidad y, por ende, se va redefiniendo, ello se debe el que diferentes regiones culturales se manifiestan a partir de diferentes tradiciones pero que, en el fondo, actualizan, en mayor o menor medida, una misma serie de mitos en proceso de permutación y desplazamiento. (Quintanilla, 2012, p. 22).

4.1.2.1.2. Leyendas.

Para Morote (2002) La leyenda nos introduce a la historia que puede estar anclada a lo real, en otras ocasiones escapa de ahí y nos introduce en lo maravilloso, lo fantástico, lo extraordinario, lo paranormal. Las cuales son contadas con más fuerza en las narraciones introduciendo a la imaginacióny tradición en las historias urbanas a través de relatos que combinan lo premoderno con lo contemporáneo. La leyenda rompe fronteras de espacio, tiempo y género y al igual que otras narraciones de tradición oral se complementan con la variedad de versiones construidas en distintos lugares alrededor de la misma temática o situación. (Morote, 2002, p. 33).

Leyendas y tradiciones, son aquellas que nutren a los pueblos y permiten difundir una identidad y herencia surgida a partir de su propia cultura popular. Para (Munárriz, 2005) una leyenda hace referencia a una relación de sucesos que tiene más de tradicionales que de históricos y verdaderos". (P. 353).

Cabe mencionar que las leyendas son un patrimonio cultural que surgen a partir del saber popular de las personas y se transmiten de forma espontánea de generación en

generación, estas van adaptándose al medio y reflejan las condiciones etnográficas y sociales surgidas en los pueblos. (Lopez, 2006, p. 33).

4.1.2.1.3. Leyendas urbanas.

Este tipo de relato se determina como aquellas historias reales, mismas que cuentan con una gran parte de lo imaginario vinculadas a los rasgos de la identidad cultural de algún sitio, objeto o persona. Por lo general tienden a hablar del proceder de algún amigo y en muchas ocasiones se cuentan de la realidad social. A su vez para el escritor Antonio Ortí las leyendas urbanas son "esas historias extravagantes pero verosímiles que pasan de boca en boca como si fueran verdades indiscutibles y profundamente arraigadas a una cultura. (Orti, 2006, p. 446)

4.1.2.1.4. Mitos.

Los mitos son hechos contados en base a algún acontecimiento suscitado y por lo general tienen mayor relación con teorías divinas, ya que se explican temas trascendentales para la humanidad, como por ejemplo el origen del ser humano y el universo. "Los mitos conforman una parte importante del valioso patrimonio intangible que aún mantienen los pueblos" (Lapo, 2015, p. 94). De esta manera se puede lograr la búsqueda de metodologías para preservar estas tradiciones y lograr representarlo mediante propuestas turísticas que permitan recuperar y mantener estas tradiciones orales.

4.1.2.1.5 Cuentos.

Son las manifestaciones del relato popular que no pueden clasificarse, es decir, son los relatos míticos tanto de las comunidades primitivas como los que sobreviven en las parcialidades indígenas de los pueblos. Los cuentos urbanos que a pesar de lo fantasiosos de sus argumentos mencionan personas, hechos o lugares reales. (Ubidia, s.f, p. 9).

4.1.3 Los cuentos, mitos y leyendas como un recurso complementario de atracción turística

El turismo en forma de oralidad favorece a la preservación de la tradición y la cultura de los pueblos, y con ello poder dar a conocer a los turistas los cuentos, mitos y leyendas; sin embargo, se notado un bajo interés para difundir las leyendas existentes en las zonas potencialmente turísticas, un claro ejemplo es la ciudad de Loja, la cual cuenta con una riqueza cultural, que lamentablemente por distintas causas como el cambio generacional de la población y la poca importancia de las personas adultas mayores por difundir este tipo de

relatos, no ha permitido que se pueden compartir su identidad cultural a través de las tradiciones orales con los que cuenta la ciudad a los turistas. (Velásquez, 2015, p. 18).

4.1.4 Variables de incidencia del patrimonio cultural en el desarrollo del turismo de la ciudad de Loja

4.1.4.1 Crecimiento económico de la ciudad de Loja.

Una de las principales características en las que incide el desarrollo turístico es en la economía, ya que el patrimonio cultural de una localidad requiere de una gestión creativa, profesionales especializados, conocedores de los valores intrínsecos de los bienes culturales para que se promocionen las tradiciones de los pueblos lojanos y así garantizar la función económica en el futuro. (Guzmán & García, s.f, p. 15).

Es necesario tener en cuenta que las actividades económicas deben ser sustentables en cuanto a términos socioeconómicos y ambientales. En (Morocho, 2012, p. 18) menciona que, en cuanto a turismo, la sustentabilidad es más crítica por la alta vulnerabilidad de los sistemas sociales y ecosistemas ambientales involucrados. Sin embargo, es importante recalcar que el turismo religioso presenta una alta acogida por eventos como la Fiesta de la Virgen del Cisne.

Los principales destinos turísticos de la ciudad de Loja han permitido un gran flujo de turistas, fortaleciendo así la actividad turística y por ende mejorando la economía ya que incide directamente en la mejora de las ventas de los negocios locales. (Vallejo, Malla, Lalangui, & Ochoa, 2020, p. 117-119).

4.1.4.2 Crecimiento turístico de la ciudad de Loja.

Es muy importante dar a conocer las costumbre y tradiciones de una localidad ya que esto influye en el crecimiento de este. El turismo es un factor realmente importante en el desarrollo socioeconómico y cultural de un lugar. En cuanto a cultura es realmente el radio dentro de una acción turística ya que mientras se presentan mejores atractivos turísticos es mayor el número de visitantes que obtendrá la localidad. Es importante recalcar que no se basa únicamente en los lugares que presenta un sector, los turistas también se ven atraídos por los cuentos, mitos, leyendas, la cultura, las tradiciones, entre otros. Se busca mayor crecimiento turístico en Loja ya que la misma tiene una débil presencia turística en el país, según los estudios realizados en (Salas, 2018, p. 10), lo cual muestra que Loja no se encuentra dentro de las preferencias que el turista nacional busca para hacer turismo interno, por lo tanto, con la necesidad de que Loja sea impulsada y desarrollada como centro turístico,

se debe buscar posibles estrategias para motivar a nacionales y extranjeros a realizar actividades turísticas en Loja.

4.1.4.3 Apoyo local de la ciudad de Loja.

El desarrollo turístico nace del apoyo principalmente de los pobladores del sector ya que ellos tienen la necesidad de mejorar la situación económica de su localidad. Sin embargo, no se ha optado por muchas alternativas para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja. En Sotomayor (2019), se presentan algunas estrategias para lograr el crecimiento turístico de la ciudad de Loja, este estudio se basa en la opinión de los turistas al momento de elegir un destino. Se obtiene como resultado, la propuesta de incluir marketing digital para dar a conocer los lugares, las costumbres y tradiciones del sector, ya que así se puede cumplir con la necesidad del turista para encontrar información real y confiable sobre un destino; logrando así mejor competitividad en el mercado. (p. 80).

4.1.4.4 Productos turísticos de la ciudad de Loja.

Con la finalidad de mejorar el turismo en la ciudad de Loja, tanto autoridades como habitantes locales han buscado distintas maneras de promocionar a la ciudad. Se promociona principalmente los espacios turísticos como: parques, lagunas, centros recreativos, entre otros. Sin embargo, en las fiestas de la localidad el arte y la cultura son las principales tradiciones que se pretende dar a conocer, llevando a cabo principalmente en el Festival de las artes vivas, en el cual se hace énfasis en las tradiciones de la ciudad, festivales musicales, de arte, pintura y de teatro. En cuanto al teatro, se representan obras literarias tradicionales de la ciudad de Loja, en las cuales la mitología es de gran importancia, ya que mitos, cuentos y leyendas son la base fundamental al presentar Loja de antaño. (Tene, 2019, p. 5).

4.1.5 Estrategias de promoción y difusión

Kotler (1997) define el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles. Para un producto turístico, el concepto de posicionamiento se amplía hasta incluir una serie de “políticas y prácticas", a través de las cuales se recoge la estrategia operativa del producto, el destino que lo presta y el perceptor (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos. (p. 4).

De acuerdo con (Sordo, 2021), las estrategias de marketing digital es la planificación de ciertos pasos para llegar a objetivos definidos por medios online, que conlleva aspectos

como la creación y difusión de contenidos a través de los sitios web y las redes sociales, la gestión de correos electrónicos y blogs, entre otros. Las tradiciones y expresiones orales son de gran importancia para el desarrollo turístico debido a que forman parte de cultura de un lugar, además que permite salvaguardar el patrimonio intangible del mismo. (p. 11).

4.2 Marco Referencial

4.2.1 Estudio de caso 1: Las tradiciones orales en el desarrollo turístico de un pueblo milenario

La investigación tiene como finalidad recopilar la información de los gestores culturales para mantener en el tiempo la cultura intangible de las tradiciones orales de la ciudad de Otavalo en una revista digital. Se investigó elementos del patrimonio cultural inmaterial, tradiciones orales, valoración e importancia en la sociedad y el turismo cultural. Se aplicó el tipo de investigación descriptiva, entrevistas a personas que tienen conocimiento en relatos de tradición oral a través del método bola de nieve lineal, la revista digital que recopila las tradiciones orales contribuirá en el desarrollo turístico de este pueblo milenario. El presente trabajo de investigación se orienta a los habitantes de la zona y a los turistas nacionales como extranjeros de la ciudad de Otavalo, teniendo en cuenta que el des conocimiento de las leyendas como expresión de la cultura y la identidad origina una pérdida de conocimientos. El propósito de realizar esta investigación es poder revalorizar las costumbres y tradiciones otavaleñas a través del turismo cultural y mítico, las cuales se han ido perdiendo; las leyendas son tradiciones orales que están en el camino de la extinción debido al escaso intercambio cultural. El turismo cultural en forma de oralidad favorece a la preservación de la tradición y la cultura de los pueblos, y con ello poder dar a conocer a los turistas las leyendas; sin embargo, en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, el poco interés para difundir las leyendas (Velázquez, 2015) existentes en las zonas potencialmente turísticas de la ciudad de Otavalo, es causada por el cambio generacional de la población y la poca importancia de las personas adultas mayores por difundir este tipo de relatos, en donde difícilmente las personas adultas de forma personal pueden compartir su identidad cultural a través de las leyendas con la comunidad y turistas. Con esta investigación, se pretende detectar la necesidad para satisfacer el conocimiento e identidades que poseen cada sector como son las costumbres y tradiciones, ya que hay poca iniciativa para dar a conocer las leyendas a los turistas y a las personas locales teniendo como efecto el desaprovechamiento de más alternativas para poder dar a conocer los sitios turísticos mediante las leyendas. (Fichamba & Manuel Jaramillo, 2021).

4.2.2 Estudio de caso 3: Expresiones orales, una herramienta para desarrollar el turismo cultural en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena

El turismo en general, de manera oral es la comunicación expresada por los turistas para demandar atención de las personas en el lugar que visitan, y de esta forma satisfacer necesidades, por lo general con lengua totalmente diferente a la propia. La investigación se centró en el análisis del uso de las expresiones orales para la promoción del turismo cultural en la parroquia Chanduy en la provincia de Santa Elena, considerando que la conciencia turística es el conocimiento cultural mutuo entre turista y la población local, vinculado al espacio-tiempo de interacción de ambos actores, determinó las formas de uso de las expresiones orales para el desarrollo del turismo cultural. La investigación fue de tipo exploratoria y valora cualidades de las expresiones culturales de la comunidad en referencia; y, cuantitativamente se obtuvieron datos de las variables y dimensiones de análisis, las dos perspectivas posibilitaron información relevante para la formulación de conclusiones respecto a la existencia de una gran recopilación de expresiones orales que no están siendo utilizadas en la reproducción del conocimiento en las comunidades, mucho menos con fines turísticos. Es importante que durante estas visitas turísticas se despejen dudas relacionadas a ¨de dónde se viene y a dónde se va¨, el descubrimiento de las raíces y el empoderamiento de estas marcan lo significativo que es para los pueblos revalorizar el esfuerzo de los ancestros y disfrutar de los beneficios de la evolución alcanzada, manteniendo vivo el espíritu de las generaciones pasadas. (Cascante, 2021).

4.2.3 Estudio de caso: La tradición oral en el cantón santa Ana y su aporte al desarrollo turístico

Las relaciones del ser humano a través del tiempo, específicamente la tradición oral ha aportado a través de la historia, las vivencias de personajes adultos mayores que de una u otra manera, tratan de preservar y mantener las costumbres vivas de su identidad. La presente investigación se basa en conocer la tradición oral en el Cantón Santa Ana y su aporte al desarrollo turístico, para identificar de mejor manera la esencia de nuestros antepasados que nos permite rescatar nuestra identidad cultural. La primera parte de la investigación plantea a determinar las formas de tradición oral como fortalecimiento en la preservación de amorfinos, cuentos leyendas, en la segunda parte aborda la identificación del patrimonio inmaterial que aporta a la identidad cultural de sus habitantes, finalmente en el último capítulo se determina la participación de la tradición oral de las comunidades en el aporte al desarrollo turístico del Cantón. La metodología utilizada en el presente trabajo es a través de

una encuesta realizada a personas que fluctuaban desde los 30 años en adelante, una vez que se tabularon los datos se confirma la hipótesis planteada; como propuesta a los resultados obtenidos se sugiere la implementación de un recorrido inmaterial cultural en el Cantón Santa Ana. (Fernández, 2015).

