



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRSENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN HOTELERÍA Y
TURISMO**

PROBLEMA:

**JUEGOS AUTÓCTONOS Y POPULARES DEL PUEBLO MONTUBIO COMO
ELEMENTO PARA FORTALECER EL CANTÓN BABA**

AUTOR:

ROGGER ALEXANDER VARGAS GUERRERO

TUTOR:

MSC. ELECTRA MARICELA IZURIETA PUENTE

BABAHOYO – ENERO /2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios ya que él es el motor de mi vida, sin él no hubiera logrado llegar a conseguir esta meta, a mis padres Marisela Guerrero y Wilmer Vargas porque ellos me supieron formar con reglas y valores y gracias a ellos he obtenido este logro.

Ha mis hermanos y familia desde mis primos y primas hasta mis tías y compañeros de clase que supieron decirme que no me dé por vencido que la vida no es como los cuentos que hay que llorar reír pero no rendirse es permitido caer pero obligación de levantarse por es y por mucha más puedo decir que este logro es uno de lo mucho que con la bendición de Dios y la ayuda de mi familia lograre

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por darme la vida, a mis padres por el apoyo constantes, a mi círculo familiar que siempre se hizo presente para darme una ayuda unas palabras y consejos para seguir luchando a mis maestros que fueron inculcando saberes y gracias a sus enseñanzas hoy obtengo este título.

RESUMEN

Este trabajo se basa primordialmente en el problema Escasos Juegos Autóctonos y Populares Aculturación del Pueblo Montubio, efecto ocasionado por la migración, el interés de la población en actividades lucrativas –rentables, desinterés de la identidad cultural provocando como efecto la inexistencia y la inaplicación de juegos nativos, influenciando en el bajo nivel de desarrollo económico-turístico local.

La siguiente Investigación está compuesta por:

Introducción cuyo objetivo es exponer una visión amplia del problema investigado y de la justificación explicando las bases que me impulsaron a desarrollar el tema, además de exponer los beneficios -beneficiarios de la investigación.

Elaboración del objetivo general y objetivos específicos, con los que se planea aportar a la problemática, formada por: variable independiente: Juegos Autóctonos y Populares, variable dependiente: Elementos Turísticos.

El problema de investigación se relaciona con varios documentos nacionales e internacionales, y autores que plantean diferentes conceptos de juegos autóctonos y populares desde punto de vista investigativo.

Existen diferentes definiciones de varios autores por ejemplo:

(Parlebas 1989) Resalta que los juegos populares de alguna manera son la memoria de una región, el testimonio de una comunidad.

(Gardner 1998) Describen características intrínsecas como el juego autóctono (dícese de lo que ha nacido o se ha originado en el mismo lugar donde se encuentra), tradicional (es el juego conservado de tradición en tradición), popular (que es peculiar del pueblo o que procede

de él), convencional (que se establece en virtud de precedentes ó de costumbres) y recreativos (divertir, alegrar).

(Elkonin 1980) La naturaleza del juego es histórica-cultural y los niños/as en sus juegos, muestran comportamientos que tienen su referencia en la sociedad en la que viven.

Además encontraremos los tipos y técnicas de investigación utilizadas para la recolección de la información, procedimientos que aportaron a los resultados obtenidos. Se describirá en detalles las conclusiones encontradas durante el trabajo investigativo.

Palabras claves: Juegos Autóctonos, Inexistencia, Inaplicación, Tradición, Plurinacionalidad, Interculturalidad.

SUMMARY

This work is based primarily on the problem of Scarce Native and Popular Games Acculturation of the Montubio People, an effect caused by migration, the interest of the population in lucrative activities –pressible, disinterest in cultural identity, causing as a result the absence and non-application of games natives, influencing the low level of local economic-tourism development.

The following Research is composed of:

Introduction whose objective is to expose a broad vision of the problem investigated and of the justification explaining the bases that impelled me to develop the subject, in addition to exposing the benefits - beneficiaries of the investigation.

Preparation of the general objective and specific objectives, with which it is planned to contribute to the problem, formed by: independent variable: Native and Popular Games, dependent variable: Tourist Elements.

The research problem is related to several national and international documents, and authors who raise different concepts of native and popular games from a research point of view.

There are different definitions of several authors for example:

(Parlebas 1989) Highlights that popular games are somehow the memory of a region, the testimony of a community.

(Gardner 1998) They describe intrinsic characteristics such as the native game (it is said of what was born or originated in the same place where it is found), traditional (it is the game preserved from tradition to tradition), popular (which is peculiar to the people or that comes

from it), conventional (which is established by virtue of precedents or customs) and recreational (fun, cheer up).

(Elkonin 1980) The nature of the game is historical-cultural and the children in their games show behaviors that have their reference in the society in which they live.

Keywords: Native Games, Absence, In application, Tradition, Pluractionality, Interculturality.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVO	5
SUSTENTOS TEORICOS	6
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	12
RESULTADOS OBTENIDOS	14
SOLUCIONES PLANTEADAS.....	16
CONCLUSIONES	17
BIBLIOGRAFÍA.....	19

INTRODUCCIÓN

Se implementaron varias técnicas, métodos, matrices de estudio ostentando un papel transcendental en el proyecto. Examinando como principal aporte es la utilización de las sub-línea de investigación de la Carrera de Hotelería y Turismo: “Investigación de culturas y su aporte al turismo” y “Aportes de la actividad turística como generadora de empleos.”

