

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso Ecuador
Departamento de Desarrollo Ambiente y Territorio
Convocatoria 2014-2016

Tesis para obtener el título de maestría en Desarrollo Territorial Rural

Comercio, Turismo y Desarrollo Endógeno: Estudio de caso de la parroquia El Cisne del
cantón y provincia de Loja

Thalía Elizabeth Barraqueta Paccha

Asesora: Myriam Paredes
Lectoras: Anita Krainer y Carla Guerrón Montero

Quito, abril de 2017

Dedicatoria

A Dios creador de todas las cosas, por permitirme alcanzar este triunfo, y por los momentos difíciles en los que me ha fortalecido. A mis padres, porque han velado por mí en toda esta etapa estudiantil. A mi hermano, que siempre ha estado junto a mí, brindándome su apoyo incondicional.

Thalía Barraqueta Paccha

Epígrafe

El desarrollo de una localidad, de un territorio o de un país consiste en un proceso de transformaciones y cambios endógenos, impulsados por la creatividad y la capacidad emprendedora existente en el territorio

Vásquez Barquero 2007

Tabla de contenidos

Resumen	IX
Abstract	X
Agradecimientos.....	XII
Introducción	1
Justificación de la investigación	5
Problemática y antecedentes.....	6
Pregunta de Investigación.....	8
Hipótesis de partida	8
Objetivos de investigación.....	8
Descripción de los capítulos	9
Capítulo 1	10
Marco Teórico	10
1. Desarrollo Endógeno	10
1.1. La organización social y el desarrollo endógeno	14
1.2. La red social y el desarrollo endógeno	15
1.3. Apropiación de los beneficios del desarrollo.....	16
1.4. El territorio y el desarrollo endógeno	18
2. Turismo emergente	19
2.1. Turismo religioso.....	21
2.2. Turismo religioso y desarrollo endógeno	24
Capítulo 2	27
Metodología para la Investigación de Campo.....	27
1. Génesis de la investigación.....	27
2. Trabajo de campo	32
3. Análisis y presentación de resultados	34
Capítulo 3	35
Resultados	35
La parroquia El Cisne: Comercio y organización social.....	35
1. La parroquia El Cisne	35
1.1.Desarrollo del turismo religioso en la parroquia.....	36
1.2.Calendario de actividades durante el año.....	41
1.3.Funcionamiento del comercio.....	44

2. Organización Social de los comerciantes de la parroquia	48
2.1. Organización Informal.....	49
2.2. Organización Formal	51
Capítulo 4	61
Actores locales: Interacción y retención de los beneficios del desarrollo.....	61
1. Actores locales y su interacción	61
1.1.Sociedad civil.....	62
1.2.Instituciones del sector público.....	75
1.3.Interacción entre actores del territorio	81
2. Emprendimientos locales.....	86
2.1. Fábrica de velas	87
3. Retención de los beneficios en el territorio	89
3.1. Arista política	90
3.2. Arista Tecnológica.....	91
3.3. Arista Económica	93
3.4. Arista Cultural	97
Conclusiones	99
1. Formas de organización de los comerciantes de la parroquia en torno al turismo...99	
religioso.....	99
2. Relaciones entre las instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil.....100	
en la parroquia, para fortalecer procesos de desarrollo endógeno	100
3. Nivel de apropiación de los beneficios que resultan de las iniciativas.....102	
de emprendimiento existentes en la parroquia para identificar su endogeneidad.....	102
4. Estudiar como los comerciantes, vinculados al turismo religioso de la parroquia.....104	
El Cisne, interactúan con otros actores para fomentar un desarrollo endógeno	104
Reflexiones finales	106
Anexos	109
Anexo 1. Guía de entrevistas	109
Guía de entrevistas para directivos de asociaciones locales y comerciantes.....	109
no asociados.....	109
Guía de entrevista Fábrica de Velas.....	109
Guía de entrevista para el Presidente del GAD parroquial El Cisne	110
Guía de entrevista turistas en la parroquia El Cisne	110

Anexo 2. Guía de encuesta	112
Anexo 3. Listado de Entrevistados	113
Anexo 4. Entrevistas	115
Glosario	121
Lista de Referencias	122

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Interacción de recursos para el desarrollo.....	12
Gráfico 2. Aristas del desarrollo endógeno.....	16
Gráfico 3. Interacción de recursos para el desarrollo.....	45
Gráfico 4. Financiamiento y ahorro de comerciantes	46
Gráfico 5. Porcentaje de artículos/servicios que se comercializan en la parroquia El Cisne... 48	
Gráfico 6. Confesión religiosa	72
Gráfico 7. ¿Qué porcentaje de lo que vende lo produce usted mismo?	91
Gráfico 8. Procedencia de productos a comercializar en la parroquia	94
Gráfico 9. Frecuencia de compra y origen de productos negociados en la parroquia.....	95

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Línea del Tiempo Fechas Importantes para la Parroquia El Cisne	39
Ilustración 2. Calendario de principales actividades en la parroquia El Cisne	42
Ilustración 3. Sociedad civil e instituciones públicas presentes en la parroquia El Cisne	62
Ilustración 4. Interacción de sacerdotes y devotos con otros actores	65
Ilustración 5. Asociaciones formales e informales.....	69
Ilustración 6. Comerciantes locales y su interacción con otros actores del territorio	70
Ilustración 7. La iglesia y su interacción con actores presentes en el territorio	74
Ilustración 8. Interacción entre instituciones públicas y actores del territorio.....	81
Ilustración 9. Aristas del desarrollo en la parroquia El Cisne	90

Índice de Tablas

Tabla 1. Características de los comerciantes organizados	57
Tabla 2. Lugar de procedencia de los comerciantes y pertenencia a asociaciones	58
Tabla 3. Actividades de la población y pertenencia a una asociación local.....	59

Tabla 4. Resumen de los niveles de participación entre los grupos y asociaciones locales.....	82
Tabla 5. Interacción con grupos dentro y fuera de la parroquia.....	86
Tabla 6. Nivel de capacitaciones y pertenencia a una asociación local	92
Tabla 7. Origen de los productos que se comercializan en El Cisne	93
Tabla 8. Proveedores de mercadería y formas de pago	96
Tabla 9. Código de entrevistados	113
Tabla 10. Entrevista a turista que visitan la parroquia	115
Tabla 11. Entrevistas a comerciantes no asociados.....	115
Tabla 12. Entrevista con el presidente del GAD parroquial El Cisne.....	117
Tabla 13. Entrevista en la fábrica de velas	118

Índice de Fotografías

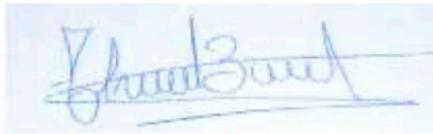
Fotografía 1. Elaboración de composturas del mes de mayo por mujeres de la parroquia	43
Fotografía 2. Vendedores ambulantes de velas ofreciendo sus productos al turista	50
Fotografía 3. Asociación de Vendedores de Artesanías Religiosas	52
Fotografía 4. Asociación de Vendedoras de Velas “Diego Robles”	54
Fotografía 5. Asociación de Vendedoras de Horchatas	55
Fotografía 6. Asociación de Vendedores de Bocadillos	56
Fotografía 7. Productos elaborados en la fábrica de velas Reina de El Cisne	87
Fotografía 8. Proceso de elaboración de velas	89
Fotografía 9. Feria Interparroquial realizada en El Cisne	93
Fotografía 10. Banda de pueblo frente a la basílica de la parroquia	98

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Thalía Elizabeth Barrazueta Paccha, autora de la tesis titulada “Comercio, Turismo y Desarrollo Endógeno: Estudio de caso de la parroquia El Cisne del cantón y provincia de Loja”, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, abril 2017.