4.3 Marco Legal

Según la Ley Orgánica de la Cultura (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016) con los arts. 28,29 y 30 el Estado vela por la conservación e identidad del patrimonio cultural, fortaleciendo así las memorias sociales y dándoles un valor significativo a la identidad de un pueblo. En el artículo 28 de la memoria social habla sobre la construcción colectiva de la identidad mediante la resignificación de hechos y vivencias socialmente compartidos por personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que desde el presente identifican y reconocen acontecimientos, sucesos y momentos de trascendencia histórica, arqueológica, antropológica o social. La memoria social se pone en valor de manera constante en repositorios: museos, archivos históricos y bibliotecas, así como en el espacio público. Por su parte en el artículo 29 del patrimonio cultural nacional dice que es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales. A su vez el artículo 30 el cual trata de su composición, Subsistema de la Memoria Social y el Patrimonio Cultural comprende el conjunto coordinado y articulado de instituciones del ámbito cultural que reciben fondos públicos y los colectivos, asociaciones, organizaciones no gubernamentales y demás personas relacionadas con la activación de la memoria social y la protección y difusión del patrimonio cultural nacional que se vinculen voluntariamente.

Es importante mencionar que no existen leyes suficientes por parte del estado para apoyar y salvaguardar el patrimonio cultural intangible, en donde se encuentran inmersos los cuentos, mitos y leyendas del Ecuador.

5. Metodología

5.1 Área de estudio

La ciudad de Loja se encuentra situada en el valle de Cuxibamba a una altitud media de 2.065 m.s.n.m, posee rasgos típicos del clima mesotérmico semihúmedo. Tiene dos estaciones húmedas: la primera entre los meses de enero y abril, y la segunda entre octubre y diciembre; también presenta una estación seca entre mayo y septiembre. (Plan de uso y gestión del suelo del Cantón Loja, 2021, p. 174).

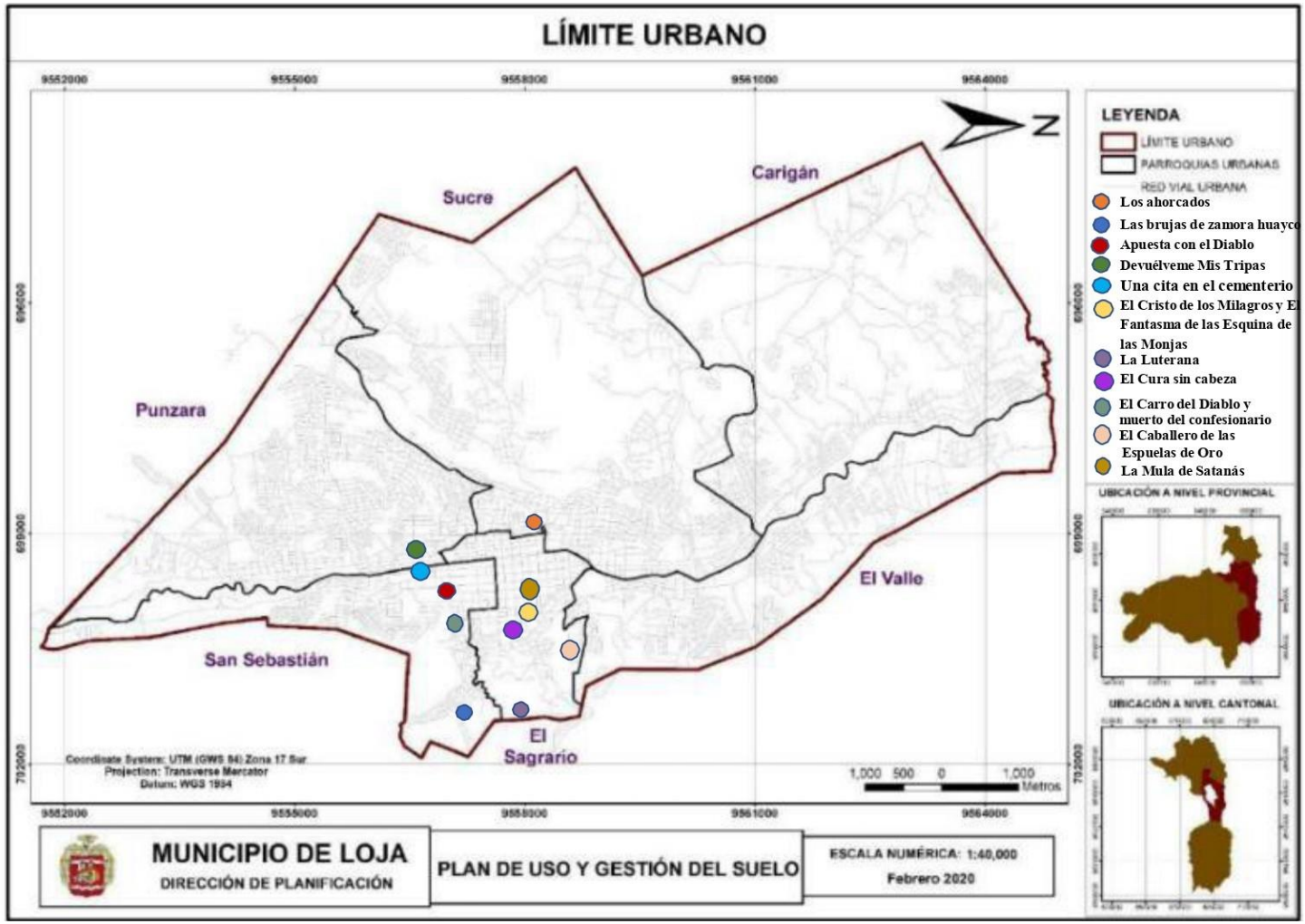
Al año 2020 la ciudad posee una población aproximada de 226.531 habitantes. Se delimita en 6 parroquias urbanas: San Sebastián, El Sagrario, El Valle, Carigán, Sucre y Punzara, además está conformada por 63 barrios. Siendo la parroquia Sucre la que presenta un mayor número debido a su extensión. (Plan de uso y gestión del suelo del Cantón Loja, 2021, p. 88).

El área urbana de la ciudad de Loja se encuentra conformada por una superficie total de 5.732,51 hectáreas, a una latitud -3.99313 y longitud -79.20422. (Plan de uso y gestión del suelo del Cantón Loja, 2021, p. 7).

Para la presente investigación se tomó como área de estudio la ciudad de Loja, debido que no se cuenta con investigaciones realizadas en cuanto al patrimonio inmaterial tomando en cuenta los cuentos, mitos y leyendas de tradición oral con las que cuenta la ciudad.

Figura 1

Mapa de ubicación de la ciudad de Loja.



Nota. Adaptación del mapa base del Pugs, 2020.

5.2 Metodología de la investigación

Se utilizó la investigación cualitativa la cual ayudó a la búsqueda y recolección de la información requerida con respecto a las tradiciones orales de la ciudad, además se sintetizó los testimonios recogidos de las autoridades y encargados de las instituciones culturales tales como museos, Ministerio de Cultura y Patrimonio, Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, historiadores entre otros.

La investigación tuvo un alcance descriptivo ya que permitió obtener información detallada con respecto a los cuentos, mitos y leyendas. Así mismo ayudó al análisis en base a estudios anteriormente realizados sobre tradiciones orales, para posterior describir e interpretar cada una de los cuentos, mitos y leyendas con sus características particulares.

5.2.1 Metodologías por objetivos

- **Objetivo 1: Identificar los principales cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja.**

Para el primer objetivo, se empleó el método descriptivo, acudiendo a fuentes de información primaria y secundaria tales como textos físicos y digitales de los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja, el cual ayudó a la recolección de datos de hechos pasados, basados en las tradiciones orales, mismas que son escritas por diferentes autores. Además, se utilizaron fichas adaptadas del Patrimonio Inmaterial del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (Ver ***Anexo 4***), estas sirvieron para llevar a cabo un inventario y registro de los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad, los cuales han transcurrido a lo largo del tiempo.

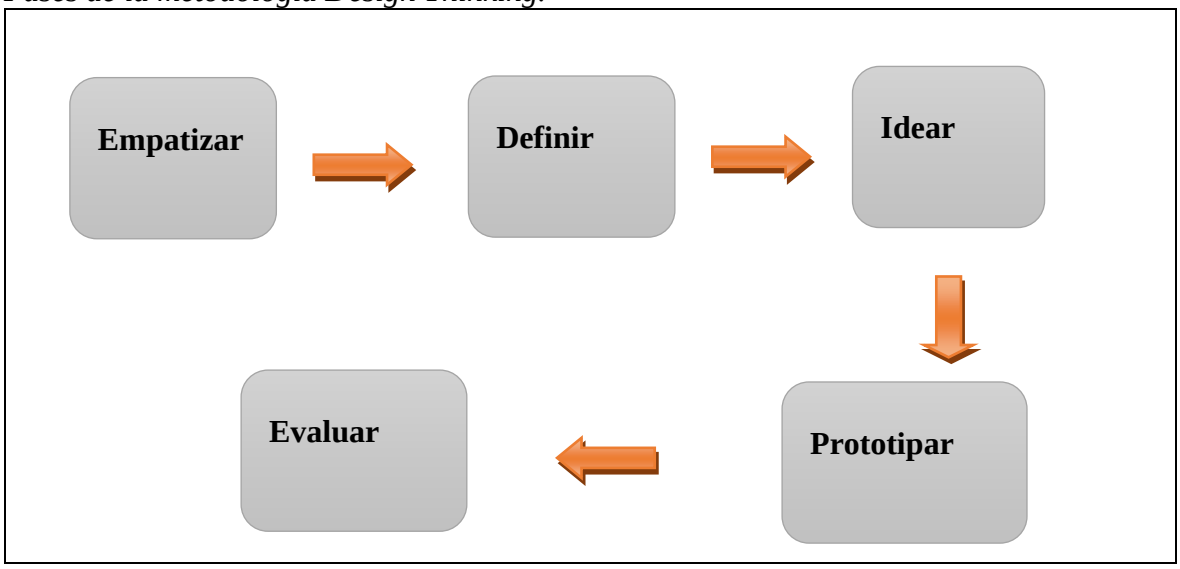
Así mismo, se utilizó la técnica de la entrevista (Ver ***Anexo 5***) mediante un cuestionario que fue aplicado a las autoridades del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, además de museos, teatros culturales e historiadores para obtener información general de cada una de las tradiciones orales más representativas de la ciudad.

- **Objetivo 2: Generar productos turísticos a partir de los mitos, cuentos y leyendas identificados.**

Para el segundo objetivo se tomó en cuenta los datos obtenidos en el objetivo anterior respecto a los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad, para esto se utilizó la metodología Design Thinking la cual consta de cinco fases: empatizar, definir, idear,

prototipar y evaluar; a su vez, consta de herramientas que mejor se adaptan al usuario y que ayudan para el diseño y elaboración de los productos turísticos a comercializar.

Figura 2
Fases de la metodología Design Thinking.



Nota. Fases para realizar la metodología Design Thinking.

La metodología Desing Thinking, es una metodología innovadora que permite diseñar productos turísticos acorde a las necesidades de las personas, además que ayuda a tomar en cuenta los puntos de vista de los profesionales de turismo para la elaboración de los productos turísticos, esta metodología consta de las siguientes fases: Empatizar en donde se da a conocer de manera general el problema identificado en este caso la situación actual de los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja, en la fase definir se busca posibles soluciones a los problemas previamente identificados, para luego ser priorizados acorde a las facilidades que permitan su ejecución y de acuerdo a los recursos existentes en el destino; en la fase idear permitió generar ideas concretas y viables para ser ejecutadas en el destino; en la fase prototipar se realizó el bosquejo de los productos turísticos finales que mejor se adapten en base a la información receptada en la primera fase, para determinar las propuestas; finalmente en la fase valuar se recopiló las sugerencias o cambios a los productos creados con el fin de generar nuevas experiencias a los turistas.

Para la elaboración de los productos turísticos se tomó en cuenta el manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018), mismo que ayudó a la elaboración del mapa, actividades, itinerario, infografía y presupuesto de la ruta e itinerarios turísticos.

Objetivo 3: Elaborar estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados.

Para el tercer objetivo se utilizó el método Experimental, para validar los productos turísticos diseñados, lo que permitirá posicionar los productos dentro del mercado turístico cultural de la ciudad de Loja. Como herramientas a tomarse en cuenta para la difusión de los productos turísticos identificados, se diseñaron estrategias de difusión y comercialización que permitirán dar a conocer de mejor manera el patrimonio cultural intangible más representativo, logrando así incrementar y ofertar una nueva alternativa de turismo cultural con lo que respecta a las tradiciones orales de la ciudad de Loja.

6. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de los diferentes objetivos que se han planteado para la presente investigación:

6.1 Principales cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja

Los resultados del objetivo 1 parten de un resumen de las principales tradiciones y expresiones orales de la ciudad de Loja, obtenidas de fuentes de información bibliográfica tales como textos titulados: Loja del ayer Relatos, cuentos y tradiciones de Teresa Mora de Valdivieso (2004) y de Historias de Loxa Tomo I publicado en el año 2016 y tomo II publicado en el año 2021 de Zoila Loyola que se resumen en la tabla 1.

Tabla 1

Resumen de las tradiciones orales de la ciudad de Loja.

TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		
SUBÁMBITO	**DETALLE DEL SUBÁMBITO**	**DENOMINACIÓN**
CUENTOS	N/A	Apuesta con el diablo
		Devuélveme mis tripas
		Una cita en el cementerio
LEYENDAS	Leyendas asociadas a imágenesreligiosas	El Cristo de los Milagros
	Leyendas asociadas a apariciones de seres sobrenaturales	El Camino de los Ahorcados
		La Luterana
		Las Brujas de Zamora Huayco
		El Cura Sin cabeza
		La Mula de Satanás
		El Muerto del Confesionario
		El Carro del Diablo
		El Fantasma de las Esquinas de las Mojas
MITOS	Mitos morales	El Caballero de las Espuelas de Oro

Nota. Revisión bibliográfica de las tradiciones orales.