El estudio realizado colabora al desarrollo local, en relación: creación de actividades e promoción turística local mediante implementación de juegos autóctonos y populares, rescaté de la identidad cultural, y el crecimiento económico del Cantón Baba. En nivel profesional académico aporta con nuevos enfoques investigativos al estudiante y egresado con conocimientos investigativo, enriquecimiento cultural, emprendimiento, diseño y creación de producto turístico.

El objetivo primordial investigativo es Identificar los Juegos Autóctonos y Populares del Pueblo Montubio para Fortalecer los Elementos del Cantón Baba, mediante objetivos específicos que aportaran de manera significativa al progreso del objetivo central.

El principal logro dentro del área de investigación: Conocer la riqueza cultural del pueblo montubio de la Provincia de Los Ríos, considerada antiguamente y actualmente la zona con un recurso cultural inmemorable y estratégico para el turismo.

Ecuador considera en pleno siglo XXI a los juegos autóctonos y populares como el eje primordial del turismo y el deporte, empleando proyectos como Festivales Nacionales de Juegos, ejecutados en varias provincias del Ecuador, con el propósito de involucrar e impulsar la interculturalidad y las destrezas del pueblo aborígen. Es una oportunidad de atracción turística y desarrollo local del cantón Baba.

JUSTIFICACIÓN

En la Provincia de Los Ríos, en el Cantón Baba, conocido como el más antiguo de los cantones de la provincia mencionada anteriormente (asentamiento de la Tribu Baba, y ser el pueblo que en 1542 fue elevada a categoría de Tenencia en los primeros años de la conquista de los españoles). Cantón poseedor de un patrimonio cultural inigualable por juegos autóctonos y culturales, conocidos por la destreza, habilidad al instante de ejecutarse por el hombre. Los juegos populares que existentes en la localidad son los siguientes descriptos a continuación.

Juego del trompo. “Se utiliza un juguete redondo de material de madera, tallada o en algunos casos de plástico con una punta de metal, debe enrollarse con una cuerda hasta lograr cubrir el trompo y con un suave movimiento de la mano lanzarlo al suelo, para que el trompo de vuelta en el suelo “.

Juego de la Cuerda o Soca. “Se realiza con participantes divididos en dos grupos, cada grupo toma un extremo de la cuerda y jalan hasta que el equipo contrario pierda el equilibrio “. La soca tiene que ser delgada, para que los participantes tengan facilidad de jalarla.

Juego de la rayuela. Consiste en dibujar en el suelo una figura en forma de avión con varias secciones cuadradas, las mismas deben tener el mismo tamaño. Los participantes deben tener una ficha para lanzarla desde la posición, y avanzar saltando hasta la ficha si el participante pisa la línea de la figura, inmediatamente pierde el juego. El ganador es el participante que avance sin aplastar la línea de la figura.

Juego de Los Pepos. Conocido como el juego de boliche o canicas. “Se realiza con dos participantes, utilizando similar a las canicas, pero se colocan dentro del círculo y si logras sacarlas son tuyas. El ganador el que posea más canicas “.

Juego de Ensacados o Carrera de saco. “Se juega al aire libre, el ganador es el primero en llegar a la meta. El número de participantes depende del área a ejecutarse y la organización del evento “.

Juego de Olla Encantadas. “Se parece al juego de la piñata mexicana consiste en adornar una olla de barro, porcelana con papel de colores que luego se llena con dulces y otros premios, se ensartan las ollas en una cuerda, separadas una de otra, para que los niños, jóvenes, adultos traten de romperlas. Se vendan los ojos, se le hace dar dos vueltas al participante, y se le señala en dónde está la olla con el palo. El participante tiene que golpearla tres veces y si la rompe gana, y si no da paso al siguiente jugador.

Juego del Chancho Ensebado. “Se realiza con participantes jóvenes y adultos que luchan por agarrar un resbaladizo cerdo cubierto de barro. Si el participante agarrar al cerdo se lo llevará a su casa “.

Juego del Hula.” Se utiliza un aro de plástico que se coloca en la cintura y se gura por el participante. Quien dura más tiempo sin caer el aro, gana”.

Juego de Lucha de Mujeres-Hombres. “Se realiza en lodo, dos mujeres o dos hombres, se esfuerzan por tumbarse y declararse ganadores, todo dentro de una piscina de lodo. Demostrando quien tiene más fuerza y resistencia física.

Juego del Palo Ensebado. “Se usa un palo de 10 a 15 metros y se cubre de grasa, los participantes deben subir a la cima y tomar la bandera, el ganador es el que lo logre hacer primero “.

Actualmente los juegos populares son conocimientos empíricos aprendidos de nuestros antepasados, trasmitidos de generación en generación. La principal característica son los materiales y las técnicas utilizadas en el instante de realizar la actividad. Cuyo

objetivo es resaltar y rescatar el conocimiento cultural y destreza de la actividad, en relación a las técnicas utilizadas e habilidades de la persona que ejecuta el proceso los juegos.

El Cantón Baba es un sector estratégico cultural en la promoción turística, pero en el transcurso del tiempo ha sido afectado por la Pérdida de la Identidad Cultural de la población, obstáculo generado por la migración del humano a ciudades con vías de desarrollo inducido por fortalecer y mejorar la calidad del ser humano, originando la aculturación del pueblo montubio por la introducción de nueva cultura al ámbito social, adaptando la cultura extranjera en el ámbito cotidiano, influyendo en el limitado conocimiento ancestral, ocasionando que los escasos juegos autóctonos y populares del pueblo montubio se extingan a nivel local, por no compartir los antepasados sus costumbres con las generaciones futuras en el desinterés de las autoridades en promocionar, resaltar, rescatar la identidad autóctona del pueblo montubio.