Thalía E. Barrazueta Paccha

Resumen

En este trabajo de investigación utilicé el enfoque de desarrollo endógeno para evaluar las dinámicas territoriales promovidas por el turismo religioso en la Parroquia El Cisne de la provincia de Loja al sur del Ecuador. La información del estudio muestra cómo los recursos de orden local, tradiciones y prácticas específicas, juegan un papel importante a favor del movimiento socioeconómico de una localidad. Es decir, cómo una localidad puede generar desarrollo desde adentro. Las tradiciones religiosas que mantienen los habitantes de esta parroquia convocan a cientos de turistas, y convierte a la comunidad en el sitio ideal para desarrollar actividades comerciales. El comercio de artesanías religiosas, velas y comida típica, generan ingresos a las familias locales. En este sentido, es clara la existencia de recursos culturales, simbólicos, institucionales y económicos, que genera oportunidades para el desarrollo de la población que habita la parroquia.

El desarrollo de la actividad comercial ha devenido en la organización social, la cual ha nacido desde la iniciativa de la gente. En este orden de ideas, se plantea al turismo religioso como la fuerza motriz del poblado a favor de las actividades comerciales, y es este último, el motivo por el cual la población busca organizarse para aprovechar las potencialidades de la parroquia. Encontrándose dos grandes grupos de comerciantes, unos asociados de manera formal y otros que se han incorporado a un grupo de tipo informal, es decir grupos que no se han constituido legalmente. La construcción de la simbiosis entre los distintos grupos de comerciantes requiere de un esfuerzo deliberado de los actores presentes en el territorio para presentarla como una experiencia de aprendizaje para otras zonas donde se desarrollan actividades turísticas. Bajo este contexto identifiqué dos grupos de actores, la sociedad civil y las instituciones del sector público, que en territorio interactúan para el buen desarrollo de las actividades del turismo religioso. La intensidad en las relaciones de estos grupos depende básicamente del nivel de organización de los actores.

El resultado del proceso de apropiación de los recursos locales, y la interacción de actores del territorio se evidencia en cuatro aristas: político, tecnológico, económico y cultural. La parte política se ha fortalecido gracias a los espacios de participación que las asociaciones han abierto. La parte tecnológica se muestra débil, tanto en la generación de nuevos productos para el comercio, como en la forma de presentar la parroquia al turista. La parte económica

muestra avance en tanto existen procesos de reinversión local de recursos financieros y la posibilidad de ahorro de los comerciantes. Finalmente, la parte cultural se destaca por ser precisamente el atractivo para los turistas, a través de las celebraciones tradicionales.

Abstract

This research used the endogenous development approach to assess the territorial dynamics promoted by religious tourism in the Town of El Cisne, in the province of Loja in the south of Ecuador. The study shows how local resources, such as specific traditions and practices have an important role in favor of the socio-economic mobility of a locality. It means that a locality can generate development from within. The religious traditions maintained by the inhabitants of this town summon hundreds of tourists, making the community the best place to develop commercial activities such as those related to the sale of religious handicrafts and typical food. Henceforth, the existence of cultural, symbolic, institutional and economic resources is clear, which generates opportunities for the development of the population that inhabits the small village.

The development of the commercial activity, has generated the social organization around the religious tourism, and has been an initiative of the people. In this context, religious tourism is considered the main force of the village in favor of commercial activities, and it is the latter, the reason why the population seeks to organize to take advantage of the potential of the parish. There are two large groups of traders, some formally associated and others who have joined an informal group that have not been legally constituted. The symbiosis between the different groups of merchants requires a deliberate effort by the actors present in the territory and represent a learning experience for other areas where tourist activities are developing. In this context, two main groups of actors are identified, the civil society and the public sector institutions, which interact in the territory for the proper development of religious tourism activities. The intensity of the interactions between these groups are based on their level of organization.

The result of the process of appropriation of local resources, and the interaction of actors in the territory are evident in four areas: political, technological, economic and cultural. The political part has been strengthened thanks to the spaces for participation that the associations

have opened. The technological part is weak, both in the generation of new products for commerce, and in the way of presenting the parish to the tourist. The economic part shows progress as there are processes of local reinvestment of financial resources and the possibility of saving the traders. Finally, the cultural part stands out for being precisely the attraction for tourists, through traditional celebrations.

Agradecimientos

Mi sincero agradecimiento a la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sede Ecuador, que me brindo la oportunidad de formar parte de esta grata experiencia de aprendizaje. A los docentes de la Maestría de Desarrollo Territorial Rural, con quienes he compartido mi estancia en las aulas, y de quienes he recibido generosamente sus conocimientos y experiencias, las mismas que han sido enriquecedoras.

Un agradecimiento especial a Myriam Paredes, por su paciencia al guiar mis ideas, ya que sus acertados comentarios ha sido un aporte valioso, no solo para el buen término de la presente tesis, sino también en mi formación como investigadora. A Carla Guerrón y Anita Krainer, pues con sus observaciones y visión crítica, perfeccionaron y enriquecieron el trabajo de investigación.

Finalmente, a la población de la parroquia El Cisne, quienes con gentileza y amabilidad me brindaron su apoyo y colaboración para recabar la información necesaria, y que se ve reflejada en los excelentes resultados obtenidos.

Introducción

En este estudio presento un análisis del turismo religioso bajo el enfoque del desarrollo endógeno, una corriente de pensamiento que en América Latina ha sido fortalecida por el discurso del Buen Vivir. En Ecuador a través de la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES) se plantea la idea de desarrollo económico junto con la equidad en la distribución de la riqueza, respetando la naturaleza y la pluralidad de culturas (PNBV 2013). Para alcanzar dicho objetivo la SENPLADES plantea la activa participación de la sociedad dentro del proceso de construcción de su propio desarrollo. Es decir, una sociedad capaz de sostenerse a sí misma a través de sus modos y estrategias de producción, sin dejar de lado la inserción de sectores vulnerables y tradicionalmente rezagados (PNBV 2013). En este contexto, la pertinencia del abordaje de la visión de desarrollo endógeno se hace evidente.

La evolución de la teoría en torno a la endogeneidad del desarrollo se inicia en los años 80 (Vergara 2004), donde se plantea a este enfoque como alternativa para reproducir procesos virtuosos en territorios pobres, donde predomina la desigualdad. El enfoque considera importante formar y/o reforzar dinámicas a escala local. Bajo este enfoque son relevantes elementos como: el origen de los recursos, actores, y objetivos de desarrollo. En este contexto, el territorio se constituye en un elemento que coadyuva a crear lazos entre actores sociales, económicos, e institucionales para formar sistemas territoriales dinámicos (Klein 2005, Vázquez Barquero 2007, Vergara 2004).

Según Vázquez Barquero (2007), la discusión teórica respecto al desarrollo endógeno surge de dos corrientes de investigación. Por un lado, esta discusión surge del estudio de casos de los conocidos distritos industriales realizado por Alfred Marshall en el sur de Europa. Y por otro lado, igualmente desde Europa, promueve a través de los proyectos LEADER¹ la búsqueda de la noción de desarrollo a una escala más local en territorios rezagados. Y en este sentido, se destaca la importancia de la interacción entre actores locales, para movilizar los componentes socio cultural e institucional y promover el proceso de desarrollo.