Para el levantamiento de información se tomó en cuenta las fichas de registro del Patrimonio Inmaterial del Instituto Nacional de Patrimonio cultural (INPC), mismas que se adaptaron y se presentan en forma de fichas resumen.

Los resultados de aplicar las fichas del INPC, a historiadores y personas relacionadas con la temática tratada, se resumen para contar con un inventario y registro de los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad, los cuales han transcurrido a lo largo del tiempo y se presentan a continuación:

Tabla 2

Leyenda El camino de los Ahorcados.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
El camino de los Ahorcados	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografía referencial

Figura 3

Túnel de los Ahorcados.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

La leyenda cuenta la historia de una pareja de enamorados que no pudo estar juntos, debido a una terrible enfermedad que azotaba en aquella época (años 1929) en la ciudad conocida como la lepra, esto transcurrió en las inmediaciones del antiguo hospital de Loja. La hija de una señora que llegó del campo a vivir con las hermanas de la caridad quienes cuidaban a los enfermos, conoció un joven y se enamoraron. Desde hace dos años de haberse conocido, se encontraban todas las tardes para conversar, cierto día al momento que se iban a encontrar para su cita, ella se alistaba y se arreglaba las uñas, percatándose que una de ellas se le cayó, por lo cual se asustó y se le vino a la mente esta enfermedad; razón por la que decide no acudir a la cita para no contagiar a su pretendiente. Sin embargo, salió a caminar y vio un árbol que había crecido en sentido horizontal, decidiendo colgarse de él debido a la enfermedad que le aquejaba. El joven al ver que ella no acudió a la cita, salió a buscarla encontrándola colgada de un árbol, corrió ayudarla, pero fue demasiado tarde su amada estaba muerta, lleno de dolor miro en su delantal encontrando una nota del motivo de la fatal decisión, el joven desesperado construyó con una soga con la cual se colgó junto a su amada. Desde entonces aquel lugar es conocido como el camino de los ahorcados; siendo esto una evidencia del verdadero amor que la epidemia arrancó con las respectivas muertes. Desde entonces la gente tenía miedo de pasar por aquel lugar por temor a ver los fantasmas que se decía que solían aparecer a la media noche.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:

5. Alcance			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:

6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	La leyenda de los ahorcados es narrada o contada por los padres y abuelos, ya que ellos han vivido o les han cantado que fue suscitada en el antiguo hospital de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven, ya que guarda y destaca la cultura de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. *Levantamiento de información de la leyenda El Camino de los Ahorcados.*

Tabla 3

Apuesta con el diablo.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
Cuento Apuesta con el Diablo	Cuento	N/A

Fotografía referencial

Figura 4

Calle Bolívar.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Este cuento narra la historia de un joven que se le apodaban chontillo, el cual quedó huérfano, por cuanto tenía que trabajar lustrado zapatos para ayudar a su madre, quien desarrolló el vicio por las apuestas y llegó el día en que no llevo nada dinero a su casa. Perdió todo su dinero y sus amigos lo rechazaron, olvidándose de él; sólo, furioso y con hambre mientras buscaba un lugar donde dormir, exclamó "mejor le pediré ayuda al diablo…". El muchacho le propuso una apuesta a dicha presencia maligna, la que consistía en una carrera a cambio de dinero, donde si ganaba el diablo le entregaba su alma y si él ganaba la apuesta quedaba pagada dicha deuda. El día de la apuesta él salió en precipitada carrera con la esperanza de llegar primero, sintiéndose agotado miró que había una cruz de piedra en el camino, corrió hacia ella y se abrazó fuertemente y exclamó ¡Jesús ten piedad de mí!, al ver esta escena de amor, el diablo huyó dando alaridos apagando el fuego que ardía en la tumba número 14 del cementerio donde terminaría la carrera. Al retornar a casa, el joven pidió perdón a su madre y desde entonces fue un muchacho bueno y correcto.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:
5. Alcance			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:
6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	El cuento apuesta con el diablo es contada por personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en la antigua calle Bolívar de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Este cuento es necesario que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información del cuento apuesta con el diablo.

Tabla 4

Cuento Devuélveme Mis Tripas.

<table>
<tr><td colspan="6">1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</td></tr>
<tr><td>Provincia:</td><td colspan="2">Loja</td><td>Cantón:</td><td colspan="2">Loja</td></tr>
<tr><td>Parroquia:</td><td colspan="2"></td><td>Rural:</td><td></td><td>Urbana: X</td></tr>
<tr><td colspan="6">2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="2">Denominación</td><td>Subámbito</td><td colspan="3">Detalles del subámbito</td></tr>
<tr><td colspan="2">Devuélveme Mis Tripas</td><td>Cuento</td><td colspan="3">N/A</td></tr>
<tr><td colspan="6">Fotografía referencial</td></tr>
<tr><td colspan="6">Figura 5
Cementerio General de Loja.
 </td></tr>
<tr><td colspan="6">3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL</td></tr>
<tr><td colspan="6">Esta historia narra la vida de un niño huérfano llamado Juan Pedro que vivía con su abuela, quien era conocida por vender un plato típico de la localidad llamado chanfaina. Él le ayudaba con la compra de la menudencia para esta preparación; con el pasar del tiempo, en cierta ocasión, ya siendo joven, pasó por una necesidad de dinero, pues le gustaba salir con sus amigos a tomar y apostar. Entonces, sabiendo que en el pueblo habían enterrado un cadáver recientemente, se le vino la idea de ir al cementerio y sacarle las tripas para quedarse con el dinero de su abuela y seguir con sus amigos. Al regresar a su casa y sin poder conciliar el sueño por su mala acción poco a poco logró dormirse, momento en el cual escuchó una voz aterradora que le decía ¡Devuélveme mis tripas!, muy asustado pensó que eso era algo irreal, pero esa voz se escuchaba cada vez más cerca; el muchacho muy asustado cayó de la cama, mascando espuma y se dio cuenta que había sido un terrible sueño; aunque no pudo sobrevivir mucho tiempo, ya que luego de contar lo sucedido fue víctima de un ataque cerebral conduciéndolo a la muerte. El pueblo quedó espantado con la noticia y ya nadie quería comprarle a doña Micaela la chanfaina, quien dejó de prepararla, tiempo después falleció en un asilo de ancianos.</td></tr>
<tr><td colspan="6">4. FECHA O PERÍODO</td></tr>
<tr><td>Anual:</td><td colspan="2">Continua: X</td><td colspan="2">Ocasional:</td><td>Otro:</td></tr>
<tr><td colspan="6">5. ALCANCE</td></tr>
<tr><td>Local: X</td><td colspan="2">Provincial:</td><td colspan="2">Regional:</td><td>Nacional:</td></tr>
<tr><td colspan="6">6. Uso simbólico</td></tr>
<tr><td>Ritual:</td><td colspan="2">Festivo:</td><td colspan="2">Lúdico:</td><td>Narrativo: X</td></tr>
<tr><td colspan="6">Portadores/Soportes</td></tr>
<tr><td colspan="2">Procedencia del saber</td><td></td><td colspan="3">Detalle</td></tr>
<tr><td colspan="2">Padres- Hijos – Abuelos</td><td>X</td><td colspan="3" rowspan="3">Este cuento es contado por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en la antigua ciudad de Loja cerca de la plaza San Sebastián.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Maestro- aprendiz</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Otro</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Transmisión del saber</td><td></td><td colspan="3">Detalle</td></tr>
<tr><td colspan="2">Padres- Hijos – Abuelos</td><td>X</td><td colspan="3" rowspan="3">Este cuento es necesario que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Maestro- aprendiz</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Otro</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="6">7. VALORACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">Importancia para la comunidad: Alta</td><td colspan="3">Sensibilidad al cambio: Vulnerables</td></tr>
</table>

Nota. Ficha resumen del cuento devuélveme mis tripas.

Tabla 5

Una cita en el cementerio.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
Una cita en el cementerio	Cuento	N/A

Fotografía referencial

Figura 6

Parque de los recuerdos.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Esta narración habla de un joven llamado Gustavo, quién por su preparación y haber viajado mucho no creía en el diablo, fantasmas, ni que los muertos asustan, solo acudir a la cantina con sus amigos y llevarlos al cementerio para demostrarles que los muertos no movían de sus tumbas y así hacerles creer a sus amigos que todo no era verdad. Un día los amigos de Gustavo tramaron una trampa diciéndole que habían enterrado un ataúd con adobes porque aprovechándose de un descuido el diablo se había llevado el cuerpo del difunto, Gustavo al escuchar esto acepto la apuesta que le hicieron los amigos de ir al cementerio y sacar el ataúd para ver si estaba el cuerpo del muerto o los adobes, para comprobar si Gustavo así o no lo que le pedían sus amigos pido que alguien le acompañará y así fue que los amigos quedaron que Carlos lo acompañara, fueron a las doce de la noche al cementerio, cavaron la tumba y efectivamente ahí se encontraba el muerto demostrando Gustavo que todo era mentira. Cerraron el ataúd y empezaron a poner la tierra, al momento de poner la cruz mientras estaban de rodillas Carlos enredó la capa que llevaba Gustavo puesta, al momento de levantarse sintió que le acaban desde la tumba y cayó al suelo botando espuma, sus amigos al escuchar el grito de él se rieron e ingresaron al cementerio, quedándose sorprendidos al ver a su amigo el uno desmayado botando espuma y al otros sin poder dar un solo pie, llevándolos en brazos al médico quien pudo salvarlos. Gustavo quedó gravemente lesionado del corazón y nunca más volvió a sonreír y mofarse de los fantasmas, el diablo y los muertos.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:

5. Alcance			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:

6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Este cuento es contado por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en la antigua ciudad de Loja cerca de la plaza San Sebastián.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Este cuento es necesario que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información del cuento una cita en el cementerio.

Tabla 6

Leyenda El Cristo de los Milagros.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
El Cristo de los Milagros	Leyendas	Leyendas asociadas a aparición a imágenes religiosas

Fotografía referencial

Figura 7

Monasterio de las Madres Conceptas.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Esta leyenda se cuenta se sucedió en el convento de las Madres Conceptas, la Abadesa quien era muy religiosa soñaba con tener una escultura de madera de un Jesucristo crucificado, todas las noches rezaba porque su deseo se le hiciera realidad, un día llovió tanto que el rio Zamora se desbordo derribando un gran árbol, las monjas al ver ese enorme árbol fueron a contarle a la Abadesa, ella se puso muy contenta ya que ya tenían la madera para la escultura del del Cristo, decidieron arrastrar el árbol hasta el convento, luego realizaron una convocatoria para contratar quien pueda realizar la escultura, pero nadie en el puedo podía realizar ese trabajo, tenían la madera pero faltaba el tallador, de pronto un señor salió de la nada diciendo que era un forastero que pasaba de paso y que al escuchar que necesitaban un escultor decidió escuchar la conversación, le dijo a la Abadesa que él podía realizar ese trabajo la única condición que pidió fue que le dieran comida y un lugar donde poder descansar por lo cual ella accedió y le dio un cuarto para que desde el siguiente día el empezará a trabajar, las monjas todos los días escuchaban al hombre trabar sin descanso por lo cual estaban muy contentas con su trabajo, de pronto un día dejaron de escuchar al hombre trabajar por lo que decidieron ir a ver que sucedía y al ingresar encontraron al Cristo Crucificado tallado en el árbol de madera y el hombre misteriosamente desapareció sin dejar rastro, dejando un misterio por saber quién era aquel misterioso hombre.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:
5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial	Regional	Nacional
6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en el Convento de las Madres Conceptas.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda el Cristo de los Milagros.

Tabla 7

Leyenda La Luterana.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. Datos de identificación		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
La Luterana	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografía referencial

Figura 8

Vista panorámica de la ciudad de Loja.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Esta historia trata de una hermosa joven llamada Palmira, misma que vino de la provincia a vivir en Loja con unos familiares, como es natural la presencia de llamaba la atención de todos hombres, siendo invitada a todos los eventos sociales más importantes. En una de esas fiestas conoció a Javier de quien se enamoró a primera vista, luego siguieron más y más fiestas donde se encuentran, donde ella pensaba que nunca se iba terminar ese amor. Un día este idilio terminó cuando el joven Javier llegó tomando de la mano con una joven con la cual se había comprometido antes de irse al extranjero, Palmira aceptó la noticia más no pudo soportar la traición y enloqueció, por lo que sus familiares la enviaron a Quito a un centro para enfermos mentales, donde siendo una mujer de 30 años parecía una anciana, debido a su buen comportamiento le permitieron salir y ella regresó a Loja a casa de sus familiares. Un domingo se dispuso ir a la iglesia con sus familiares, de pronto sus ojos se iluminaron al ver a Javier que entraba a la iglesia de la mano de su esposa, la ira se apoderó de ella y se lanzó contra la pareja con la intención de matarlos, al ver la escena sus familiares decidieron llevársela pero ella enloqueció nuevamente y comenzó a esconderse en los callejones a las afueras de la ciudad donde atacaba a las parejas que salían a demostrar su amor, debido a su vestimenta negra nadie podía verle la cara y solo salía en las noches por lo que pensaban que era un fantasma. La policía no podía atraparla, por lo que dos oficiales decidieron disfrazarse uno de mujer para que la luterana pensaba que son una pareja de enamorados, tras dos días de espera se encontraron con ella, La Luterana se lanza sobre el oficial y ellos le disparar matándola, descubriendo que era la hermosa joven llamada palmira.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:

5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:

6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada por las afueras de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda La Luterana.