Los beneficiarios directos de resaltar, promocionar, rescatar los juegos autóctonos y populares del Cantón Baba son la empresa privada por el crecimiento proporcional económico por la ejecución de proyectos de emprendimientos locales basados en la ejecución de juegos autóctonos y populares del pueblo montubio, pero a nivel local la Empresa Pública adquirirá ventajas positivas como la promoción turística local por el aumento monetario, producido por la afluencia de visitantes al Cantón, mediante las estrategias de incentivación intercultural, oportunidad brindada por el Profesionales de Turismo, beneficiario en adquirir experiencia profesional y en elaborar o diseñar un nuevo producto turístico, la inclusión del profesional en el campo investigativo del estudiantado de la Universidad Técnica de Babahoyo, y la Comunidad obtendrá la ventaja de crear un emprendimiento propio, para mejora de calidad de vida, mediante la realización de un proyecto de inclusión social y cultural de sostenibilidad.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Identificar los juegos autóctonos y populares del pueblo montubio para fortalecer los elementos turísticos del Cantón Baba.

SUSTENTOS TEORICOS

TURISMO CULTURAL

(Mallor et al, 2013). El turismo cultural constituye una forma de turismo que obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su delimitación es muy subjetiva. (Caro, 2015)

La OMT tomara la iniciativa en 1995 y, ante esta forma de desplazamiento que ya se estaba consolidando, proponer su definición, definiendo el turismo cultural como todos los movimientos de las personas ara satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros, aludiendo al desplazamiento. Richards lo conceptualiza como “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales “. (Molinero, 2013, pág. 21)

El turismo cultural se refiere a la demanda de los turistas en un servicio (hospedaje, alimentación, información turística), con el objetivo de conocer la diversidad cultural, y satisfacer la necesidad de consumir el producto turístico, creando el desplazamiento de su entorno habitual, promovido por la nueva experiencia.

SABERES ANCESTRALES

Esta postura conceptual, enunciada por García Canclini, dibuja la idea de una construcción inacabada, por tanto, establece un imaginario en el cual se crean por medio de la reproducción de saberes ancestrales nuevos mundos culturales que se enriquecen o empobrecen de acuerdo a las acciones que se toman en cada cultura. Este factor hay que analizarlo desde una perspectiva crítica, en la cual una cultura y todo lo que la compone (saberes, tradiciones, cultos, ritos, etc.) está conformada a partir del mundo colonial y neocolonial que se establece desde el poder. (SABERES ANCESTRALES. ESTUDIO DE CASO: LA COMUNIDAD DE LOS SACHIS EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS , 2016, pág. 13).

Los Saberes ancestrales son los conocimientos adquiridos del ser humanos, desde la niñez hasta la adultez. Se conoce actualmente como la sabiduría de generación en generación por los adultos mayores al joven, el principal objetivo de las personas en relación a saberes ancestrales en la sociedad es preservar la cultura.

COSTUMBRES

(Ortiz, 2006) expresa que: La costumbre es una manifestación de la vida racional. Como objeto propio de lo ético no puede extenderse en funcionamiento puramente animal. Lo que a ella pertenece, debe ser siempre algo que lleve el sello de las cualidades específicas del hombre: inteligencia y voluntad libre. (Illescas Espinoza, Costumbres y tradiciones en la provincia de El Oro Ecuador: un enfoque turístico., 2015, pág. 17).

En la cultura podemos definir que los saberes ancestrales son aquellas manifestaciones de la vida cotidiana que presenta cada ser humano en todas las áreas que convive con las demás personas, las costumbres de cada miembro de comunidad tienen su objetivo propio el cual implica como se puede expresarse y dirigirse a la sociedad con todo lo que ha estado aprendiendo a lo largo de la vida. Las costumbres son modos propios del ser humano, adquiridas antiguamente por la práctica frecuente en la vida cotidiana, hacen al ser humano distinto de al grupo social.

JUEGOS POPULARES

(Morales y Guzmán 2000), los juegos populares son aquellos juegos de carácter tradicional, comúnmente derivados de las actividades laborales o de procedencia mágica religiosa; las reglas tienen un carácter participativo, y son variables y flexibles. Asimismo, tanto los instrumentos como el terreno de juego no están (en la mayoría de los casos) regulados, rigiéndose en función de las peculiaridades de la región, comarca o localidad en la que se practican. (Alfonso Valero Valenzuela, 2008, pág. 134).

Los juegos populares son exactamente los juegos que repetidas veces se organizan dentro de una localidad y son comúnmente parecidos a las actividades que normalmente realizan las personas es decir cuando trabajan, existen diferentes tipos de juegos pero en este estudio de caso se detallan como pueden volver formar parte de lo diario del cantón Baba.

Los juegos tradicionales y videojuegos comparados en esta investigación tienen, como denominador común fundamental, una centralidad particularmente clara y relevante de una de las mecánicas de juego definidas anteriormente. Asimismo, nuestra selección de juegos tradicionales y videojuegos para los estudios de caso atiende también a una valorización sobre el grado de popularidad del juego y su éxito comercial en el caso del videojuego. Por añadidura, se establecerán comparaciones entre juegos y videojuegos que corresponden a un mismo género de juego (y que además, en términos de Wittgenstein, poseen un particular «ai - re de familia»), por ejemplo comparando el ajedrez con un videojuego sobre tema bélico del género de estrategia, en lugar de un «shooter». (Pérez-Latorre, 2012, pág. 123)

(Roberts & Sutton-Smith 1962). El juego popular como creación social integrada en el seno de la comunidad, se convierte en una actividad que socializa y educa a las personas desde las primeras etapas vitales a modo microcosmos. (Varela, 2015, pág. 2).