¹Por sus siglas en francés que significa “Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural”. Son estrategias de desarrollo local con base en la zona, mediante la cooperación, innovación y asociaciones público privadas a nivel subregional. (“El enfoque LEADER”, última actualización: 02 de abril de 2014. http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/leader/leader/leader-tool-kit/the-leader-approach/es/the-leader-approach_es.html)

No obstante Slee (1993) y Boisier (2001) señalan que, el desarrollo endógeno a pesar de ser una idea muy difundida y manejada con habitualidad por los hacedores de políticas públicas, esta ha sido tomada con ligereza, constituyéndose tan sólo en un adjetivo más atribuido al desarrollo. Haciendo alusión al espacio geográfico local, pequeño, donde se pretende retener los beneficios de las actividades económicas. A través de este atributo se trata de describir los patrones y formas para generar desarrollo, considerando a esta visión como una respuesta, ante el fracaso de programas de desarrollo basados en ideas neoliberales.

Por otra parte, Vázquez Barquero (2007) señala que se ha dejado de lado dentro del análisis temas macro que influyen en la escala local. Los debates en torno al desarrollo son múltiples, pues hay quienes defienden mayores ingresos y crecimiento, versus los defensores de la equidad distributiva, y la calidad de vida (Slee 1993). Los diferentes pensamientos detrás de la idea de desarrollo determinan la práctica de los hacedores de políticas públicas. En Ecuador por ejemplo, cada vez con más fuerza se trata de aprovechar las características particulares de cada territorio; esto tras el redescubrimiento, revalorización y reconocimiento de la diversidad cultural que los espacios rurales albergan. De esta forma se trata de crear círculos virtuosos de desarrollo en territorios donde la población es de escasos recursos económicos.

Dentro de la corriente de pensamiento del desarrollo endógeno, existe una multiplicidad de visiones. Vázquez Barquero (2007) las resume y describe de la siguiente manera: la visión populista, se refiere al desarrollo como un proceso autocentrado, donde existe un alto nivel de participación de la población local. La visión del desarrollo humano centra su atención en los problemas de pobreza, y promueve iniciativas que hagan uso de las capacidades, cultura y creatividad propias de la localidad. La visión evolutiva analiza los ciclos económicos y los cambios a consecuencia de dichos procesos, y considera como variables relevantes los rendimientos crecientes, acumulación de capital, y reinversión en el territorio. La visión estratégica señala que las iniciativas locales son la respuesta a los desafíos como: el desempleo y la pobreza, a los que nos enfrentamos en un mundo globalizado.

A pesar de existir diversas formas de conceptualizar el desarrollo, “lo que actúa como elemento unificador en el campo del desarrollo local son los cuestionamientos sobre los orígenes, los actores, las modalidades y los objetivos de las acciones de desarrollo” (Klein

2005, 26). En los procesos de desarrollo local se prioriza la participación de los actores como agentes movilizadores de los recursos, a través de la toma de decisiones en cuestiones de ahorro e inversión. Para abordar el presente caso de estudio, considero la visión denominada por Vásquez Barquero como populista, donde se hace énfasis en la participación e interacción de la comunidad con sus valores, costumbres, y tradiciones, para el mejoramiento económico de sus habitantes.

Por otra parte, en el contexto Latinoamericano el turismo ha adquirido mayor relevancia como actividad económica. Sin embargo existe un gran debate sobre las posibilidades de esta actividad para generar desarrollo endógeno, basado en procesos incluyentes, participativos y controlados por los pobladores de cada localidad. El presente trabajo se desarrolla en la parroquia El Cisne, provincia de Loja, al sur del Ecuador. Una provincia caracterizada por alta migración, debido a las dificultades en la zona rural para el desarrollo agrícola. Sin embargo, en la parroquia de estudio, el turismo religioso alrededor de la imagen de la Virgen de El Cisne, ha ido creciendo a través de los años y hoy se constituye en una potencialidad para el desarrollo económico de su población.

La perspectiva del desarrollo endógeno, en este estudio pone de relieve la importancia de la capacidad de la comunidad para generar ambientes dinámicos a través de su organización e interacción. Ya que, los recursos de orden intangible (tradiciones, cultura, saber hacer local), y aquellos recursos tangibles (recursos económicos y naturales únicos) en sí mismo no generan desarrollo (Almaguer, Avila y Pérez 2012, Vásquez Barquero 2007). Es decir, se requiere de la participación activa de la población que a través de redes basadas en la confianza entre los distintos actores para generar intercambio de conocimientos, promoviendo la innovación y competitividad. Por lo que además, el análisis se enfoca en la interacción entre organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil, para influir en el desarrollo.

Ya que un desarrollo basado en las potencialidades locales se constituye en una alternativa para paliar la pobreza monetaria desde un contexto local. A este contexto se debe añadir los procesos de revalorización del campo, como una alternativa para mejorar los ingresos monetarios. Donde las zonas rurales ya no son consideradas únicamente como sectores productivos, sino también se reconoce a estos espacios por los recursos naturales, y/o culturales que poseen. Lo propio sucede en la parroquia El Cisne, donde la población poco a

poco ha tomado conciencia de su riqueza cultural y busca múltiples formas de aprovechamiento de estos recursos. Además se evidencia el aumento de las actividades fuera de su propiedad agrícola, las cuales son aprovechadas por el sector turístico (Palafox y Martínez 2015).

El nivel de apropiación de los recursos y de endogeneidad del desarrollo de los comerciantes de la parroquia El Cisne se ve influenciado por su nivel de organización. Los grupos organizados pueden influir a favor de sus intereses, además, se generan espacios de dialogo que permite incluso el intercambio de conocimientos para la generación y/o venta de nuevos productos. No así, los comerciantes no asociados quienes ante el planteamiento de sus requerimientos ven restado su poder de negociación ante las autoridades locales.

En síntesis, planteo en este trabajo un análisis del desarrollo endógeno, con un enfoque como lo denomina Vázquez Barquero (2007), auto centrado o populista, donde el elemento principal es, la participación para la toma de decisiones sobre el desarrollo. En una localidad donde se destaca la presencia del turismo religioso favorecido por el patrimonio cultural, y tradiciones. Es decir, se ha considerado como variable para el desarrollo endógeno al turismo religioso, ya que ha promovido el desarrollo comercial y por ende la interacción entre los actores locales.

La parroquia El Cisne recibe constantes visitas con una connotación religiosa, la tradicional romería que se desarrolla desde 1829 origina la demanda de servicios como alimentación, transporte, hospedaje, lo cual tiene una repercusión directa en la economía local. Los principales consumidores son visitantes que profesan la religión católica. Por tanto, la actividad principal de la población ha sido promovida por el turismo religioso y ha favorecido la participación, organización e interacción de su población.

Desde un punto de vista más amplio, el turismo religioso se ha convertido en la opción de vida para cientos de cisneños que no tenían otras alternativas rentables. La población ha logrado aprovechar esta tradición para desarrollar la actividad comercial como forma de superación económica y evitar la migración. En este sentido, el comercio promovido por el turismo religioso ha incentivado la organización de la población local.