Tabla 8

Leyenda Las brujas de Zamora Huayco.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia:	Loja		**Cantón:**	Loja		
Parroquia:			Rural:		Urbana:	**X**
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Denominación		**Subámbito**	**Detalles del subámbito**			
Las brujas de Zamora Huayco		Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales			
Fotografía referencial						
Figura 9 *Casa comunal del barrio Zamora Huayco.* 						
3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL						
Esta leyenda es la historia de una joven adinerada llamada Filomena, la cual fue criada por su sirvienta debido a la muerte de sus padres, Filomena tenía un negocio en donde pasaba todo el tiempo. Pasaron los años y vivía con la esperanza de algún día casarse, pero esto nunca pasó, entonces comenzó a gastar todo su dinero ya que no tenía a quien dejar. La empleada se preocupa pensando que van a hacer ya que estaba en bancarrota. Acudió a casa de su amiga llamada Sabina a quien le contó lo que estaban pasando a lo que ella le dijo que realicen una visita a Zamora Huaico que la convenza a Filomena a lo que doña Valeria aceptó, a las 7 de la noche doña Sabina salieron rumbo a Zamora Huayco antes de salir sintieron como que se convirtieron en una especie de ave y salieron volando, ingresaron a una cueva donde había un espectro que tenía cabeza de chivo donde las brujas tenían que besarle las patas del y caía dinero así pasaron por un tiempo, un día los soldados del cuartel vieron unas aves que regresaban volando y le dispararon cuando fueron a ver qué animal era se encontraron que era doña Filomena, ella le dijo a los guardias que n**o** dijeran nada y la llevaran a su casa, al llegar se encontraron con doña Valeria a quien le dejaron el cuerpo de Filomena, al llegar al cuartel sacrificaron un perro para que la gente no tuviese sospechas de los ruidos ocasionados por los disparos y así termina la leyenda de las Brujas de Zamora Huayco.						
4. FECHA O PERÍODO						
Anual:	Continua: **X**		Ocasional:		Otro:	
5. ALCANCE						
Local: **X**	Provincial:		Regional:		Nacional:	
6. USO SIMBÓLICO						
Ritual:	Festivo:		Lúdico:		Narrativo: **X**	
Portadores/Soportes						
Procedencia del saber		**Detalle**				
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en el barrio Zamora Huayco.				
Maestro- aprendiz						
Otro						
Transmisión del saber		**Detalle**				
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.				
Maestro- aprendiz						
Otro						
7. VALORACIÓN						
Importancia para la comunidad: Alta			**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables			

Nota. Levantamiento de información de la leyenda las brujas de Zamora Huayco.

Tabla 9

Leyenda El Cura sin cabeza.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
El Cura sin cabeza	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografía referencial

Figura 10

Iglesia de Santo Domingo.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Cuenta la leyenda que en centro de la ciudad por la calle Bolívar a la media noche se escuchaba el tropel de un caballo lo que aterrorizaba a la ciudad, las personas veían pasar un jinete a toda velocidad vestido de cura sin cabeza, por lo cual toda la gente temprano cerraba sus puertas pensando que era un ser sobrenatural que asomaba a esas horas Un día cuando se celebrar la fiesta del año del señor, había mucha comida, trago y música, la fiesta acabó temprano y las esposas se llevaron a sus maridos que estaban borrachos por temor al cura sin cabeza, los solteros quienes no tenían quienes los lleven a sus casas decidieron quedarse un rato más tomando, a las doce de la noche cuando sonaron las campanadas vieron pasar a toda velocidad al cura sin cabeza por lo que casi todos salieron corriendo del miedo. Pero cuatro de ellos se quedaron esperar el regreso del cura sin cabeza, siguieron tomando para no sentir demasiado miedo y decidieron hacerle una trampa al jinete, templaron una soga en la calle y esperaron que hasta que se acercara el amanecer que se decía que era la hora en que regresaba el jinete. De pronto escucharon el caballo a toda velocidad y lo esperaron escondidos hasta que el jinete salió volando al impactarse con la soga, los cuatro amigos corrieron donde el cura sin cabeza y le preguntaron si era algo del otro mundo o una persa a lo que contestó que era una persona que decidió vestirse así para poder ir a ver a su nada que se encontraba en el convento de las Madres Conceptas ya que los padres de la chica se opusieron a su romance y a él le dieron una paliza y lo dejaron por muerto y ella la enviaron desde Perú para que no tuviese contacto con nadie. El al enterarse que ella se encontraba ahí decidió vestirse de cura ya que trabajaba en el Monasterio del Valle y se robaba todas las noche el caballo de los curas para poder ir a verla, así mismo con un sotana hizo unos agujeros para que no se viera su cabeza y la gente se asustara y no se enterara que iba a ver a su amada en el convento, los cuatro amigos muy molestos lo amenazaron y le dijeron que le darían la última oportunidad de ver a su novia caso contrario que lo darían a la policía para que lo metan preso así que le dijeron que le diga a su novia que si no se escapa con el que sería la última vez que se verían, desde aquel día nadie volvió a saber del cura sin cabeza. Un día llegó al correo de la ciudad una carta que le daba las gracias a los cuatro amigos ya que gracias a ellos ahora era feliz con su novia lejos al final de la carta decía atentamente el cura sin cabeza y su amada.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:
5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional
6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en el antiguo centro de ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda El Cura sin cabeza.

Tabla 10

Leyenda El Carro del Diablo.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia:	Loja		**Cantón:**	Loja		
Parroquia:			Rural:		Urbana:	**X**
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Denominación		**Subámbito**	**Detalles del subámbito**			
El Carro del Diablo		Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales			
Fotografía referencial						

Figura 11

Plaza San Sebastián.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL
Un grupo de jóvenes que se encentraba libando en una cantina cerca de la plaza San Sebastián por la calle Bolívar escucharon el sonido de un carro que parecía tener llantas de palo de color negro los hombres se acercaron a la puerta y vieron un carro que parecía una carroza fúnebre y en su interior llevaba un ataúd quien manejaba el carro desprendía fuego de los ojos y boca porque todos se asustaron y el carro desapareció en dirección sur de la ciudad. Por lo que se dio una la creencia de acompañar a los muertos por temor que el diablo se lleve a aquellos que habían muerto en pecado. Un grupo de jóvenes que no creía en eso decidió convocarse a resolver el misterio de aquel suceso se encontraron en eso de las 7 de la noche y empezaron a tomar de pronto al pasar la noche escucharon el sonido fúnebre del carro que se detuvo frente a la cantina y una ráfaga de viento apagó las velas de la cantina, apenas escucharon el aterrador carro moverse salieron corriendo a buscar refugio en las casas más cercanas. Al otro día se hizo la novedad en la ciudad y fueron a ver las velas que habían sido cambiadas por huesos, llamaron al padre para que le dieran cristiana sepultura al muerto y desde entonces no se volvió a saber del carro del diablo.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:
5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional
6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en la cercanía de la plaza San Sebastián por la calle Bolívar.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda el carro del diablo.

Tabla 11

Leyenda El Caballero de las Espuelas de Oro.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia:	Loja		**Cantón:**	Loja		
Parroquia:			Rural:		Urbana:	**X**
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Denominación		**Subámbito**	**Detalles del subámbito**			
El Caballero de las Espuelas de Oro		Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales			
Fotografía referencial						
Figura 12 *Calle Lourdes.* 						
3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL						
Antiguamente los forasteros llegaban a la ciudad por motivo de la feria, en su mayoría de Perú quienes eran recibidos cordialmente por los Lojanos. Un día un grupo de cuatros jóvenes piuranas llegaron a la ciudad ya que se sentían atraídas por conocer nuevos lugares, como eran muy bellas todos les abrían las puertas de su casa los hombres comenzaron a sentir interés por ellas por este motivo nadie les quería recibir, pensando las jóvenes en regresar a Piura enterándose de esto un señor de dinero les ofreció una hacienda que se encontraba abandonada en las afueras de la ciudad, se instalaron ahí muchos hombres les llevaron cosas para que estén cómodas, comenzaron a realizar fiesta todos los días de pronto llegó un nuevo invitado al principio les dio miedo al ver su presencia pero después se les hizo normal este invitado todas las noches dejaba una funda de oro y al bailar pronunciaba la palabra que se te hunda que se te hunda. Las jóvenes al tener dinero decidieron contratar una sirvienta, buscaron por todas partes y nadie quiso aceptar el trabajo. Caminando por las orillas del río Malacatos vieron a una señora de la calle y decidieron llevarla a su casa, la señora muy contenta aceptó sin saber la historia que se decía de esa casa. La señora siempre dormía temprano con su hijo pero un día decidió observar lo que hacían en aquel lugar a lo que su hijo se puso a llorar la madre le preguntó qué le pasaba y él dijo que el señor le salían chispas de los pies, boca y ojos a lo que respondió la mamá que era por las botas de oro y los dientes que tenía el señor pero al ponerle atención vio que desprendía chispas por los ojos a lo que dijo Santo Dios Santo fuerte, Santos Inmortal a lo que el señor salió volando por el techo y al caer mencionó la palabra que se te hunda que se te hunda y en el piso se hizo un agujero y todos cayeron menos la señora con su hijo y del agujero salió humo por varios días.						
4. FECHA O PERÍODO						
Anual:	Continua: **X**		Ocasional:		Otro:	
5. ALCANCE						
Local: **X**	Provincial:		Regional:		Nacional:	
6. USO SIMBÓLICO						
Ritual:	Festivo:		Lúdico:		Narrativo: **X**	
Portadores/Soportes						
Procedencia del saber			**Detalle**			
Padres- Hijos – Abuelos	**X**		Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada en las afueras de la antigua ciudad de Loja cerca al Concento de las Madres Conceptas.			
Maestro- aprendiz						
Otro						
Transmisión del saber			**Detalle**			
Padres- Hijos – Abuelos	**X**		Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.			
Maestro- aprendiz						
Otro						
7. VALORACIÓN						
Importancia para la comunidad: Alta			**Sensibilidad al cambio:** Vigente			

Nota. Ficha resumen de la leyenda el caballero de las espuelas de oro.

Tabla 12

Leyenda La Mula de Satanás.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
La Mula de Satanás	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografía referencial

Figura 13

Iglesia de San Francisco.

3. BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL

Esta leyenda se cuenta sobre un joven español que llegó al Convento de San Francisco procedente de México, el cual era muy apuesto quien llamó la atención de las jóvenes casamenteras y las maliciosas beatas. Por lo cual el demonio no tardó en hacerlo caer en la tentación y hasta se presentó en forma de una bella mujer cuyo origen no se conocía la cual vivía donde una anciana a quien llamaba tía. El joven llamado Fray Bartolomé se volvió loco por ella y no hacía otra cosa que pensar en cómo salir del Convento por las noches a verla. De pronto una mañana vio entrar al herrero a quien le apodaban Tilicas quien aparte de su oficio realizaba la limpieza del jardín del convento todas las mañanas, el Padre Superior lo consideraba un hombre de confianza por lo cual le había dado una llave de la puerta pequeña del Convento, el monje al ver esto se acercó al herrero y este lo saludo, desde aquel día el monje fue constantemente a visitar al herrero por lo que entablaron una amistad, un día el monje le dijo a Tilicas por lo cual pidió una llave con el pretexto de ir a visitarlo más constantemente, el herrero no se hizo esperar y le entregó la llave al fraile, desde entonces fueron constantes las visitas a la joven, la cual vivía a pocos metros del convento, así pasaron casi un año sin que nadie se percatara de la facilidad con la que el fraile salía y entraba al Convento, un día la joven cayó gravemente enferma y murió. Una noche fría de relámpagos tocaron a la puerta de Tilicas un hombre a quien él no recordaba haber visto quien le pidió que le dé herrando una mula y que no se movería de ahí hasta que le sacara de ese apuro, el herrero accedió con tanta de que dejara de molestarlo pero quien le impartía miedo, el herrero se apuró y terminó su trabajo, el hombre le tiró una bolsa de cuero y le dijo que eso vale más que el oro, además le dijo que se dirigiera donde el fraile y le que le pidiera el dinero que quisiera, en la mañana el herrero fue donde llevando el encargo fue tan grande su sorpresa al abrir el bolso y sacar de allí el paño Guadalupano con quien había amordazado a la amada amante, por lo cual el fraile pidió ser trasladado a Lima donde vivió realizando penitencia hasta su muerte.

4. FECHA O PERÍODO			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:

5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:

6. USO SIMBÓLICO			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada por el Convento de San Francisco.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. VALORACIÓN	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda la mula de satanás.

Tabla 13

Leyenda El Muerto del Confesionario.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
El Muerto del Confesionario	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografía referencial

Figura 14

Iglesia de San Sebastián.

3. **BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL**

Esta leyenda cuenta la historia de una alma en pena que apareció en el confesionario de San Sebastián, días después del saqueo del 8 de septiembre cuando el sacerdote llamado Eliseo Alvares perdió casi toda la vista y pasaba en la iglesia de San Sebastián todo el tiempo confesando a los fieles, la noche del jueves Santo sucedió lo inesperado cuando el sacerdote se disponía retirarse a su casa escucho una voz dentro del confesionario que le dijo padre quiero confesarme, pregunto quién era y respondió soy el alma de un hombre que murió hace años sin confesarse y sin arreglar un asunto grave de conciencia, nadie supo lo que le dijo pero el sacerdote tenía la misión de consultar al obispo y llevar la respuesta al día siguiente al alma en pena, llegó la hora se presentó el alma y le dijo ya estoy aquí, muy bien le contesto el sacerdote, a lo que respondió el alma me trajo la respuesta del Señor obispo, a lo que el Sacerdote le dijo la respuesta y el muerto contesto que ya sabía la respuesta a lo que el Padre dijo porque has vuelto lo que el alama contesto necesito que lo absuelva, luego el sacerdote comenzó a rezar las oraciones para liberarlo del pecado y sintió que ya no había nadie en la iglesia, tiempo después falleció debido a que había confesado a un muerto.