Un juego se cataloga por una forma de recreación distracción, pero al momento de decir tradicional se refiere a lo que se realiza conjunto a las festividades de una comunidad en particular, en este estudio los juegos autóctonos serán un impulso para desarrollar la actividad turística dentro de la ciudad.

Morales y Guzmán, establecieron que los juegos son de procedencia religiosa, las reglas que forma la actividad son versátiles, interactivas, flexibles, comprensibles, mientras Roberts, Sutton y Smith establecieron que los juegos son de unión social, con el propósito de integrar y educar a la comunidad.

MARKETING

(McCarthy, 1964). Define el marketing como el resultado de la actividad de las empresas que dirige el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario, con la pretensión de satisfacer a los consumidores y permitir alcanzar los objetivos de las empresas. (Carasila, 2008, pág. 393).

Marketing o promoción se define la siguiente manera a este termino resaltando que es muy utilizado en la actividad hotelera y en todo recurso que solicite su ayuda, el marketing turístico está dirigido específicamente a las empresas hoteleras en el cual se detallan las actividades que realiza para que el destino tenga una excelente promoción turística y esto es lo que se busca con los juegos tradicionales dentro del cantón.

(Vaile, Grether y Cox 1952). Opinan que el Marketing es la actividad que emplea y distribuye los pocos recursos existentes de acuerdo a la demanda del momento; deduciendo que el marketing es capaz de averiguar necesidades y posteriormente satisfacerlas. (Carasila, 2008, pág. 395).

El marketing se aplica en todas a las áreas, pero aquí esta direccionada a la promoción que se debe realizar para que los juegos formen parte del desarrollo turístico del sector, el marketing son estrategias de venta en las empresas privadas, realizadas a los bienes materiales o inmateriales, con el objetivo de compensar las necesidades del consumidor y establecer un status comercial, económico y financiero empresarial.

PROMOCIÓN

La promoción turística es, pues, dentro del lenguaje del turismo, una herramienta indispensable para dar a conocer los servicios y productos que se quieren ofrecer al potencial turista/viajero 2.0, es decir, para comunicar y persuadir. Dentro de la comunicación turística podemos distinguir dos modalidades clave: la comunicación profesional entre distintos expertos del sector y la comunicación entre profesionales y usuarios, que se desarrolla tanto de forma directa, basada en interacciones orales

(conversaciones en agencias de viaje, hoteles, etc.) como indirecta, basada en interacciones diversas escritas (guías, folletos, prensa especializada, anuncios publicitarios, páginas web). (SUAAU JIMENÈZ, 2012).

Según la promoción turística es una herramienta favorable para presentar el servicio y productos que se quiere dar a conocer o comunicar al turista a través de una demanda presentada por el mismo, el termino turismo es un lenguaje que se define de la siguiente manera es una definición.

ATRATIVOS TURISTICOS

LA IMPORTANCIA DE LA RECREACIÓN Y DEL TURISMO INTERNO

Desde otra perspectiva, los resultados de las formas de distribución anual del tiempo de ocio son más demostrativos. Hoy, aproximadamente, el 54% de la población del mundo, estimada en 4 500 millones de personas, habita en ciudades. Siendo pesimistas, de este volumen de gente, cercano a los 2 500 millones, se puede estimar que un 20% (500 millones) sale de sus casas cada fin de semana con la intención de pasar el día al aire libre o consumir alguno de os servicios recreacionales de la ciudad, que detallaremos más adelante. Como el año suma 52 semanas, se tiene que, a escala mundial la demanda recreacional acumulada en un ario es igual a 26 000 millones de personas. (C.BOLLÒN, 2005, págs. 61-62).

Los atractivos turísticos son primordiales para un lugar de atracción turístico ya que lleva a la relajación de los visitantes con el fin de relacionar sus emociones con el sitio dando a él un ingreso económico dando al canto una mejora tanto en lo turístico educativo e información a los visitante.

Esta investigación se vincula con la actividad turística en Ecuador, con particularidad en la provincia de Esmeraldas. El período de tiempo que se analiza fundamentalmente tiene su inicio en el año 2008 con la nueva constitución, hasta la actualidad. Para el desarrollo del trabajo que se presenta, se tuvo como base el uso del

método materialista dialéctico el cual permite analizar la actividad turística en general y en Ecuador, en particular, como una realidad objetiva y dinámica; donde subyacen relaciones dialécticas entre distintas categorías: capital, desarrollo, sostenibilidad, entre otras. (Bravo, 20/04/2018, pág. 98)

ELEMENTOS TURISTICOS

Producto Turístico Para Díaz y otros (2006), la misma interdisciplinariedad del turismo dificulta su definición y otras veces se confunden los términos de “turismo”, “industria turística” o “destino turístico”. Igualmente para Ramírez, C. (2006), la misma dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos. (Morillo Moreno, 2010, pág. 150).

Elementos turísticos son complementos del destino turístico que sirve para la comodidad del visitante logrado un ambiente saludable y de conformación a turista.

PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es toda la oferta turística que se ha diseñado, orientada a las necesidades del turista. Incluye, por lo tanto, los servicios de hospedaje, alimentación, transporte, amenidades, espacios para la visitación y sus recorridos. El producto está compuesto por los atractivos, tanto de sitios particulares (como cavernas) y de actividades locales (como ferias taurinas, el mundial del futbol o torneos de pesca). Los atractivos son determinantes en la selección de un lugar por el turista. (Obando, 2014, págs. 45-46).

El producto turístico es una promoción turística adecuada a las modalidades, sugerencias necesidades del mercado que elabora una demanda al mercado y este lograra una satisfacción turística para el consumidor

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tipos de Investigación

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se utilizó para describir el problema actual del Cantón Baba, en relación a juegos autóctonos y populares, aculturación del pueblo montubio, para después determinar los indicadores específicos que utilizaremos en la investigación.

Investigación Explicativa

Esta investigación permitió conocer las causas del principal problema, ayudándonos a obtener una mejor comprensión de los juegos autóctonos y populares del pueblo montubio y en que aportarían estos métodos en la aculturación, y la identidad cultural del Cantón Baba.

Investigación Correlacional

Investigación utilizada para evaluar la relación existente en la variable independiente “juegos autóctonos y populares”, y variable dependiente “elementos turísticos”.

Método Analítico

Se empleó para comprender el problema estudiado, desde lo simple hasta lo complejo para después interpretar de manera concisa el problema.

Técnicas de Investigación

Encuesta

Se utilizó esta técnica a una parte minorista del sector, personas residentes actualmente de Baba, para obtener información precisa de los escasos juegos autóctonos y populares , después de verificar los resultados de la encuesta , podemos dar soluciones a cada una de las causas que producen el problema.

RESULTADOS OBTENIDOS

La encuesta realizada a las personas del cantón Baba que conoce de los juegos autóctonos y populares, pero al no contar con la medida necesaria para dar a conocer su atracción e importancia no se promociona como una actividad de atracción turística.

En las encuestas establecida y reflejada que el que la población del canto baba carece de medios direccionado al turismo por lo tanto las autoridades encargadas no aportan con el desarrollo turístico y mejora del cantón.

Cuenta con vías de transportes necesarias y adecuadas para la comodidad y visita del turista poniéndolo como un factor clave para su reconocimiento y ubicación.

La mayoría de las personas encuestadas establecen que están de acuerdo en practicar los juegos autóctonos como momento de distracción y relación ente la población.

Situaciones encontradas

En la investigación realizada se pudo notar la ganas por parte de la población en querer dar a conocer que su cantón tiene ganas de salir a delante por medio del turismo sin dejar a lado sus inversiones agrícolas ya que al ser números y aportadora al ingreso turístico en el cantón Baba la población esta inclinada y motivada con el presente aporte o idea de turismo que se le presento al poseer con los medios de acceso al lugar lo posesiona en un buen sito para la atracción turística contando también con una gente emprendedora y con ganas de salir adelante conjuntamente con las juntas parroquiales.

Nos encontramos con una infraestructura favorable con áreas y lugares adecuados para la elaboración de los juegos autóctonos.

Unas autoridades capaces para aportar al crecimiento económico solo que con falta de ingreso por sus superiores.

La población está limitada a la agricultura y negocios de economía como es el transporte al ser una ciudad pequeña la competencia del transporte es grande y cuenta desde un enfoque turístico una salida a la rutina y en eso entra lo que es los juegos autóctonos y populares como factor visible para lo que es la economía del turista equilibrado desde ambos lados lo que es la economía del sector desde transporte, restaurante, hospedaje.

Según el censo del 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos el total de pobladores del cantón Baba es de 39.681, aproximadamente porcentaje dividido en cada sector de la ciudad, no consta registrada una cantidad exacta de pobladores en cada parroquia, eligiendo como referencia el total de hombres 20.765 y el total de mujeres 18.916, de escogiendo un grupo de pobladores entre las características de sexo y edad, (hombres de entre 18 a 60)

SOLUCIONES PLANTEADAS

De manera relevante a la obtención de información de esta investigación las soluciones planteadas para mejorar la problemática son:

Con la implantación y fomentación de los juegos autóctonos y populares en el Cantón Baba, mediante la ejecución de proyectos las empresas privadas obtendrán un porcentaje económico (monetario). Colaboradores directos para impulsar el turismo local.

El trabajo colaborativo de las autoridades del GAD de los departamentos del Cantón, tienen como solución fomentar en la población el interés de los juegos autóctonos y populares, rescatar la identidad cultural, disminuir la aculturación local. Mediante estrategias fundamentales de beneficio turístico (proyecto de integración, emprendimiento colectivo) direccionado a la evolución turística.

Concientizar a la población que establezca un ámbito de identificación y apropiación cultural, solución planteada para fortalecer la gastronomía, música, danza mediante talleres, foros de intercambio cultural que disminuirá la aculturación.

La integración del profesional del turismo se centrará en buscar un aporte al desarrollo turístico del Cantón, implementando proyectos, estrategias y herramientas para el aprovechamiento del recurso cultural (juegos populares), aumentando el interés de la empresa pública, comunidad en trabajar en conjunto.

CONCLUSIONES

El cantón Baba dispone de una generosa riqueza cultural y natural que favorece a la promoción turística. Sin dejar a un lado, que su desarrollo turístico es limitado por varios puntos entre los cuales se encuentra la limitada investigación, participación de la población e inversión para la difusión y promocionar los juegos autóctonos y populares.