Justificación de la investigación

Actualmente la dinamización de los territorios rurales se ve favorecida por el creciente proceso de revalorización de dichos espacios, los mismos que mantienen un enorme patrimonio natural y cultural. En este contexto, la multifuncionalidad se hace evidente, pues no solo se producen los alimentos que se consumen en las zonas urbanas, sino también se ofrece otro tipo de servicios, como el turismo. Convirtiéndose este último, en una de las múltiples actividades que se desarrollan con la finalidad de mejorar la composición de los ingresos. Además favorece la creación de un mayor número de empleos locales, que constituye una alternativa viable ante las dificultades que presenta la producción agrícola en el sector rural (Palafox y Martínez 2015).

Desde esta perspectiva cobra importancia el análisis de actividades complementarias que realiza el campesino cisneño, tales como el artesanal, artístico y gastronómico. Pues como se mencionó anteriormente, esto se constituye en una forma alternativa para mejorar los ingresos, al tiempo que se integran recursos naturales y costumbres ancestrales. A esto debo sumar el interés a nivel de país por fomentar y cuidar el patrimonio cultural, dado que en este tipo de actividades se puede involucrar a sectores rezagados de las zonas rurales para alcanzar el anhelado Buen Vivir². En este sentido la participación de la población para la movilización de los recursos locales es vital.

Por otra parte, existe una creciente importancia del turismo en el Ecuador. Según “Datos del Banco Central del Ecuador muestran que en 2004 el turismo significó la generación de ingresos para el país por más de US \$369 millones, que corresponden al 2% del Producto Interno Bruto” (PLANDETUR 2020, 10). “El aporte de la actividad turística a la economía del país se refleja en los ingresos por exportaciones, que según la Balanza de Pagos del Ecuador, en el 2010 ocupó el tercer puesto, después del Petróleo crudo y Banano. Para el primer trimestre 2011, el turismo ocupó el 5to lugar, después de la exportación de Petróleo

² Según Acosta y Gudynas (2011), el Buen Vivir es un concepto en construcción, que emerge desde la perspectiva del mundo indígena. Propone la defensa de la naturaleza y el respeto a la diversidad de culturas, es decir, reconoce la importancia de los saberes ancestrales y deja de lado la idea del desarrollo como crecimiento económico, ya que propone una construcción colectiva y distinta al progreso material.

crudo, Banano, Camarón y Derivados de Petróleo”³. En este orden de ideas, el gobierno de Ecuador ha mostrado interés en fortalecer el sector turístico, en todas las regiones del país. Los planteamientos en este marco procuran resaltar los rasgos característicos de cada región, respecto de su cultura, paisaje, entre otros aspectos (PLANDETUR 2020; SENPLADES 2013).

Problemática y antecedentes

La provincia de Loja posee zonas naturales únicas y abundante riqueza cultural, lo que se convierte en una oportunidad para el desarrollo turístico y económico de su población. Un caso particular es El Cisne, una de las 13 parroquias rurales del cantón de Loja. La parroquia ubicada en el sector noroccidental del cantón, no ha logrado desarrollar la actividad agrícola debido a su topografía muy accidentada, y la falta de un sistema de riego adecuado para la producción (PDyOT El Cisne 2011). Sin embargo, ha logrado florecer la actividad turística debido a la fe y religiosidad alrededor de la imagen de la virgen de El Cisne también denominada la “churona”.

La veneración a la imagen de la virgen ha sido aprovechada por la población local para reactivar su economía. De este modo, la parroquia ya no es únicamente un espacio con baja densidad poblacional, hoy en día también se caracterizan por el desarrollo de actividades comerciales, y servicios vinculados con el turismo. La relación entre religiosidad y comercio se remonta a 1829, cuando el libertador Simón Bolívar firma el decreto para la realización de la denominada Feria de Integración Fronteriza ecuatoriano peruana en honor a la imagen⁴. Por tanto, la romería se convierte en el principal acto, el mismo que se lleva a cabo durante tres días de caminata, donde los devotos recorren 72 kilómetros hasta la ciudad de Loja. El evento de peregrinación se realiza en el mes de agosto, por lo que en la parroquia se desarrollan diversas actividades sociales y culturales durante todo el mes e incluso los primeros días de septiembre. Esta celebración es la más grande, sin embargo no es la única que se realiza, durante todo el año existen diversas actividades ya que la fama de la imagen se ha extendido

³ Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). INFOECONOMÍA. “Análisis sectorial: actividades turísticas mantienen un crecimiento firme en todo el mundo”, publicación 5, 27 de septiembre de 2012. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info5.pdf>

⁴ “El Cisne” GAD Loja, 23 de mayo de 2016, <http://www.loja.gob.ec/contenido/el-cisne>.

alrededor del país, pues devotos provenientes de otras provincias y cantones circunvecinos acuden al santuario durante diferentes épocas del año como una expresión de su fe.

El comercio de artesanías religiosas, velas, transporte, hospedaje y alimentación son las principales actividades que desarrolla la población de la parroquia. Según el diario El Mercurio⁵ en el mes de agosto se instala alrededor de 600 locales para comercios, y aproximadamente unas 200 personas desarrollan su trabajo de manera ambulante. La importancia de las festividades de la parroquia se evidencia en la generación de empleos y dinamización económica de sectores aledaños a la misma. De acuerdo a los datos del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cantonal Loja existe un crecimiento de la demanda potencial de turistas, a razón del 2.65% por año, pasando de 250 635 en 2007 a 293 249 en 2013 (PDyOT El Cisne 2015), lo que demuestra la importancia del turismo en la zona. Estas particularidades se convierten en oportunidades para el desarrollo local como una alternativa a la pobreza, que en la parroquia alcanza el 71,6% de pobreza por NBI (SIISE 2014).

En el contexto de la parroquia El Cisne, cabe estudiar las dinámicas que genera el turismo religioso y la forma en la que los actores locales se han organizado para aprovecharla. Ya que dichas relaciones generan intercambios de tipo cultural, comercial y económico que han ido construyendo sus tradiciones, dando origen a una comunidad con características únicas. Por ejemplo en el mes de agosto y septiembre los romeriantes de la provincia del Azuay y Cañar se convierten en actores destacados de la celebración como priostes⁶ de la fiesta, lo que conlleva interacción con los párrocos, el GAD parroquial, y la población local. No obstante, son también consumidores de los productos y servicios que se ofrecen en la zona, ampliándose las redes entre actores.

En particular este estudio pone especial atención en el comercio vinculado al turismo religioso como una alternativa de subsistencia. Frente a la paradoja del crecimiento del

⁵ Campoverde, Fátima. González, Karina y Granda, María. “Romería de la Virgen del Cisne, una fe que recorre 74 kilómetros”. El Mercurio, 18 de agosto de 2013, <http://www.elmercurio.com.ec/393729-romeria-de-la-virgen-del-cisne-una-fe-que-recorre-74-kilometros/#.VubnTPI95dg>.

⁶ Persona encargada de la organización de la fiesta en honor a la virgen de El Cisne. Se encarga de montar, desmontar y cuidar todos los aspectos de decoración y cuidado de la imagen. Además organizan las festividades en honor a la efigie, respecto a las participaciones musicales y quema de castillo acorde a lo acostumbrado.

turismo religioso y la pobreza persistente en la zona de estudio, caben las interrogantes acerca de la interacción que se generan entre comerciantes y otros actores que tienen que ver con la regulación o promoción de las actividades comerciales en la parroquia, y con el aprovechamiento de los recursos tangibles e intangibles alrededor del turismo religioso ¿Generan estas interacciones círculos virtuosos en donde se aprovechan los potenciales locales? ¿Se generan sinergias entre comerciantes y demás actores? ¿En qué forma se organizan los comerciantes para llevar a cabo sus actividades? ¿Cuáles son los recursos humanos y económicos que entran en juego para los comerciantes en el aprovechamiento del turismo religioso?