4. **FECHA O PERÍODO**			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:
5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:
6. **USO SIMBÓLICO**			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han contado esta narración suscitada en la iglesia de San Sebastián.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesario que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. **VALORACIÓN**	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda El Muerto del Confesionario.

Tabla 14

Leyenda El Fantasma de la Esquina de las Monjas.

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Loja	**Cantón:**	Loja		
Parroquia:		Rural:		Urbana:	**X**

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	**Subámbito**	**Detalles del subámbito**
El Fantasma de las Esquina de las Monjas	Leyendas	Aparición de seres sobrenaturales

Fotografia referencial

Figura 15

Calle Bernardo Valdivieso.

3. **BREVE RESEÑA DE LA TRADICIÓN/ EXPRESIÓN ORAL**
La historia del fantasma de la esquina de las monjas se cuenta se sucedió entre las calles 10 de agosto y Bernardo Valdivieso, se trata de una pareja de enamorados quienes se disfrazaban de fantasma para ahuyentar a la gente y no ser descubiertos de su prohibido amor, un joven llamado Santiago quien era hijo de una de las familias más adineradas de la ciudad quien regreso de Paris tras culminar sus estudios de médico, se convirtió en uno de los caballeros más deseados, María Amparo quien era de familia pobre se enamoró de él y desde su balcón la veía todos los días pasar, su madre le dijo que no se ilusione porque nunca se podrá casar con él, con el tiempo llego un prometido a casa de María a pedir su mano pero ella no se sintió preparada y decidió hacerse monja, un día cuando se encontraba gravemente enferma llamaron al médico, llego Santiago y le brindo los primeros auxilios y todos los días acudía a verla incluso cuando ya se encontraba bien, un día la Abadesa le dio las gracias al medio y ya no pudo volver a ingresar a ver a María de quien se había enamorado, por lo que se ingenió esa idea de colocar una sábana blanca a manera de un espectro que ahuyente a las personas, un día un grupo de amigo tomando se atrevieron a ir a retar al fantasma uno de los amigo se llenó de valor y pregunto al fantasma que buscaba en este mundo a lo que el espectro no respondió y en ese momento vieron salir corriendo a un hombre y los amigos salieron tras él, uno de los amigos ingreso de donde salió aquel hombre y vio aquella mujer quien le conto todo, el salió y no le conto nada a sus amigos y no se volvió a ver a aquel hombre y a la religiosa murió como una Santa quien dedicó su vida a expiar ese pecado de amor.

4. **FECHA O PERÍODO**			
Anual:	Continua: **X**	Ocasional:	Otro:

5. ALCANCE			
Local: **X**	Provincial:	Regional:	Nacional:

6. **USO SIMBÓLICO**			
Ritual:	Festivo:	Lúdico:	Narrativo: **X**

Portadores/Soportes		
Procedencia del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es contada por las personas mayores ya que ellos han vivido o les han cantado esta narración que fue suscitada por el Convento de San Francisco.
Maestro- aprendiz		
Otro		
Transmisión del saber		**Detalle**
Padres- Hijos – Abuelos	**X**	Esta leyenda es necesaria que las futuras generaciones la conserven ya que esto guarda y destaca mucho de la cultura e identidad de los pobladores de la ciudad de Loja.
Maestro- aprendiz		
Otro		

7. **VALORACIÓN**	
Importancia para la comunidad: Alta	**Sensibilidad al cambio:** Vulnerables

Nota. Levantamiento de información de la leyenda El Fantasma de la Esquina de las Monjas.

Los resultados de la entrevista aplicada a historiadores, autoridades del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, teatros y museos culturales se presentan a continuación:

Tabla 15
Cuadro comparativo de entrevista.

Información general de las tradiciones orales	**Licenciado. Christian Gavilánez**	**Dr. Gabriel Gómez**	**Artista. Gabriel Villalta**
Conocimiento del patrimonio cultural.	Si conoce parcialmente.	No se conoce en su totalidad debido a su amplitud.	Si conoce el patrimonio cultural de Loja.
Conocimiento del significado de cuentos, mitos y leyendas.	Tiene conocimiento del significado de estas tradiciones y expresiones orales.	Conoce acerca del significado de tradiciones orales.	Tiene conocimiento del significado de tradiciones y expresiones orales.
La ciudad de Loja cuenta con riqueza patrimonial bajo estas denominaciones.	Si especialmente en el ámbito del pasillo	Si más en el ámbito patrimonial.	Loja cuenta más con riqueza patrimonial y artística.
Los mitos, cuentos y leyendas aportan al desarrollo turístico de la ciudad.	Si, ya que permite conocer la historia de un lugar.	Si ya que esta sería otra manera de atraer el turismo.	Si pues el patrimonio cultural que puede servir al desarrollo turístico.
Conocimiento de los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad.	Si, pero se debería rescatar primero los relatos de carácter hispánico de la corona española.	Todas las tradiciones son importantes ya que están basadas en los sentimientos sociales de la sociedad lojana.	Todos son importantes, pero uno de los más conocidos es el camino de los ahorcados que no se le ha dado mucha narrativa.
La ciudad de Loja es conocida por sus tradiciones orales.	No, es mucho más conocida en el país por ser una ciudad castellana.	Si, porque existen muchas publicaciones con relación a esto.	No**,** a nivel Nacional se conoce a Loja por aporte a la música y a la literatura.

Información general de las tradiciones orales	Licenciado. Christian Gavilánez	Dr. Gabriel Gómez	Artista. Gabriel Villalta
Se pueden desarrollar alternativas para revalorizar el patrimonio cultural.	Si en especial por parte del Gad municipal para recuperar rescatar este tipo de Patrimonio.	Si organizar actividades de carácter popular y con los profesionales que ayuden a recuperar estas manifestaciones culturales.	Si por parte de las autoridades mediante políticas públicas que permitan conservar y difundir este patrimonio.
Las personas locales han perdido el interés por conocer los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad.	Si debido al uso y al abuso de internet sobre todo las nuevas generaciones	No, ya que siempre que hay una producción literaria las personas están atentas a leer estas tradiciones de los pueblos.	Si, pero debería haber apoyo importante del Estado para generar condiciones para que el patrimonio sea rentable.
Su dependencia aporta al rescate y revalorización del patrimonio cultural.	Si ya que aporta mediante asistencia y capacitación tanto a los Gads como a la población civil.	Si la casa de la cultura se ha preocupado de recoger en sus bibliotecas publicaciones de las tradiciones.	Si desde el municipio de Loja se trata siempre de conservar el patrimonio cultural.

Nota. Resumen comparativo de entrevistas.

6.2 Productos turísticos a partir de los mitos, cuentos y leyendas identificados.

Fase 1. Design Thinking.

Para el cumplimiento de este objetivo se utilizó la metodología Design Thinking bajo un focus group con los siguientes actores:

- Academia (Docente de la Universidad Nacional de Loja)
- Ministerio de Turismo
- Escritora
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

Las diferentes etapas del Design Thinking se desarrollaron de la siguiente manera:

6.2.1 Empatizar

Para iniciar esta fase se realizó una explicación acerca de la metodología a aplicarse, así mismo se dio a conocer la situación actual de los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad.

Adicional se aplicó el mapa del presente como técnica, para recabar la información de los problemas identificados por los actores con relación al tema de estudio, considerando que son de distintas áreas del conocimiento, mismos que aportan a la preservación de la cultura, como al desarrollo del turismo en el territorio.

Tabla 16
Problemas identificados en el territorio.

Problemas identificados	Actores
- No hay talleres o capacitación que apoyen al rescate de la cultura.	Academia Universidad Nacional de Loja
- Mínima visibilización de las obras literarias.	Academia Universidad Nacional de Loja
-No distinción entre mito y leyenda.	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
-Insuficientes publicaciones ilustrativas que atraigan a lectores.	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
-Pérdida de la transmisión oral intergeneracional.	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
- Falta de proyectos concretos y viables de rescate de las tradiciones orales.	Escritora
- Escasa información de las leyendas.	Ministerio de Turismo
-Narrativas diferentes por cada historia, dependiendo de los escritores.	Ministerio de Turismo

Nota. Problemas del territorio identificados del Focus Group.

Uno de los problemas identificados por el actor 1 es que no hay talleres o capacitación que apoyen al rescate de la cultura, lo que provoca que las nuevas generaciones pierdan estas tradiciones que son parte de la identidad cultural de la ciudad. Por otro lado, para el actor 2 no se conoce la distinción entre mito y leyenda, lo que provoca confusión entre las personas al momento de leer y visualizar estas tradiciones orales

Para el actor 3 se debería fomentar la rica tradición oral, esto debido a que la ciudad de Loja cuenta con una gran cantidad de tradiciones y expresiones orales, las cuales, mediante proyectos en colaboración con el turismo, se genere nuevas motivaciones de viaje hacia la ciudad. A su vez el actor 4 manifiesta que la transmisión oral a las nuevas generaciones es insuficiente, esto debido principalmente a que ya no se cuentan estas tradiciones orales por parte de las personas mayores, lo que ha ocasionado que las mismas se encuentren en peligro de desaparecer.

6.2.2 Definir

En esta fase se utilizó la técnica matriz de prioridades, para las posibles soluciones a los problemas identificados anteriormente. Las cuales se priorizan por sus facilidades para ser ejecutadas, de acuerdo con los recursos existentes en el destino Loja.

A continuación de menciona las posibles soluciones priorizadas:

- Armar capacitaciones mancomunadas entre las instituciones presentes, a través de talleres, exposiciones, obras de teatro y paquetes turísticos.
- Socializar y educar a los gestores turísticos en relación con el patrimonio cultural, basado en las tradiciones orales de la ciudad (INPC).
- Gestionar mecanismos para publicar las tradiciones atractivas para ser consumidas por un público lector.
- Fomentar la variada tradición oral de Loja mediante proyectos concretos por parte de las autoridades.
- Utilización de las TICs para la difusión de las leyendas lojanas.
- Actualización de libros de historiadores.
- Campañas de rescate en los centros educativos primarios, con el fin de empoderar desde las nuevas generaciones la identidad cultural de Loja con respecto a los cuentos, mitos y leyendas.

6.2.3 Idear

En esta fase, se generó ideas concretas y viables para ser ejecutadas en el destino Loja; por lo tanto, se aplicó la técnica de lluvia de ideas respecto a la planificación de actividades de acuerdo con las soluciones priorizadas anteriormente.

- Actividades en base a los problemas identificados en el territorio:

- Grupos de guianza turística.
- Generar experiencias turísticas en base a las tradiciones orales, rutas y circuitos.
- Elaborar guiones en base a la narrativa oral, incluyendo los escritores de la localidad como voceros de los cuentos, mitos y leyendas.
- Funciones teatrales, para aunar la narrativa de los cuentos, mitos y leyendas con edificaciones de interés turístico de la ciudad de Loja.
- Plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas, mediante campañas en los centros educativos de la localidad.

6.2.4 Prototipar

Para realizar la elaboración del prototipo, se empleó la técnica de interacción constructiva en base a la solución encontrada; a su vez, el equipo de trabajo construyó versiones del bosquejo de varios productos turísticos finales, mismos que mejor se adapten en base a la información recopilada durante la primera etapa.

Tomando en cuenta cada una de las actividades identificadas por los actores se ha procedido a determinar las propuestas para los productos turísticos.

Es importante fortalecer la identidad cultural en las nuevas generaciones, para lo cual se ha considerado crear contenidos respecto a los cuentos, mitos y leyendas, mediante grupos participativos que ayudaron a generar las propuestas de productos turísticos.

Tabla 17

Productos y estrategias turísticas.

Productos	**Micro productos**	Ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales	Entablar un convenio entre el Ministerio de Turismo y colectivos afines a la actividad turística, con el fin de realizar experiencias culturales en la ciudad de Loja, basados en mitos, cuentos y leyendas, priorizados en este trabajo.
		➢ Tour cuentos, mitos y leyendas lojanas ➢ City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja	Establecer comunicación tanto con las agencias de viajes y operadoras de turismo, con el fin de promocionar los productos vivenciales aquí creados y así brindar una alternativa a la actividad turística cultural de la ciudad.
	Estrategias	Estrategia para la creación de productos teatrales	Coordinar con el Gad cantonal para llevar a cabo funciones, en los distintos escenarios de la ciudad, para representar los cuentos, mitos y leyendas más importantes en las edificaciones de interés turístico de la ciudad de Loja.
		Estrategia de un plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas	Coordinar con el Ministerio de Educación para que se realicen campañas en los centros educativos de la localidad, para fomentar el rescate de las tradiciones orales más importantes de la ciudad

Nota. Propuestas resultantes del focus group.

6.2.5 Evaluar

En la fase final se utilizó la técnica de apuntes de testeo para evaluar el prototipo de los productos turísticos, donde se recopila información de sugerencias o cambios al producto para generar una experiencia cultural única en la ciudad de Loja. Estos apuntes incluso se pueden modificar utilizando algún paso anterior.

Tabla 18
Apuntes de testeo.