El desconocimiento de la población de los juegos autóctono y populares dejan a la población en un equilibrio nulo al no saber el potencial turístico que dejan sin ser utilizado esto hace que los pobladores pierda las raíces de sus antes pasado y desconozca algo propio del sector que busca una ruta de mejora atreves del turismo

Al realizar las encuestas se obtuvo los siguientes resultados, muchos de las personas que participaron en la encuesta no conocían los términos juegos autóctonos, por lo tanto, no tenían la idea de que se le estaba preguntando, lo que se sugiere como solución es que el al poner en marcha de nuevo los juegos que proporciona el cantón baba se desarrolle charlas o capacitaciones para que las personas tengan el conocimiento de cómo aportara estos juegos al mejoramiento del sector.

Además de la promoción de los juegos para que así se desarrolle más la afluencia turística del cantón brindado un mejor ingreso económico para la población de manera directa tanto a los comerciantes como a los pequeños negocios.

El logro a alcanzar será establecer los juegos autóctonos y populares al canto baba como fortalecimiento turístico mediante ellos las instituciones educativas el gobierno encargado del sector potencializando su juego como marketing turístico a través de los medios competentes.

RECOMENDACIONES

Es necesario tener presente sobre la importancia de la preservación, conservación cultural y el aprovechamiento de estos recursos a la población dando a conocer e informar los beneficios que con lleva la actividad turística para el sector. Implantar la práctica de juegos tradicionales en los tiempos de recreación en las instituciones educativas y guarderías.

Realizar festivales, concursos culturales que permitan recuperar los juegos autóctonos:

Trompo, Cuerda, Los pepos , Rayuela, Ensacados, Ollas encantadas, Hula hula, El chancho encebado, La lucha de mujeres y hombres.

Entre otros, en conjunto de concursos de platos típicos, folklore, danza música propia de la zona, una emotiva “fiesta cultural” que despierte la atención del turista y fomente la interacción con los locales, como una forma de mostrar nuestra identidad cultural, patrimonio y un poco de nuestro humor ecuatoriano dando a reflejar el respeto y consideración de lo que nos hace diferentes y únicos.

Dar a conocer el turismo mediante los juegos autóctonos y populares como un método de mejora económica cultural y social poniendo al cantón Baba como un sitio ideal para el turismo poniéndolo como un lugar de distracción oportunidad de conexión con la infancia mediante sus juegos elaborando un circulo de diversión y comodidad

Bibliografía

- Alfonso Valero Valenzuela, M. G. (2008). *LA IMPORTANCIA DE LOS JUEGOS Y DEPORTES TRADICIONALES EN LA CLASES DE EDUCACION FISICA DE LA SOCIEDAD POSMODERNA* .
- Bravo, L. L. (20/04/2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL? *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL?*, 98.
- C.BOLLÒN, R. (2005). *LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREACIONALES EL HOMBRE COMO PROTAGONISTA* . ARGENTINA : TRILLAS .
- Carasila, A. M. (2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 14(2), 391-412. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 396.
- Caro, J. L. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 932.
- Illescas Espinoza, W. H. (2015). *Costumbres y tradiciones en la provincia de El Oro Ecuador: un enfoque turístico*. MACHALA.
- Illescas Espinoza, W. H. (2015). *Costumbres y tradiciones en la provincia de El Oro Ecuador: un enfoque turístico*. MACHALA.
- Molinero, N. M. (2013). *Turismo cultural.: Patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid.
- Morillo Moreno, M. C. (2010). Turismo y producto turístico. *Turismo y producto turístico.*, 150.
- Obando, D. C. (2014). *Introducción al sistema turístico:Una aproximación a los conceptos generalesGuía para la capacitación*. COSTA RICA: UNA .
- Pérez-Latorre, I. Ó. (2012). Del Ajedrez a StarCraft. Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos. *Del Ajedrez a StarCraft. Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos*, 123.
- SABERES ANCESTRALES. ESTUDIO DE CASO: LA COMUNIDAD DE LOS SACHIS EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS* . (JUNIO de 2016). Obtenido de SABERES ANCESTRALES. ESTUDIO DE CASO: LA COMUNIDAD DE LOS SACHIS EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS : <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7170/1/T-UCE-0002-34.pdf>
- SUAU JIMENÈZ, F. (2012). PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio*. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*, 145-146. Obtenido de PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio*.
- Varela, A. (2015). *Los juegos populares como herramientas para la convivencia en los recreos*.

Anexo

MODELOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN

1.- Conoce algún juego autóctono del Cantón Baba

Si ()

No ()

2.- Cree usted que el cantón Baba puede ser un sitio turístico

Si ()

No ()

3.- Alguna vez ha participado en algún juego popular

Si ()

No ()

4.- Cree usted que hay edad máxima para realizar un juego

Si ()

No ()

5.- Usted cree que los juegos sirven para relajarse

Si ()

No ()

6.- Cree usted que los elementos turismo sirven como atracción a los turistas

Información turística clave

Transporte

Alimentación

Hospedaje

Si ()

No ()

7.- Considera importante la participación del GAD en Baba para el desarrollo turístico

Si ()

No ()

8.- cree usted el turismo ayudara al desarrollo económico del cantón Baba.