A través de la presente investigación se pretende contribuir, mediante el análisis de la experiencia de la parroquia El Cisne, al debate sobre las posibilidades de desarrollo endógeno alrededor del turismo religioso para poblaciones económicamente marginadas.

Pregunta de Investigación

¿En qué medida los comerciantes, vinculados al turismo religioso de la parroquia El Cisne, pueden aprovechar esta actividad para fomentar un desarrollo endógeno?

Hipótesis de partida

Considerando el crecimiento del turismo religioso en la parroquia El Cisne, los comerciantes se ven en la necesidad de interactuar entre sí y con otros actores locales para lograr un mejor desenvolvimiento de sus actividades, a pesar de sus diferencias. De esta forma alcanzan diferentes niveles de endogeneidad en sus emprendimientos. Dicha labor se facilita mediante un trabajo conjunto, de tal forma que se pueda producir un impacto positivo en la población de la parroquia. Es decir, la actividad comercial favorece la organización social, donde es la misma comunidad la que decide su forma de desarrollo a través del uso de los recursos locales.

Objetivos de investigación

Objetivo General:

Estudiar como los comerciantes, vinculados al turismo religioso de la parroquia El Cisne, interactúan con otros actores para fomentar un desarrollo endógeno.

Objetivos Específicos:

1. Identificar las formas de organización de los comerciantes de la parroquia en torno al turismo religioso.
2. Estudiar las relaciones entre las instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil en la parroquia, para fortalecer procesos de desarrollo endógeno.
3. Conocer el nivel de apropiación de los beneficios que resultan de las iniciativas de emprendimiento existentes en la parroquia para identificar su endogeneidad.

Descripción de los capítulos

El trabajo está organizado en 4 capítulos. En el Capítulo 1 presento el Marco Teórico que guía el trabajo de investigación dividido en dos partes. La primera abordo lo concerniente al tema de desarrollo endógeno, mientras en la segunda parte desarrollo la temática de Turismo Religioso, donde se ensambla con el concepto de desarrollo. El Capítulo 2 abordo la parte metodológica de la investigación, la forma en la que organicé el trabajo de campo y el tratamiento de la información. En el Capítulo 3 muestro la parte histórica de la peregrinación de la imagen de virgen de El Cisne, la dinámica comercial y la organización social que se ha generado en la parroquia. En el Capítulo 4 expongo a los actores presentes en el territorio, su interacción y la forma en que retienen los beneficios del desarrollo. Finalmente se presentan las conclusiones del estudio.

Capítulo 1

Marco Teórico

En el presente capítulo abordo dos grandes temáticas. La primera hace alusión al desarrollo endógeno y el papel de los recursos locales para generar un desarrollo desde adentro. Además, resalto el rol de la organización de los comerciantes, y la interacción de los actores locales a favor del aprovechamiento de las potencialidades de cada comunidad. La segunda temática que presento es respecto al turismo religioso, sus características principales y como este puede jugar a favor del desarrollo endógeno. Esto debido a que la zona de estudio se vincula con el turismo religioso como factor que dinamiza el área comercial y generar desarrollo.

1. Desarrollo Endógeno

Una visión normativa del desarrollo endógeno determina que:

El desarrollo endógeno sería un proceso que combina la sostenibilidad económica con la social, ya que los actores públicos y privados toman las decisiones de inversión no sólo con la finalidad de mejorar la productividad y la competitividad de las empresas, sino también con el fin de resolver los problemas y mejorar el bienestar de la sociedad (Arocena 2001, citado por Vásquez Barquero 2007, 204).

Según esta visión, el desarrollo endógeno se catapulta a partir de decisiones racionales de inversión de actores públicos y privados en una dirección específica, hacia la productividad y competitividad con sostenibilidad económica y social. Sin embargo, desde una perspectiva auto centrada el desarrollo endógeno es:

(...) Un proceso de desarrollo orientado al despliegue de las potencialidades del hombre en su entorno, es decir, del quehacer social que exige: 1. La decisión local sobre las opciones de desarrollo. 2. El control local sobre los procesos de desarrollo. 3. La retención de los beneficios del desarrollo en la misma. Convirtiéndose en un participante activo de las propuestas y estrategias de desarrollo, que afectan la dirección de la economía local (Pilonieta y Ochoa 2006, 24-25).

En la perspectiva auto centrada el desarrollo no necesariamente se planifica de forma racional sino más bien se caracteriza por estar orientada a las actividades. En el presente trabajo

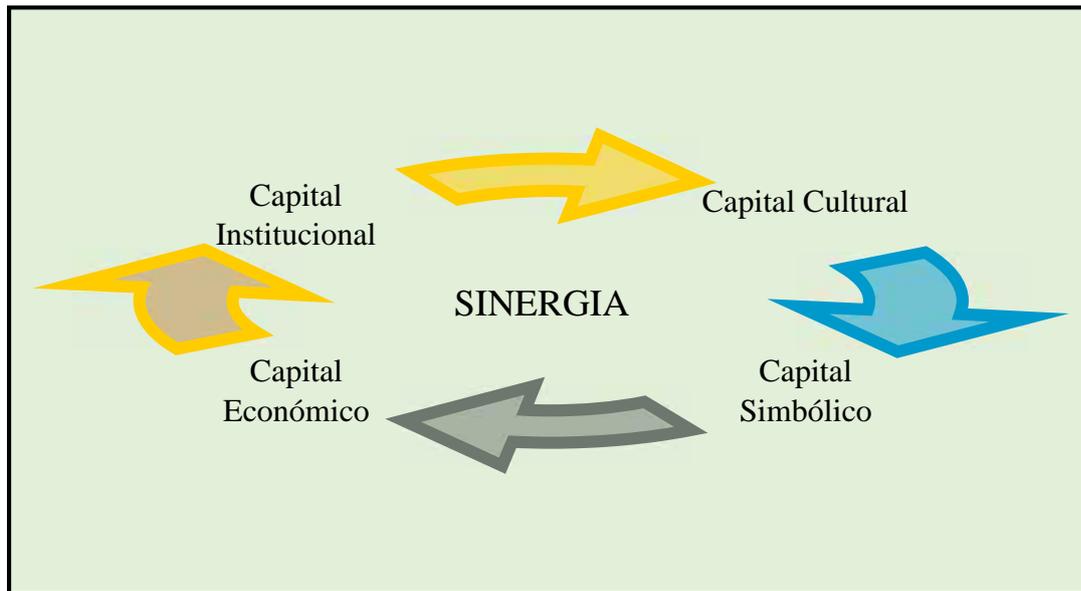
investigativo centro mi atención en la perspectiva de desarrollo endógeno con enfoque auto centrado o populista. El elemento relevante bajo este enfoque es la participación. Dicha participación está encaminada a tomar decisiones sobre las opciones, procesos y, retención de los beneficios del desarrollo. En virtud de los objetivos de investigación presento algunas conceptualizaciones, que permitirán identificar si, los procesos desarrollados en la parroquia El Cisne se caracterizan por ser endógenos al territorio.