¿Que funciona?	¿Qué se puede mejorar?
➢ Crear eventos teatrales. (Actor 3) ➢ Asociarse con las operadores o agencias de viaje. (Actor 4) ➢ Narraciones con escritores. (Actor 4)	➢ Generar experiencias vivenciales a los turistas. (Actor 2 y 4) ➢ Participación en tradiciones orales por parte de la UNL en eventos culturales. (Actor 4) ➢ Una buena estructuración de los productos turísticos. (Actor 4)
Preguntas	**Ideas**
➢ ¿Habrá un empoderamiento por parte de la ciudadanía? (Actor 4) ➢ ¿Se podrán generar experiencias en base a las tradiciones orales? (Actor 2) ➢ ¿Se podrán establecer la creación de grupos de guianza turística? (Actor 3)	➢ Realizar alianzas estratégicas con instituciones de teatro. (Actor 3) ➢ Convenios específicos de cooperación con compañías de teatro. (Actor 2) ➢ Ruta Turística Cultural de las tradiciones orales de la ciudad. (Actor 1) ➢ Presentación teatral con un guión cultural y turístico. (Actor 1)

Nota. Preguntas resultantes de la evaluación del Focus Group.

La ***Tabla 18*** muestra una síntesis de cada uno de los actores que participaron en base a las cuatro preguntas abordadas en esta técnica las cuales son ¿Qué funciona? ¿Qué se puede mejorar?, preguntas e ideas las cuales ayudaron a brindar soluciones a los productos turísticos identificados en base a las tradiciones orales.

A su vez las preguntas y las ideas ayudaron a responder cómo se llevarán a cabo los productos turísticos diseñados para su ejecución, por lo cual cada uno de los actores evaluó el bosquejo de los productos turísticos propuestos en la fase anterior y así realizar mejoras y regresar a pasas anteriores si en caso se requiere.

Los instrumentos para cada etapa del Design Thinking se presentan a partir del ***Anexo 7.***

Fase 2. Elaboración de los productos turísticos y estrategias resultantes del Design Thinking del rescate del patrimonio cultural inmaterial

A continuación, se desarrollan los productos turísticos resultantes en la fase cuatro de la metodología Design Thinking.

Los micro productos turísticos resultantes del focus group se desarrollaron tomando en cuenta el manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos del Ministerio De Turismo (2018), mismo que consta de cuatro pasos, los cuales son: analizar el destino, diseñar, desarrollar e implementar y monitorear. Por lo cual se procedió a la elaboración del mapa, actividades, itinerario, infografía y presupuesto establecido de la ruta e itinerarios turísticos.

- **Ruta turística Cultural Loja a través de las tradiciones orales**

La propuesta deuta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales, se estableció para la participación de los colectivos afines a la actividad turística, para generar experiencias culturales, como la creación de una Ruta Turística Cultural de los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad de Loja; la cual tiene como finalidad aprovechar los atractivos turísticos naturales y culturales de la zona. La ruta tendrá un día de duración, donde se incluirán los puntos a recorrer con su respectivo guión.

Itinerario

07:30 Punto de encuentro en el Parque Bolívar

08:00 Desayuno en restaurante tradicional

09:00 Visita al archivo histórico de Loja

09:45 Visita al túnel de los ahorcados

10:15 Refrigerio

11:15 Visita a la iglesia Catedral de Loja

11:45 Traslado al museo de las Madres Conceptas

12:45 Visita a la plaza de Santo Domingo

13:15 Almuerzo en restaurante típico de la ciudad

14:30 Recorrido por la calle Bolívar, observación de casas patrimoniales

15:15 Traslado a la plaza de San Sebastián

15:45 Recorrido por la calle Lourdes

16:45 Traslado y recorrido por barrio Zamora Huayco.

18:00 Actividades recreativas (Experiencias y narraciones suscitadas)

19:30 Traslado al centro de la ciudad y Fin de recorrido.

Recomendaciones

Ropa cómoda acorde al clima

Llegar a la hora establecida en el itinerario

Protector solar

Cámara fotográfica

Mantenerse en el grupo

A continuación, se presenta el prototipo de ruta turística cultural, a base de tradiciones orales de la ciudad de Loja, elaborada en base al Manual de Rutas e Itinerarios Turísticos del MINTUR.

Figura 16

Diseño ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales.

Nota. Manuel de Rutas e Itinerarios Turísticos del MINTUR.

En la ***Figura* 17** se muestra el itinerario de la ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales.

Figura 17
Itinerario de la ruta turística cultural.

Nota. Manuel de Rutas e Itinerarios Turísticos del MINTUR.

La presente propuesta tiene como finalidad la creación de paquetes turísticos interpretativos en las diferentes plazas y parques de la ciudad, mismos que puedan ser ofertados por las diferentes agencias de viaje y operadoras de turismo, con la finalidad de dar a conocer al turista la identidad cultural de la ciudad.

- **Tour cuentos, mitos y leyendas lojanas**

Precio sugerido en base al mercado

$56,70 por persona

Mínimo

4 personas

ITINERARIO

08:00 Punto de encuentro Plaza San Sebastián

08:30 Visita a la iglesia de San Sebastián

- Breve narración del cuento Apuesta con el Diablo
- Interpretación del cuento Devuélveme mis tripas
- Breve narración del cuento Una Cita en el Cementerio

10:00 Visita y recorrido por el barrio Zamora Huayco

- Breve narración e interpretación de la leyenda Las Brujas de Zamora Huayco

12:00 Recorrido por las casas patrimoniales de Loja (San Sebastián y calle Bolívar)

13:00 Almuerzo

14:00 Recorrido por las afueras de la ciudad

- Breve narración de la leyenda La Luterana

16:00 Fotografías y retorno a la ciudad de Loja

Recomendaciones

Ropa cómoda acorde al clima

Llegar a la hora establecida en el itinerario

Protector solar

Cámara fotográfica

Mantenerse en el grupo

Tabla 19

Gastos de operación Tour cuentos, mitos y leyendas lojanas.

Costos y Gastos de Operación					
Rubro	**Cantidad**	**Costo Unitario**		**Costo Total**	
Costo de Operación					
Transporte	4	$	2,50	$	10,00
Alimentación					
Almuerzo	4	$	3,00	$	12,00
Subtotal Gastos de Operación				$	22,00
Gastos administrativos					
Guía	1	$	20,00	$	20,00
Subtotal Gastos Administrativos				$	20,00
Suma Total				$	42,00
Imprevistos 10%				$	4,20
Utilidad 25%				$	10,50
PRESUPUESTO TOTAL				**$**	**56,70**

Nota. Gastos de operación del paquete turístico.

- **City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja**

Precio Sugerido en base al mercado

$ 59,40 por persona

Mínimo

4 personas

ITINERARIO

08:00 Punto de encuentro parque Bolívar

08:30 Visita al archivo histórico de la ciudad de Loja.

- Interpretación de la leyenda de los ahorcados.

09:30 Visita al Túnel de los Ahorcados.

10:30 Visita a la Catedral de Loja.

11:00 Visita al Museo de las Madres Conceptas.

12:00 Vista a la Iglesia de Santo Domingo.

- Interpretación de la leyenda del cura sin cabeza.
- Breve narración de la leyenda Cristo de los Milagros.

13:00 Almuerzo

14:00 Recorrido y observación de casas patrimoniales por la calle Bolívar

15:00 Fotografías y fin del Tour.

Recomendaciones

Ropa cómoda acorde al clima

Llegar a la hora establecida en el itinerario

Protector solar

Cámara fotográfica

Mantenerse en el grupo

Tabla 20

Gastos de operación City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja.

Costos y Gastos de Operación			
Rubro	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Costo de Operación			
Transporte	4	$ 2,50	$ 10,00
Alimentación			
Almuerzo	4	$ 3,50	$ 14,00
Subtotal Gastos de Operación			$ 24,00
Gastos administrativos			
Guía	1	$ 20,00	$ 20,00
Subtotal Gastos Administrativos			$ 20,00
Suma Total			$ 44,00
Imprevistos 10%			$ 4,40
Utilidad 25%			$ 11,00
PRESUPUESTO TOTAL			**$ 59,40**

Nota. Gastos de operación del paquete turístico.

Además, se desarrollan dos estrategias resultantes del Design Thinking, las cuales se presentan a continuación:

- **Estrategia para la creación de productos teatrales**

La propuesta tiene como objetivo la participación de grupos culturales del GAD de Loja para que sean organizadores y ejecutores de funciones teatrales y de esta manera vincular las tradiciones orales con las edificaciones de interés turístico, lugares icónicos

donde se relata que transcurrieron estos cuentos, mitos y leyendas que forman parte de la cultura y tradición de la ciudad.

Para ello se realizarán talleres participativos entre instituciones públicas y privadas que permitan a los jóvenes desenvolverse y ser actores de estas funciones, tanto en los teatros de la ciudad, edificaciones y eventos culturales como el Festival de Artes Vivas que permita a los turistas conocer acerca de estas tradiciones y expresiones orales.

A su vez la propuesta abarca el poder vivir la experiencia, representada en aquellas estructuras coloniales, en las que se narra que ocurrieron estos acontecimientos que forman parte del rito popular y que cuentan con un potencial turístico a ser aprovechado.

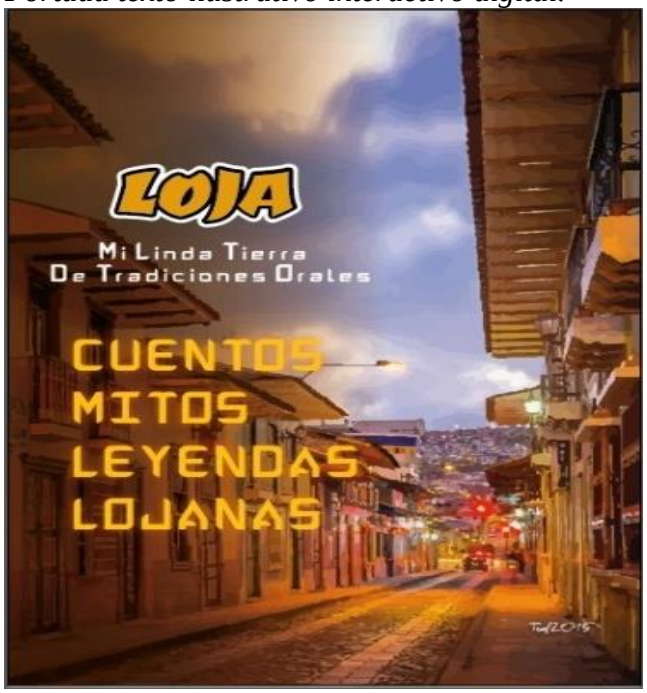
- **Estrategia de un plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas**

El plan de rescate de las tradiciones orales se lo podrá realizar mediante un texto ilustrativo interactivo digital, mismo que contenga actividades en la que los niños de escuelas primarias puedan participar interactivamente y con ello fomentar la lectura y aprendizaje de los cuentos, mitos y leyendas de mayor interés, con ello fortalecer la cultura e identidad de la ciudad de Loja.

Para la creación y diseño del texto ilustrativo digital se realizó un bosquejo en la plataforma Canva, debido que cuenta con una gran variedad de funciones y plantillas tanto gratuitas como de pago que se pueden utilizar para la elaboración y portada de estos textos animados; a su vez para darle interactividad se puede recurrir a plataformas como InDesign que permiten colocar audios, videos, imágenes. Además de otras funciones interactivas que atraigan la atención de los estudiantes.

A continuación, se presenta el diseño de portada del texto ilustrativo interactivo digital:

Figura 18
Portada texto ilustrativo interactivo digital.



Nota. Portada texto ilustrativo interactivo digital.

6.3 Estrategias de posicionamiento de los productos turísticos diseñados.

Para el posicionamiento de los productos y estrategias turísticas diseñadas de los cuentos, mitos y leyendas se diseñaron estrategias de posicionamiento y comercialización de los mismos, con la finalidad de crear mayor facilidad entre los promotores y turistas con contenidos especialmente digitales que busquen integrar a los actores involucrados.

Tabla 21

Estrategias de posicionamiento de la ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	
Nombre del micro producto	Ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales.
Objetivo general	Dar a conocer los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad de Loja.
Parámetros por considerar para su diseño	Utilización de herramientas tecnológicas y digitales gratuitas y de pago, además de la información bibliográfica de las principales tradiciones orales de la ciudad.
Medios para la promoción	Creación de redes sociales institucionales y de organizaciones ligadas a la actividad turística.
Actores involucrados	Ministerio de Turismo y colectivos afines a la actividad turística.

Nota. Se detalla la estrategia número uno para el posicionamiento de los productos turísticos.

Tabla 22

Estrategias de posicionamiento del paquete tour cuentos, mitos y leyendas lojanas.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	
Nombre del micro producto	Tour cuentos, mitos y leyendas lojanas
Objetivo general	Promocionar los atractivos turísticos más representativos en base a las tradiciones orales.
Parámetros a considerar para su diseño	Utilización de herramientas tecnológicas y digitales gratuitas y de pago, además de la información bibliográfica de las principales tradiciones orales de la ciudad.
Medios para la promoción	Creación de infografías para promocionar los paquetes turísticos interpretativos por parte de las agencias y operadoras de turismo.
Actores involucrados	Agencias de viajes y operadoras de turismo.

Nota. Se detalla la estrategia número dos para el posicionamiento de los productos turísticos.

Tabla 23

Estrategias de posicionamiento del city tour tradiciones orales de la ciudad de Loja.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	
Nombre del micro producto	City Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja
Objetivo general	Promocionar los atractivos turísticos más representativos en base a las tradiciones orales.
Parámetros a considerar para su diseño	Utilización de herramientas tecnológicas y digitales gratuitas y de pago, además de la información bibliográfica de las principales tradiciones orales de la ciudad.
Medios para la promoción	Creación de infografías para promocionar los paquetes turísticos interpretativos por parte de las agencias y operadoras de turismo.
Actores involucrados	Agencias de viajes y operadoras de turismo.