Si ()

No ()

9. considera usted las vías de transporte de baba son fortalezas para el acceso al turismo

Si ()

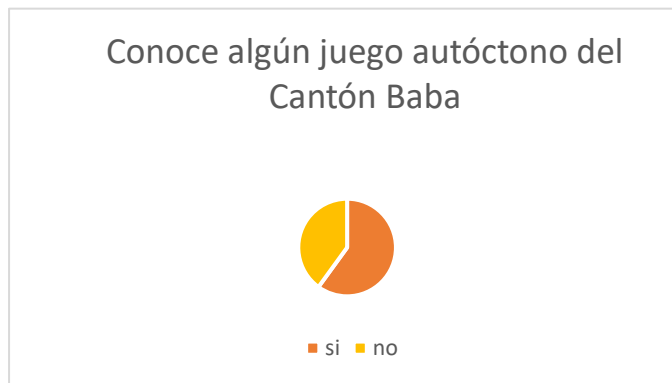
No ()

Modelo de la encuesta

Aplicadas a pobladores del Cantón Baba

1.- Conoce algún juego autóctono del Cantón Baba

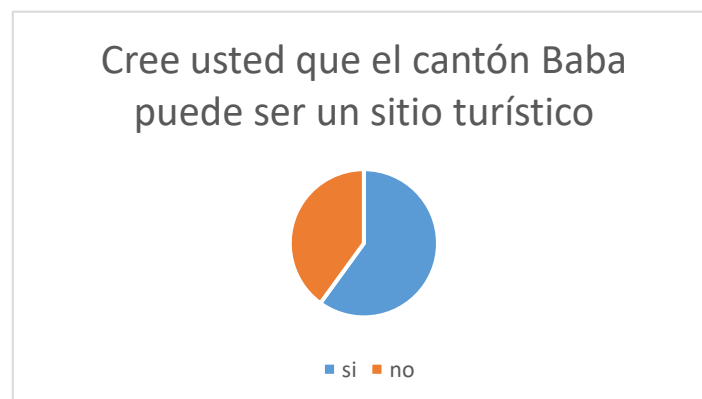
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	60	60%
no	40	40%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas en el cantón Baba 60 nos respondieron que si conocen algún juego autóctono y el restante desconoce de estos juegos.

2.- Cree usted que el cantón Baba puede ser un sitio turístico

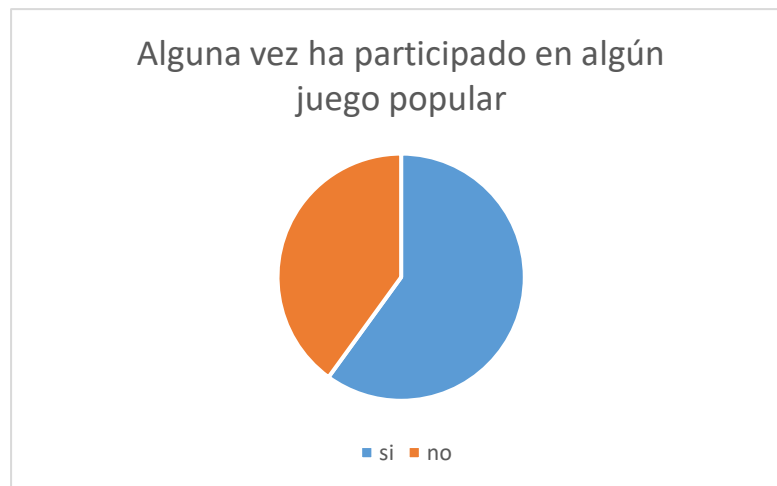
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	80	80%
no	20	20%
TOTAL	100	100%



Análisis: de las 100 personas encuestadas 80 consideran que el cantón Baba puede ser un sitio turístico mientras que 20 no lo consideran.

3.- Alguna vez ha participado en algún juego popular

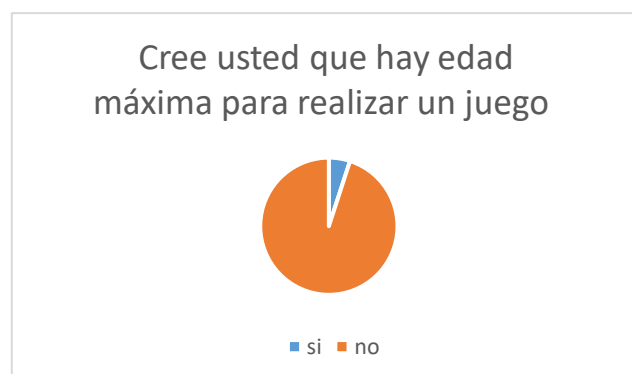
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	30	30%
no	70	70%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 30 respondieron que han participado en algún juego popular mientras que 70 respondieron que no.

4.- Cree usted que hay edad máxima para realizar un juego

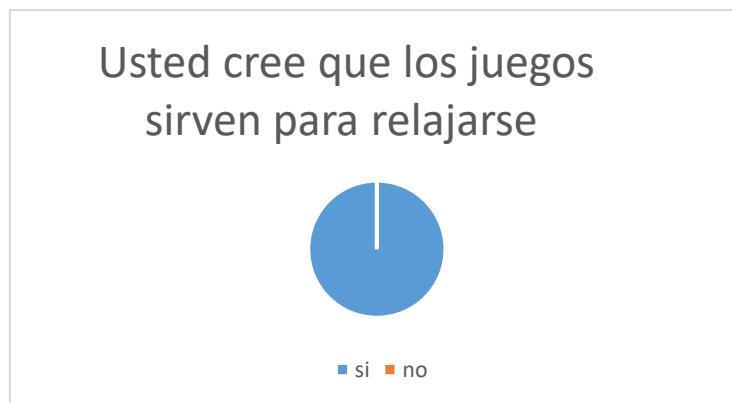
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
si	5	5%
no	95	95%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 5 respondieron que hay edad máxima para realizar un juego mientras 95 dijeron que no es necesario una edad mínimo para realizar un juego