En primera instancia, para tomar decisiones locales sobre las formas de desarrollo deseadas, es necesario considerar que, dichas decisiones tendrán directa afectación sobre la totalidad de la comunidad (Pilonieta y Ochoa 2006). Por lo que se debe considerar los posibles efectos, e identificar los recursos con los que cuenta la localidad, y buscar alternativas que puedan generar desarrollo. Según Sergio Boisier (1999), el potencial de desarrollo está determinado por la combinación de capitales de tipo tangible e intangible: económico, cultural, simbólico, humano, cognitivo, social, psicosocial, institucional y cívico. Según el autor, estos deben articularse para devenir en desarrollo, y lo consiguen gracias a la intervención de un capital adicional, el capital sinérgico.

De la misma manera, se inserta la noción de la necesidad de capitales o recursos añadiendo a los anteriormente citados, los capitales: natural, financiero, histórico, y tecnológico, con el fin de obtener el máximo potencial de una localidad (Almaguer, Ávila y Pérez 2012). El pensamiento compartido de los autores es la existencia de recursos o capitales de tipo tangible, material, palpable, y otros de tipo intangible, subjetivo.

Sin embargo, para efectos del presente estudio considero únicamente a los capitales cultural, simbólico, económico, e institucional. La relevancia de estos cuatro capitales dentro del territorio es notoria, ya que el desarrollo comercial de la parroquia se basa en su cultura y tradición entorno a la imagen de la virgen de El Cisne, la cual atrae gran cantidad de turistas a la parroquia. Es decir, el capital cultural y simbólico marca el desarrollo turístico de la zona. Por otra parte, el capital institucional es relevante para el estudio ya que se trata de conocer la organización de los comerciantes entorno al turismo religioso. El capital económico nos permite conocer el origen de los recursos de los comerciantes.

Gráfico 1. Interacción de recursos para el desarrollo



Fuente: Boisier, Sergio. 1999. “El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico: una contribución al tema del capital intangible del desarrollo”

El capital cultural hace alusión al conjunto de tradiciones, creencias y prácticas sociales que llegan a determinar las formas de producción y relaciones sociales de un territorio (Weber 1999). A su vez pueden ser utilizadas en la generación de bienes y servicios singulares que pueden ser comercializados (Martínez 2010). Sin embargo, la parte cultural puede mirarse también como la actitud que tiene la gente frente al desarrollo. Desde esta perspectiva pueden existir zonas con alto grado de solidaridad y relaciones basadas en la confianza y cooperación (Boisier 1999, Sen 2004). La transmisión del capital cultural se produce principalmente por la familia y la escuela (Landesmann 1979). Bourdieu menciona tres formas en que puede hallarse el capital cultural: incorporado, objetivado e institucionalizado (Landesmann 1979). Incorporado, como práctica o conducta habitual del individuo. Objetivado, es la forma tangible, a través de libros, u obras de arte, que se pueden heredar, y mantenerse vigente debido al proceso de apropiación. Institucionalizado, se evidencia a través del reconocimiento de un título escolar, se caracteriza por ser intercambiable con el capital económico.

El capital simbólico tiene que ver con el poder de la palabra, que es determinante a la hora de crear imaginarios colectivos, con los que una población se identifica y que contribuye a la formación del territorio (Landesmann 1979). Nuevamente se le otorga un papel protagónico a la familia y la escuela en la trasmisión de este tipo de capital (Boisier 1999). El capital simbólico puede generar productos de valor económico y simbólico al mismo tiempo,

generando sus propias lógicas de producción y difusión. Siendo una forma de apropiación, la capacidad de constituir a un elemento como diferente y ponerlo a disposición para el consumo (Landesmann 1979, Boisier 2011).

El capital económico es una parte tangible que interviene en el crecimiento y desarrollo de las comunidades. Las inversiones tienen como procedencia diversos lugares del planeta, provocando un distanciamiento entre los agentes externos e internos, e incluso es común la fuga de capitales sin generar beneficios para la comunidad local. No obstante, debido a los procesos globalizantes es imperante que los territorios sean capaces de aprovechar las inversiones externas en procesos endógenos de desarrollo. De lo contrario, la población se puede convertir en dependiente de inversiones externas para su subsistencia (Boisier 1999).

El capital institucional, está formado por el conjunto de instituciones y organizaciones presentes en el territorio (Boisier 1999). Sin embargo, es necesario mantener un adecuado trabajo entre estas, que permitan la difusión de conocimiento promoviendo por ejemplo la innovación. Por otro lado, la presencia del tejido institucional dentro del territorio disminuye los costos de transacción facilitando procesos de crecimiento y desarrollo (Boisier 1999), ya que muchos emprendedores se ven motivados a invertir en esas zonas.

La presencia de los capitales descritos puede ser aprovechada como elementos para generar procesos de desarrollo exitosos mediante su interacción, ya que promueven transformaciones y determinan dinámicas económicas del territorio (Weber 1999). Dicho de otro modo, existe un fuerte vínculo entre los capitales, de tal manera que la presencia de uno condiciona el desarrollo de otro, donde además la economía en general sufre transformaciones productivas y monetarias (Vásquez Barquero 2007).

A continuación presento una discusión respecto a algunas características particulares que se deben tomar en cuenta cuando se estudia los procesos de desarrollo endógeno: la organización social, la red social, la apropiación de los beneficios del desarrollo y las consideraciones sobre el territorio.

1.1. La organización social y el desarrollo endógeno

Los espacios de diálogo e interacción entre los ciudadanos permiten la difusión, discusión y decisión de las formas para alcanzar el desarrollo (Petrizzo, Aldana y Ochoa 2006). En este sentido resalta la importancia de la organización social, pues fomenta “procesos de comunicación y de participación de los individuos que permiten su integración social y cultural, por un lado, y, por el otro, la progresiva organización más compleja y articulada de la sociedad” (Uricoechea 2002, 31). Por lo que entorno a características particulares u objetivos comunes se pueden formar grupos estructurados. De acuerdo a los fines, formas, estructuras se puede diferenciar varios tipos de organización social.

En Ecuador se reconocen diversas formas de organización social, sean estas religiosas, con fines de lucro, políticos, comunitarios, unas de tipo formal, otras constituidas de hecho. En el Art. 30 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana se expresa que:

(...) Se reconoce todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular que contribuya a la defensa de los derechos individuales y colectivos, la gestión y resolución de problemas y conflictos, al fomento de la solidaridad, la construcción de la democracia y la búsqueda del buen vivir (Art. 30 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, Registro Oficial Suplemento 175 de 20 de abril de 2010. Última modificación: 11 de mayo de 2011).

Dados los objetivos de investigación y las características de la parroquia El Cisne, considero a grupos sociales informales y formales. Estos últimos, conformados por individuos dedicados a la actividad comercial en la parroquia, que pudieran estar registrados en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), formando parte de la organización de economía popular y solidaria. En donde, se reconocen algunas formas de organización: unidades socioeconómicas populares, organizaciones familiares, organizaciones económicas, cooperativas, fundaciones y corporaciones civiles (Art 2 de la Ley de Economía Popular y Solidaria).

El reconocimiento de las diversas formas de organización por parte del Estado, ampara y genera seguridad en todos quienes las conforman. Además, la presencia de organizaciones dentro de la comunidad fomenta la interacción con otros actores del territorio, y por supuesto, con otras organizaciones (Petrizzo, Aldana y Ochoa 2006). De tal forma que se pueda

concretar relaciones con actores estratégicos con la finalidad de promocionar la producción interna, asimismo, la organización social permite generar capacidades de debate para la toma de decisiones y control sobre los procesos locales (Pilonieta y Ochoa 2006, 26).