Nota. Se detalla la estrategia número tres para el posicionamiento de los productos turísticos.

Tabla 24

Estrategias de posicionamiento para la creación de productos teatrales.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	
Nombre de la estrategia	Productos teatrales
Objetivo general	Crear eventos culturales donde se represente las tradiciones orales de la ciudad.
Parámetros a considerar para su diseño	Utilización de herramientas tecnológicas y digitales gratuitas y de pago, además de la información bibliográfica de las principales tradiciones orales de la ciudad.
Medios para la promoción	El producto turístico se lo podrá realizar por parte del Gad Municipal de la ciudad mediante la página web del municipio y eventos culturales como el Festival Internacional de Artes Vivas que permita la promoción del patrimonio cultural intangible de la ciudad, así mismo se podría realizar presentaciones en eventos de carácter social como la feria de Loja donde se pueda dar a conocer a los turistas sobre las tradiciones orales que forman parte de la cultura e identidad de la ciudad.
Actores involucrados	Gad cantonal de Loja.

Nota. Se detalla la estrategia número cuatro para el posicionamiento de los productos turísticos.

Tabla 25

Estrategias de posicionamiento del plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	
Nombre de la estrategia	Plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas.
Objetivo general	Brindar productos tecnológicos que generen interés por fomentar la lectura de las tradiciones orales de la ciudad.
Parámetros a considerar para su diseño	Utilización de herramientas tecnológicas y digitales gratuitas y de pago, además de la información bibliográfica de las principales tradiciones orales de la ciudad.
Medios para la promoción	Página web Institucional para fortalecer la identidad cultural en los niños por parte del Ministerio de Educación. Además de convenios con escuelas, bibliotecas y centros culturales.
Actores involucrados	Ministerio de Educación.

Nota. Se detalla la estrategia número cinco para el posicionamiento de los productos turísticos.

7. Discusión

La ciudad de Loja posee una diversidad con lo que respecta al patrimonio cultural intangible, entre los que se puede encontrar tradiciones y expresiones orales, como cuentos, mitos y leyendas. Los resultados obtenidos del trabajo de investigación ayudaron a determinar que existe un desconocimiento y pérdida de estas tradiciones orales, ya que en su mayoría no son exteriorizadas por personas adultas lojanas o por profesionales encargados del estudio de las mismas; sin tomar en cuenta los beneficios y el aprovechamiento que se puedan generar para la cultura, el turismo y la sociedad en general. Esto contrasta lo que manifiesta (Pieró-i-Gregori & Molina, 2012) en el Ecuador, se encuentran tradiciones que representan lo que en realidad es el país, mismas que se han ido perdiendo debido al cambio generacional y cultural de la población. Sin embargo, no se está cumpliendo lo manifestado por (Velázquez, 2015) respecto a que el turismo oral favorece a la preservación de la tradición y la cultura de los pueblos, y con ello dar a conocer a los turistas este patrimonio oral.

El resultado de las entrevistas permitió conocer la realidad actual con lo que respecta a los cuentos, mitos y leyendas de la ciudad por parte de los conocedores de esta temática y saber si se están realizando acciones para salvaguardar este patrimonio cultural mediante actividades turísticas que permitan rescatar estas tradiciones orales y a su vez dinamizar el turismo cultural mediante la incorporación de productos turísticos mediante el potencial cultural con el que cuenta la ciudad de Loja lo que concuerda lo manifestado por Poloche (2012), quien argumenta que en base al diagnóstico a través de entrevistas se puede conocer que la memoria oral es un hecho cultural e histórico, ya que representa una tradición narrativa que se reconstruye tomando una dirección de pasado a presente, haciendo así una reconstrucción histórica para el deleite de los oídos; por su parte, y en el mismo sentido, Abuín (2016) se refiere que no solo es una memoria oral, sino que además es colectiva, pues la cultura e historia es compartida por un pueblo que defiende su identidad de pertenencia de conocimiento cultural, en un entorno en donde la historia llena de enseñanzas y de conocimientos.

Los resultados del levantamiento de fichas de registro permitieron realizar un registro de las principales tradiciones orales de la ciudad de Loja, además de conocer la narrativa, sensibilidad al cambio y el lugar donde acontecieron estos relatos, lo que permitió identificar que algunas de estas tradiciones y expresiones orales se encuentren en peligro de desaparecer debido a que no se transmiten de forma oral, lo que contrasta lo manifestado por (Unesco,

s.f), donde dice que las tradiciones orales corren peligro por la rápida urbanización, la emigración a gran escala, la industrialización y los cambios medioambientales; a su vez Santana (2015) sostiene, que el patrimonio intangible es un concepto que alude a la historia, símbolo de valores identitarios donde es importante realizar un inventario, ya que hay muchas tradiciones orales que se mantendrán en el tiempo mientras que otras serán destruidas y pérdidas, ya que a medida que pasa el tiempo la industrialización va avanzando a pasos agigantados, haciendo que cada vez sean modificadas y olvidadas en la historia.

El diseño de los productos turísticos se hizo en base a la metodología design thinking en un focus group, en sus diferentes etapas. Se inició con la identificación y priorización de los problemas del patrimonio cultural de Loja, seguido de la determinación de posibles soluciones desde la perspectiva profesional de los actores involucrados en este encuentro académico. Así también estas propuesta se contrastaron con el uso de las nuevas tendencias metodológicas , lo que concuerda con lo manifestado por (Garcia, 2020) que manifiesta que el Design Thinking puede ser una herramienta fundamental para lograr ofrecer productos y servicios que encajen con las nuevas necesidades de los turistas, a su vez contrasta lo mencionado por (Fuente, 2016) que el Design Thinking permite comprender o entender lo que está sucediendo con las motivaciones de los posibles consumidores de los productos, para lo cual, no basta con realizar solamente estudios de mercado o determinar el perfil de la demanda, sino recopilar información primaria para evaluar, proponer y prototipar.

El posicionamiento de los productos turísticos ayudó a dar a conocer las propuestas de los productos turísticos diseñados de las tradiciones orales de la ciudad en base a las necesidades de los turistas lo que corrobora lo manifestado por (González, Cervera, González, & Martín, 2022) el posicionamiento se utiliza para diferenciar al producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor, para ello se requiere tener una idea realista sobre lo que opinan las personas, de este modo, el posicionamiento se ocupa de la diferenciación a fin de utilizarla para adaptar de manera ventajosa los productos turísticos. A su vez concuerda lo expresado por (Kotker, Bowen, & Makens, 2015) cuando se trata de desarrollar estrategias de posicionamiento se debe conocer primero la diversidad de clientes actuales con los que cuenta dicho mercado para determinar los segmentos de acción en los cuales existen oportunidades de aplicación de las principales estrategias de marketing a nivel: geográfico, pictográfico y demográfico.

8. Conclusiones

- La ciudad de Loja, no cuenta con un inventario de las manifestaciones culturales previstas con las leyendas, mitos y cuentos que son parte de la identidad de un pueblo: lo que le define en su construcción social, política, cultural, económica desde el tiempo de la colonia. Algunas de ellas han perdurado gracias a narraciones de los antiguos pobladores de la región y de la gente que es originaria de cantón Loja. De esta manera, se requiere que instituciones tanto públicas como privadas conozcan el saber tradicional a través de los cuentos, mitos y leyendas que reconstruyen la memoria colectiva.
- La mayor parte de los cuentos, mitos y leyendas han transcurrido en lo que hoy es el centro de la ciudad de Loja, mismos que no han sido tomados en cuenta por las autoridades de turno a través de proyectos culturales ocasionando que estas tradiciones se encuentren en peligro de desaparecer.
- Se considero 13 cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad de Loja, que fueron narrados por personas que conocen sobre las tradiciones propias de la localidad en Loja, mismas que forman parte de las costumbres e identidad de los lojanos.
- Se tomo en cuenta la metodología Design Thinking para identificar que productos turísticos y estrategias se pueden adaptar a los cuentos, mitos y leyendas con lo cual se obtuvo los siguientes resultados: Ruta turística cultural Loja a través de las tradiciones orales, tour cuentos, mitos y leyendas lojanas, city Tour tradiciones orales de la ciudad de Loja, estrategia para la creación de productos teatrales y Estrategia de un plan de rescate de los cuentos, mitos y leyendas.
- Promoción y difusión de los productos turísticos resultantes de las tradiciones orales se considera a través de redes sociales, infografías y páginas web institucionales, mediante la participación e integración de las autoridades, como actores de la sociedad civil que están interesados en el rescate y conservación del patrimonio cultural intangible de la ciudad.

9. Recomendaciones

- Se recomienda a las instituciones públicas INPC, GAD y privadas ONG que generen proyectos de recuperación de tradiciones que son propias de la ciudad Loja y se fomente en la juventud literatura vinculada con las leyendas, mitos y cuentos populares de la zona. De esta manera no se pierda la identidad cultural y la oralidad de nuestros pueblos. Además, esta tesis trata de generar un vínculo más estrecho con la historia, pasado y legado de cada uno de estos mitos. Con lo que se plantea varias propuestas que contribuyen al desarrollo turístico; además, que la ciudad cuenta con una gran cantidad de tradiciones y expresiones orales que son de gran interés y que deberían ser ofertadas a los turistas.
- Difundir estas tradiciones y expresiones orales en los sitios en donde se cuenta que se acontecieron estos cuentos, mitos y leyendas.
- Contar con un registro de los cuentos, mitos y leyendas por parte de instituciones como el GAD, MINTUR, MCYP, INPC con la finalidad de que esta investigación sea usada como punto de referencia para nuevas investigaciones.
- El uso de nuevas herramientas como el Design Thinking permite hacer un reconocimiento de nuevos procesos culturales y turísticos por parte de las instituciones vinculadas al ámbito cultural, social y económico en la ciudad de Loja.

10. Bibliografía

Equipo Editorial. (2021). ANÁLISIS DEL TURISMO CULTURAL Y SU IMPACTO ECONOMICO DENTRO DE CANTÓN URDANETA, AÑO 2021. Quevedo, Los Rios, Ecuador. Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12290/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000444.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ardila, A. (2015). *Turismo, los orígenes y significados,Turismo y Sociedad, XVII.* Bogotá, Colombia. Obtenido de https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4449/5054

Casamitjana, L. (2021). *identidad y desarrollo el valor de ser*. Obtenido de https://identidadydesarrollo.com/introduccion-al-turismo-cultural/

Cascante, M. (2021). Expresiones orales, una herramienta para desarrollar el turismo cultural en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*. Obtenido de https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/438/520

Fernández, Á. (2015). *LA TRADICIÓN ORAL EN EL CANTÓN SANTA ANA Y SU APORTE AL*. Obtenido de http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/650/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-41.pdf

Fichamba, L., & Manuel Jaramillo, D. D. (2021). *Las tradiciones orales en el desarrollo turístico de un pueblo milineario.* Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000500053&script=sci_arttext_plus&tlng=es#B2

González, J., Cervera, T., González, M., & Martín, P. (2022). *Metodología paar el posicionamiento de los reproductos turísticos de agencias de viajes*. Obtenido de gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-de-productos-turisticos-y-agencias-de-viajes/

Guzmán, L., & García, G. (s.f). FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA UNA GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL DESDE LA PERSPECTIVA DE LA AUTENTICIDAD. Obtenido de https://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/854/854.zip

Kotker, Bowen, & Makens. (2015). Marketing Turístico. En Kotker, Bowen, & Makens, *Marketing Turístico.* Florida: Pearson.

Kotler, P. (1997). Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing.

Lapo, G. (2015). *TÉCNICAS DEL GRABADO CALCOGRÁFICO APLICADAS EN GRÁFICAS RELACIONADAS.* Loja.

Loaiza, D. (2020). *Repositorio UIDE.* Obtenido de https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4470/1/T-UIDE-0114.pdf

Lopez, J. (2006). Leyendas Populares Colombianas. Bogota.

Mora, T. (2004). *Loja del ayer Relatos, cuentos y tradiciones.* Loja: GraficAmazonas.

Morote. (2002). *uniminuto-dspace*. Obtenido de TRADICIÓN ORAL Y PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES DE LAS COMUNIDADES ASOPRICOR COMO LEGADO SIMBÓLICO E HISTÓRICO DEL CAMPO EN LA REGIÓN: http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/bitstream/10656/4749/1/T.C%20CRUZ%20SOTO%20LAURA%20CAROLINA%202016.pdf

OMT. (2020). *unwto.* Recuperado el 10 de 05 de 2022, de https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Orti, A. (2006). Leyendas urbanas en España. Circulo de lectores.

Plan de uso y gestión del suelo del Cantón Loja. (Agosto de 2021). *Pugs Municipio de Loja*. Obtenido de https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/pugs-2020_2032.pdf

Properati. (04 de Diciembre de 2019). *Loja, una ciudad llena de arte y naturaleza*. Obtenido de https://blog.properati.com.ec/loja-una-ciudad-llena-de-arte-y-naturaleza/

Quintanilla. (2012). Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105447/Gonzalez_Herrera.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salas, E. (2018). ESTUDIO DE LA MARCA CIUDAD LOJA COMO ATRACTIVO DE TURISMO. *Revista Turismo y desarollo local*, 25.