5.- Usted cree que los juegos sirven para relajarse

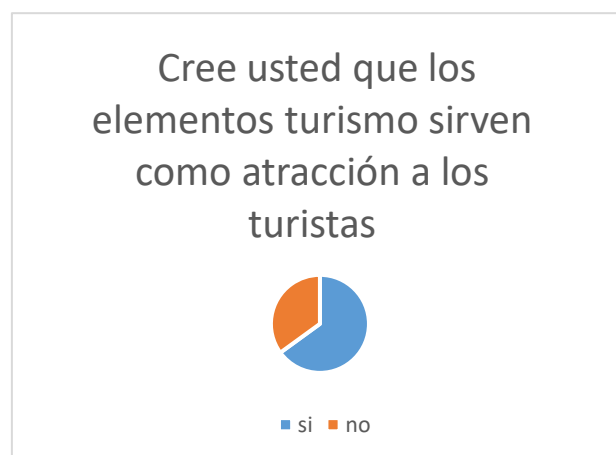
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	100	100%
no	0	0%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 100 dijeron que sí que los juegos sirven para relajarse.

6.- Cree usted que los elementos turismo sirven como atracción a los turistas

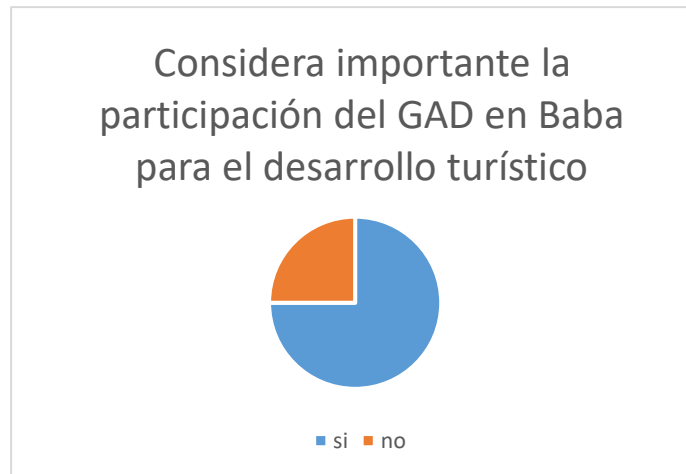
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	65	65%
no	35	35%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 65 dicen que los elementos turísticos sirven como atracción a los turistas y el 35 dicen que no.

7.- Considera importante la participación del GAD en Baba para el desarrollo turístico

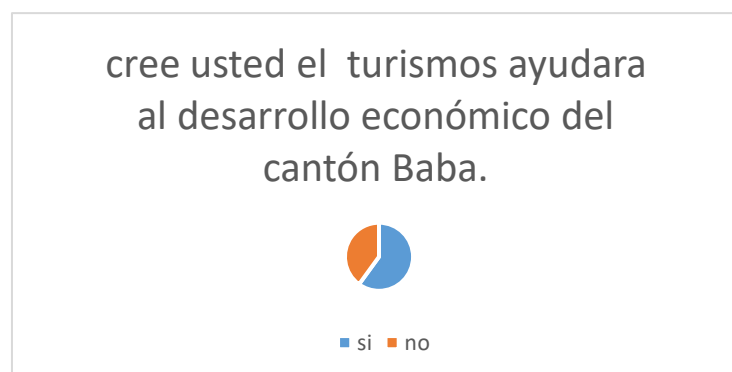
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	75	75%
no	25	25%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 75 consideran importante la participación del GAD en Baba para el desarrollo turístico mientras 25 dicen que no es importante la participación del GAD.

8.- cree usted el turismo ayudara al desarrollo económico del cantón Baba.

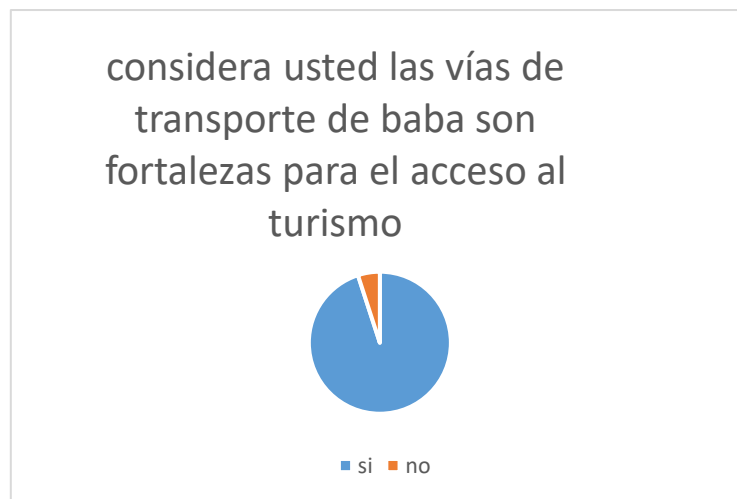
Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	95	95%
no	5	5%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas el 95 creen que el turismo ayudaría al desarrollo del canto Baba mientras que las otras 5 creen que no.

9. considera usted las vías de transporte de baba son fortalezas para el acceso al turismo

Alternativa	Frecuencia	porcentaje
si	95	95%
no	5	5%
TOTAL	100	100%



Análisis: de 100 personas encuestadas 95 consideran las que las vías de transporte de baba son una fortaleza para el acceso al turismo mientras el resto creen que no.