1.2. La red social y el desarrollo endógeno

Se puede conceptualizar a la red social como el conjunto de actores que se relacionan o interactúan unos con otros (Lozares 1996). Es decir, el conjunto de actores interconectados por nodos o vínculos que cumplen una función específica. Los actores pueden ser de diversa índole: individuos, asociaciones, cooperativas, comunidades, etc. Las relaciones entre actores se producen en una suerte de flujos multidireccionales, a nivel de emprendimientos se generan beneficios como el intercambio de conocimientos, e innovación con fines de mejora en eficiencia (Vásquez Barquero 2007, Almaguer, Avila y Pérez 2012). La interacción entre actores genera relaciones o vínculos que pueden ser de diversa índole como, las personales que son de amistad, respeto, y cooperación. Las de transferencias de recursos como, bienes, dinero, e información. Las asociaciones, relaciones formales u organizacionales (Lozares 1996).

Precisamente, a través del presente trabajo se estudian estas relaciones en el marco de los procesos de desarrollo endógeno. Teniendo que, las organizaciones locales se constituyen en nodos de la red, ya que a través de estas instituciones se vinculan los actores del territorio. Sin dejar de lado a comerciantes no asociados, ya que estos pueden buscar la interacción con otros actores para mantener su estrategia de vida. Donde, a pesar de mantener distintos objetivos logran articular relaciones de reciprocidad y confianza, influyendo en la construcción del territorio.

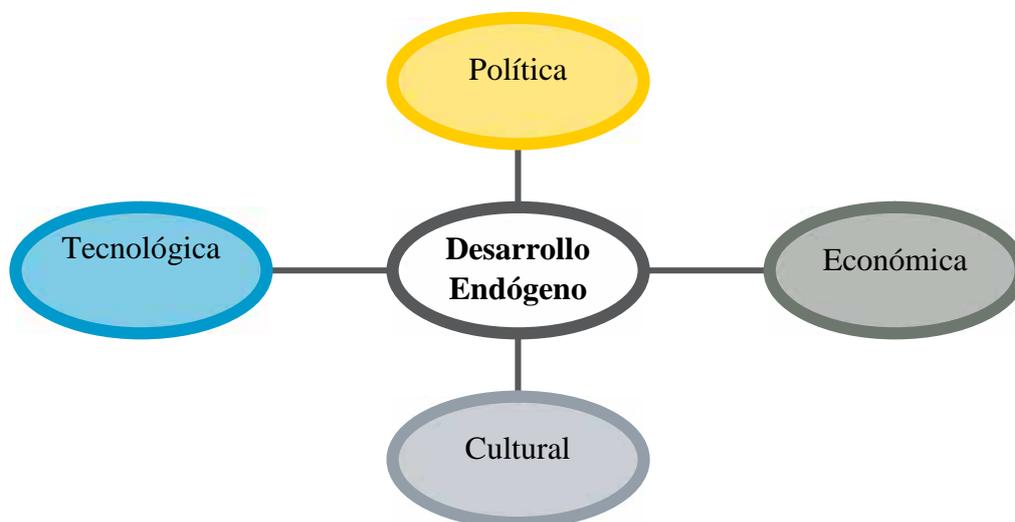
En este sentido, las redes entre actores locales se llegan a configurar debido a sus estrategias de vida, lo que implican relaciones sociales establecidas que llegan a influir en la economía local (Long 2007). Se da la suerte de un proceso inconsciente, donde la necesidad de la gente fomenta, a pesar de las diferencias, la interacción entre actores. Por otra parte, la decisión e influencia para formar redes personales se deriva de ciertos antecedentes: familiares, matrimoniales, de amistades, profesionales, grupo a los que se pertenezca y/o de la localidad donde se habita (Long 2007).

1.3. Apropiación de los beneficios del desarrollo

El proceso de apropiación de los beneficios producto de las actividades locales, van más allá de los resultados económicos, sino que, permite a los ciudadanos mantener procesos de continuidad en las actividades claves para el desarrollo. A través de este proceso de apropiación se puede observar el mantenimiento del mismo como insumo de nuevos procesos.

La articulación de los recursos del territorio produce dinamismo en la zona, los cambios se pueden evidenciar en distintas aristas. Según Boisier (2001), cuando la población articula favorablemente sus recursos los cambios se evidencian en la parte política, económica, tecnológica y cultural. Primero la parte política, entendiéndose a esta como la capacidad de la población a decidir su desarrollo, y generar los instrumentos para alcanzar este objetivo (Boisier 2001). Destacándose aquí la capacidad de negociación de la población. Como ya se mencionó anteriormente, el ciudadano debe ser capaz de reconocer los recursos que existen en el territorio. Además, se debe identificar las posibles formas de utilización de los recursos y saberes locales para el desarrollo.

Gráfico 2. Aristas del desarrollo endógeno.



Fuente: Boisier, Sergio 2001. “Desarrollo local ¿de qué estamos hablando?” En Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local.

Un segundo plano es el económico, que acontece cuando los negocios locales pueden sobrevivir en el tiempo, lo que se debe a la existencia de reinversión a nivel local (Boisier 2001). La reinversión también genera externalidades positivas a la comunidad, ya que ocurren mejoras de infraestructura que beneficia a la comunidad (Pilonieta y Ochoa 2006). Además, la

retención de beneficios locales se puede observar por medio de las iniciativas de producción local, ya que son generadoras de empleo. Otra forma de evidenciar el impacto económico del desarrollo endógeno en una localidad es a través de las actividades complementarias a la actividad principal, manteniendo similitud a los clústers (Pilonieta y Ochoa 2006).

Una tercera parte es la tecnológica, que se produce cuando dentro del territorio existe la capacidad de innovación (Boisier 2001). Y finalmente la parte cultural que le da al territorio su propia identidad, cuando la población ha sido capaz de salvaguardar su patrimonio (Boisier 2001). Es decir, la comunidad ha logrado identificar recursos locales, los cuales son valorizados, e incluso pueden existir procesos de recuperación de prácticas ancestrales, su intensidad se puede medir en función a los espacios culturales presentes. Las prácticas culturales y la innovación se unen para atraer nuevos turistas que consuman los productos locales, teniendo consecuentes mejoras económicas.

A través de este documento doy a conocer como la parroquia El Cisne evidencia su desarrollo en las cuatro aristas mencionadas por Boisier (2001). La Política, para identificar como se pueden generar las condiciones para desarrollar proyectos donde la población participe activamente. Y al mismo tiempo a través de la capacidad de gestión de la población se puede fortalecer la identidad y capacidad local. La parte cultural permite entender como las tradiciones y conocimientos ancestrales pueden ser aprovechados para iniciar pequeños emprendimientos que coadyuven a mejorar los ingresos familiares.

Finalmente se analiza también la parte económica financiera, ya que es importante conocer la procedencia de la inversión que la localidad posee, y por supuesto conocer si estos recursos se quedan en la comunidad, o en su defecto existe fuga de capitales. En un marco donde la globalización ha creado una fácil movilidad de flujos, haciendo que se tienda a distanciar las relaciones entre los dueños del capital económico (que generalmente son externos al territorio) y los agentes locales (Boisier 2001). Un resultado deseado de la convergencia de las cuatro aristas del desarrollo endógeno en un territorio es la mejora en los ingresos de la población residente de estas zonas, fomentando un ambiente de igualdad y confianza.