Scorians, F. (2011). Turismo Cultural Observatorio Astronómico de la ciudad de La Plata. La plata. Obtenido de

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/140887/Documento_completo.%20Turismo%20cultural-2A.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Revista digital Siembra*. doi:https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1717

Tene, E. (2019). *El impacto del Festival Internacional de ArtesVivas de Loja (FIAVL) en los j´ovenes.* Loja. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/337607741_El_impacto_del_Festival_Internacional_de_Artes_Vivas_de_Loja_FIAVL_en_los_jovenes

Ubidia, A. (s.f). *Cuentos Popular Andino.* Quito: Instituto Andino de Artes Populares. Obtenido de https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/112719-opac

UNESCO. (2020). *UTM.* Obtenido de https://utm.edu.ec/UC/img/Pdf/Tradiciones%20y%20expresiones%20orales.html#:~:text=La%20tradici%C3%B3n%20oral%20constituye%20con,tradicional%20encuentre%20nuevos%20medios%20para

UNESCO. (s.f). *ich.unesco.org.* Obtenido de ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?: https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003#:~:text=El%20patrimonio%20cultural%20no%20se,rituales%2C%20actos%20festivos%2C%20conocimientos%20y

Vallejo, J., Malla, F., Lalangui, M., & Ochoa, J. (2020). EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA, ECUADOR. *ECA Sinergia*, 121. Obtenido de https://docplayer.es/197880538-El-impacto-economico-del-turismo-en-la-provincia-de-loja-ecuador-evaluacion-historica-y-prospectiva.html

Velásquez, A. (2015). *"Revalorización del Patrimonio Cultural inmaterial turístico de la ciudad de Otavalo a través de una Guía de leyendas urbanas".* Otavalo. Obtenido de https://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/52000/129/1/UO-PG-TUR-2015-14.pdf

11. Anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director de Trabajo de Integración Curricular

Universidad Nacional de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 26 de abril de 2022, a las 09h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja, 26 de abril de 2022, a las 09h05. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación,** del Reglamento de Régimen Académico de la UNL vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa **a la Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc**., Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"CUENTOS, MITOS Y LEYENDAS, COMO PARTE DE LA TRADICIÓN ORAL Y SU RELEVANCIA PARA EL TURISMO DE LA CIUDAD DE LOJA**", de autoría de ell/la Sr/Srta. **VEINTIMILLA QUEZADA EDISON JOSÉ**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación "*será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación*". **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal**.

CESAR AUGUSTO NEIRA HINOSTROZA

Firmado digitalmente por CESAR AUGUSTO NEIRA HINOSTROZA
Fecha: 2022.04.26

Mgs. César Augusto Neira Hinostroza, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 26 de abril de 2022, a las 09h10. Notifiqué con el decreto que antecede **a la Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc**., para constancia suscriben:

Firmado electrónicamente por:
YESENIA ALEXANDRA BRICENO LUZURIAGA

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc
ASESOR/A DEL PROYECTO

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA

Elaborado por: Soledad Medina G.
C.C.Archivo

Anexo 2. Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular

Universidad Nacional de Loja

FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
Carrera de Turismo

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. **231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente**, que textualmente en su parte pertinente dice: "***Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.*** *La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación…*", En mi calidad de director del trabajo de integración curricular **CERTIFICO**:

Que, el señor estudiante Edison José Veintimilla Quezada con C.C. N° 1105328643 ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado **Cuentos, mitos y leyendas, como parte de la tradición oral y su relevancia para el turismo de la ciudad de Loja** ya que cumple con un porcentaje de **100%**. Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo se cumplió con los cambios requeridos para su cumplimiento total.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 15 de agosto de 2022

Firmado electrónicamente por:
YESENIA ALEXANDRA
BRICEÑO LUZURIAGA

F) ----------
Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc
DIRECTORA DE TRABAJO DE I. CURRICULAR

C.C. *Sr. Edison Veintimilla Quezada.*
Expediente de Estudiante
Archivo

TLF. 072545114
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa",
Casilla letra "S", Sector La Argelia · Loja - Ecuador

Anexo 3. Certificado de la traducción del resumen-abstract.

English Speak Up Center

Nosotros "English Speak Up Center"

CERTIFICAMOS que

La traducción del resumen de tesis titulada "CUENTOS, MITOS Y LEYENDAS, COMO PARTE DE LA TRADICIÓN ORAL Y SU RELEVANCIA PARA EL TURISMO DE LA CIUDAD DE LOJA." documento adjunto solicitado por el señor Edison José Veintimilla Quezada con cédula de ciudadanía número 1105328643 ha sido realizada por el Centro Particular de Enseñanza de Idiomas "English Speak Up Center"

Esta es una traducción textual del documento adjunto. El traductor es competente y autorizado para realizar traducciones.

Loja, 28 de febrero de 2023

Mg. Sc. Elizabeth Sánchez Burneo
DIRECTORA ACADÉMICA

DIRECCIÓN: SUCRE 207-46 ENTRE AZUAY Y MIGUEL RIOFRIO | TELÉFONO: 099 5263 264

Abstract

The city of Loja is known as the cradle of art, literature, and great songwriters or composers that are part of the popular culture of our country. Accordingly, these narratives are visible in the myths, tales, and legends we studied in this research. Therefore, we highlighted 13 myths and legends popular among the Lojanos population, which build the cultural identity expressed in various tourism products and strategies brought about by implementing the design thinking methodology. The general objective of this research paperwork is; to identify the tales, myths, and legends as part of the oral tradition and their relevance for tourism in the City of Loja. In the same way, we established three specific objectives: 1. Identify the most foundational tales, myths, and legends of the city of Loja, and 2. Generate tourist products from the identified myths, tales, and legends, 3. Develop strategies for positioning the designed tourism products. The methodology used was as follows: for the first objective, we conducted a bibliographic review of the tales, myths, and legends of the city, INPC registry cards, and interviews to learn about the current situation of Loja's oral traditions; For the second objective, we used the Design Thinking methodology under a focus group, which helped to determine possible solutions to the problems identified, which allowed the development of proposals and the design of tourism products. For the third objective, we developed strategies for positioning the designed tourism products, taking into account both public and private actors, which provide additional support to the oral traditions of the city. Likewise, with the results obtained in the first objective, we proceeded to elaborate on the proposal of touristic products and strategies as they become visible within the cultural heritage. In addition, we participated with the touristic and cultural actors, where we constructed the outline of several final tourism products, which we selected according to the information gathered during the first stage of the research. The third objective was the promotion of the designed touristic products, which generate a greater reach among tourists who wish to participate in this type of cultural tourism activity.

Keywords: Cultural tourism, intangible heritage, oral traditions, tourism products, design thinking, Loja

Anexo 4. Ficha de inventario de INPC.

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** **Dirección de inventario patrimonial** **Patrimonio cultural inmaterial** **Ficha general**				
1. Datos de localización.					
Provincia		**CANTÓN:**			
Parroquia		**URBANO**		**RURAL**	
Localidad					
Coordenadas UTM:	**X este** **Y norte** **Z altitud**				
2. Fotografía referencial					
Descripción de la fotografía					
3. Datos de identificación					
Denominación					
Grupo Social					
Lengua					
Ámbito					

Detalle del subámbito	

4. Descripción de la manifestación

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
Anual		
Continua		
Ocasional		
Otro		

5. Portadores / soportes

Tipo	**Nombre**	**Edad/tiempo de actividad**	**Cargo/función/actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuo					

6. Valoración

Importancia para la comunidad

	Manifestaciones Vigentes	
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones Vigentes en la Memoria colectiva pero no practicadas.	

Sensibilidad al cambio		
Alta		
Media		
Baja		

7. Interlocutores				
Apellido y nombre	**Dirección**	**Teléfono**	**Sexo**	**Edad**
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

8. Elementos relacionados			
Código/Nombre	**Ámbito**	**Subámbito**	**Detalle del subámbito**

9. Anexos			
Textos	**Fotografía**	**Videos**	**Audios**

10. Observación

11. Datos de control			
Entidad investigadora			
Inventariado por		**Fecha de registro**	

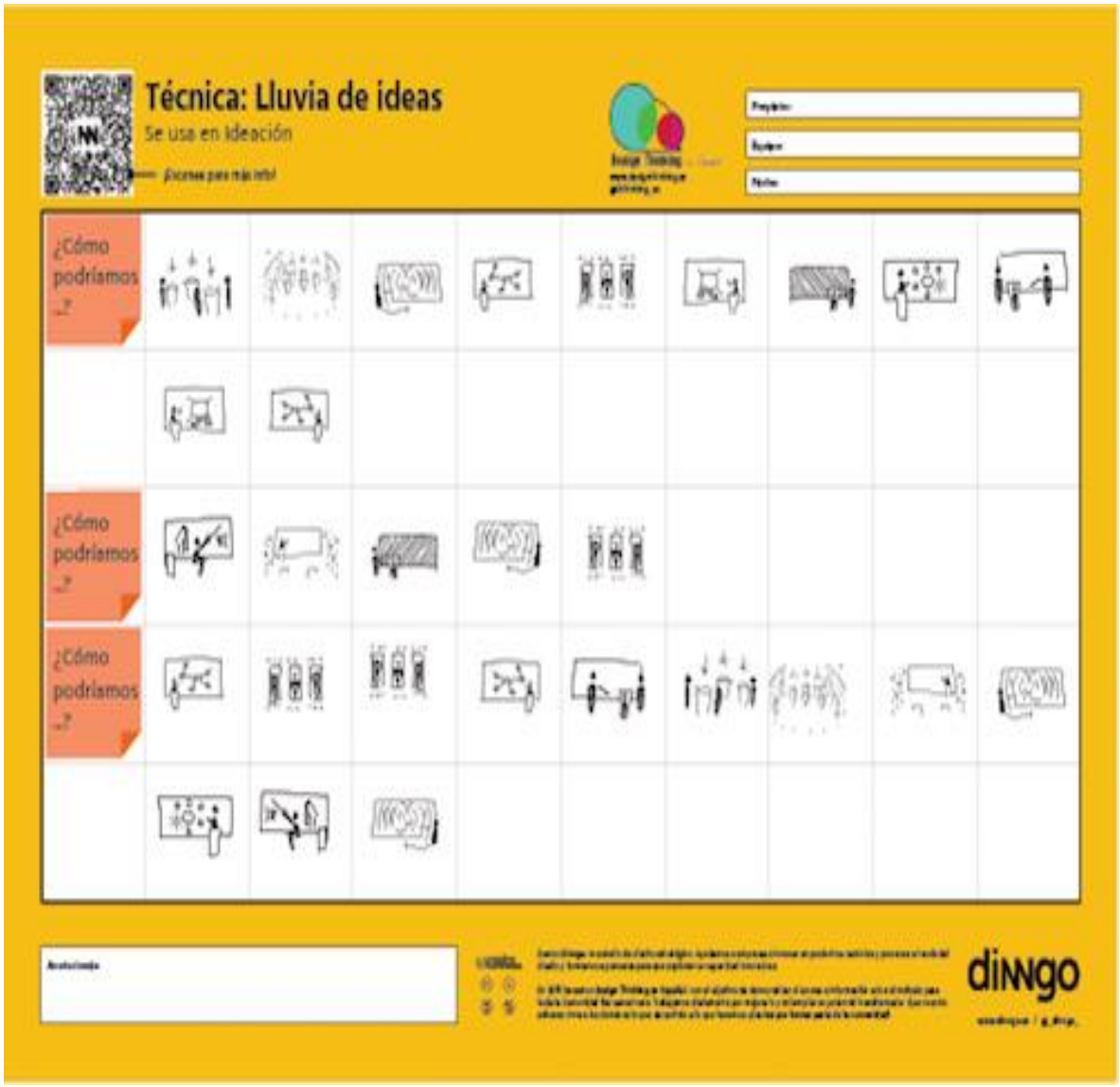
Anexo 5. Cuestionario de entrevista.

1. Conoce el patrimonio cultural de la ciudad de Loja.
2. Cuando se nombra cuentos, mitos y leyendas a que le hace referencia estos términos.
3. Considera que la ciudad de Loja cuenta con riqueza patrimonial bajo las denominaciones antes descritas.
4. ¿Cree usted que los mitos, cuentos y leyendas aportan al desarrollo turístico de la ciudad?
5. ¿Según su criterio que cuentos, mitos y leyendas considera más importantes dentro de las tradiciones orales de la ciudad de Loja?
6. ¿Cree que la ciudad de Loja es conocida por sus tradiciones orales?
7. ¿Según su criterio qué alternativas se pueden desarrollar para revalorizar el patrimonio cultural en cuanto a las tradiciones orales de la ciudad de Loja?
8. ¿Considera que actualmente las personas locales han perdido el interés por conocer los cuentos, mitos y leyendas más importantes de la ciudad? Por qué.
9. Su dependencia de qué manera aporta al resacaste y revalorización del patrimonio cultural de la ciudad de Loja.

Anexo 6. Metodologia Desing Thinking (Tecnica Mapa del presente).

Anexo 7. Metodologia Desing Thinking (Técnica diagrama de prioridades).

Anexo 8. Metodologia Desing Thinking **(**Técnica lluvia de ideas).



Anexo 9. Modología Desing Thinking (Técnica interacción constructiva).

Anexo 10. Modología Desing Thinking (Técnica Apuntes de testeo).

Anexo 11. Levantamiento de información.

<table>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>Entrevista Doctor Gabriel Gómez.</td><td>Entrevista Licenciada Zoila Loyola.</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>Entrevista Licenciado Jaime Celi.</td><td>Entrevista Licenciado Christian Gavilánez.</td></tr>
<tr><td> </td><td>
</td></tr>
<tr><td>Entrevista con Gabriel Villalta coordinador del Centro Cultural Municipal Alfredo Mora Reyes.</td><td>Focus group aplicación de la metodología Design Thinking.</td></tr>
</table>