1.4. El territorio y el desarrollo endógeno

Una característica adicional del desarrollo endógeno, es la especial importancia que le otorga al territorio, y su memoria histórica que incrementa las posibilidades de desarrollo. El desarrollo endógeno se vincula con el territorio ya que no se trata únicamente del intercambio de bienes y servicios, sino que se vincula directamente con las actividades productivas internas de la zona, sin dejar de lado su vinculación con mercados externos (Alburquerque 2004).

En este sentido, desde la perspectiva del desarrollo endógeno el territorio es el resultado histórico de las relaciones y vínculos sociales, donde se han ido gestando una cultura e identidad propias, que bien puede determinar una vía de progreso. Esto permite considerar al territorio como factor de desarrollo. El conjunto de intereses y de actores que coexisten deben engranarse para generar círculos virtuosos de desarrollo (Vásquez Barquero 2007).

De esta manera, es necesario marcar diferencia entre espacio y territorio. El primero hace referencia al lugar físico donde se desarrollan las actividades económicas, mientras que el segundo añade el concepto de la apropiación del espacio y poder (Flores 2007). Para el presente estudio considero al territorio como el producto de la construcción social, donde la parte histórica, política e identitaria son el eje para su construcción. Además estos factores pueden llegar a influir en el aspecto económico de una localidad (Flores 2007). Sin embargo, es necesaria la valorización de dichos factores, que le dan a una localidad su identidad propia, entendida como, el sentimiento de pertenencia a una comunidad independientemente de su ubicación geográfica (Molano 2007). La identidad cultural, por ejemplo, puede medirse a través de diversas expresiones como, fiestas tradicionales, celebraciones religiosas como en el caso de la parroquia El Cisne.

La población es quien de manera directa interviene en el proceso de valorización, apropiación y construcción del territorio. Estos procesos tienen la tendencia a privilegiar aspectos locales, favoreciendo el desarrollo de la parte económica. Ya que, la identidad cultural favorece la cooperación en función de objetivos comunes, como lo son la valorización, e incluso la creación de productos como marca local (Flores 2007). En el caso del turismo, existe un fuerte vínculo con el patrimonio y la historia local (Molano 2007). Sin embargo, para alcanzar desarrollo en un territorio con riqueza cultural e identidad, se debe añadir la participación y

esfuerzo de todos los actores del territorio (Molano 2007). De otra forma, puede ocasionarse un desarrollo desigual, donde no se consideran a todos los actores y consecuencias del desarrollo in situ (Cañada 2012).

2. Turismo emergente

En los últimos años el turismo en sus diversas formas y manifestaciones ha tenido un despunte a nivel mundial, las cifras muestran un aporte importante a la economía de los países receptores (Gascón 2012), por lo que todas están orientadas a captar la mayor cantidad de visitantes. Entre estos se encuentra el turismo convencional o de masas, este tipo de turismo no es otra cosa sino la “expresión de un mercado golabizante” (Santana 2003, 2), y que se populariza debido entre otras cosas a las mayores facilidades para trasladarse debido al avance tecnológico. Por otra parte, en la actualidad la discusión respecto a temáticas medioambientales, y culturales se encuentra en el centro de atención, proporcionado alegatos suficientes para el desarrollo del turismo en zonas rurales donde no existía esta actividad (Santana 2003, Toselli 2006). De esta forma se evidencia como el turismo logra ajustarse a las zonas de su influencia, donde se generan diversos productos adaptados a los requerimientos de los visitantes, y llevando consigo la cultura y patrimonio local.

De esta forma se marca el florecimiento del turismo en zonas rurales, donde la naturaleza y las diversas manifestaciones culturales son altamente valoradas, representando una oportunidad para territorios rezagados. La emergencia del turismo en la zona rural se relaciona también con la crisis que afecta a agricultores y ganaderos, y que los motiva a buscar nuevas alternativas fuera de la finca (Palafox y Martínez 2015). En el caso específico de la parroquia El Cisne, el despunte del turismo religioso se vincula con la necesidad económica de la población. Quienes al observar la llegada masiva de visitantes a la comunidad ven la oportunidad para implementar comercios de todo tipo. Sin embargo la modernización representa un desafío para el desarrollo del turismo en la parroquia, ya que cada vez el turista demanda una mejor calidad de servicio.

La aproximación al turismo convesional o de masas en la presente investigación se realiza desde la perspectiva que busca destacar los aspectos culturales y patrimoniales denominado turismo cultural. Dentro del turismo cultural cobra relevancia la cultura de los pueblos expresada a través de tradiciones, ritos, y prácticas sociales como una forma de atraer al

visitante. El turismo cultural coadyuva a la conservación de las diversas formas y expresiones culturales predominantes de las zonas donde se desarrolla (Valencia y Ramón-García 2015). Es decir, es un elemento que permite revalorizar, mantener y recuperar características culturales que hacen que una localidad se distinga del resto y sea atractiva al turista (Toselli 2006).

Entre los beneficios de este tipo de turismo en las zonas rurales se puede destacar: el cuidado del medio ambiente, valorización de las culturas, creación de mercados para productos locales (Palafox y Martínez 2015). También se promueve la articulación campo ciudad, que permite asegurar mejores niveles de ingresos para su población, generando procesos virtuosos de desarrollo. Por consiguiente, ayudan a reducir los procesos migratorios a zonas urbanas. Bajo la concepción de la nueva ruralidad se incluye en el análisis no solo la parte económica, sino también se reconoce la importancia de la cultura, y el patrimonio, ocasionando procesos de revalorización, que al ser vinculados con políticas estatales coherentes, pueden dar lugar a espacios de turismo altamente competitivo (Maak 2009, Palafox y Martínez 2015).

La apertura a la actividad turística es cada vez mayor, su representatividad y beneficios se pueden evidenciar en cifras. En Ecuador por ejemplo, según datos del Ministerio de Turismo (2007), los ingresos de divisas vinculadas con la recepción de turistas pasan de 627.090 a 841.001 entre 2000 y 2006, reflejándose en el PIB nacional. A pesar de considerarse al turismo como una actividad floreciente y vincularlo con la mejora de los ingresos económicos de la población receptora, es difícil garantizar que los ingresos generados se queden en la zona, y se distribuyan de manera equitativa a toda la población.

El turismo como cualquier otra actividad económica esta sujeta a las leyes de la oferta y la demanda (Toselli 2006). En este sentido se puede producir una cosificación extrema de las tradiciones locales, adecuándolas a la demanda de los turistas, lo que puede ocasionar una pérdida de los saberes y tradiciones locales (Toselli 2006), además de la afectación directa en las formas sociales autóctonas (Gascón 2012). Esto debido a que la población receptora oferta lo que el turista desea ver o mantiene en su imaginario respecto a la zona que visita. Además existe el riesgo de un proceso de desculturización o entremezcla de las prácticas locales con las de sus visitantes.

Por tanto, las costumbres, valores y organización social, ayudarán a retener los beneficios para la reinversión, y evitar la temida desculturización de la población local. Es decir, la forma en que cada población se apropie y despliegue la actividad turística proporciona posibilidades de un desarrollo sostenible en el tiempo. En la parroquia El Cisne, la organización y diversas relaciones entorno a sus tradiciones religiosas y prácticas locales permiten a sus habitantes desarrollar actividades económicas hasta la actualidad.

2.1. Turismo religioso

El turismo religioso es una temática de reciente data, considerada como parte del turismo cultural, y aún es poco explorada y estudiada. Sus principales aportes los recibe desde la antropología y sociología (Prazeres y Carvalho 2015). Siendo las antiguas peregrinaciones el antecedente clave del origen del turismo religioso en la actualidad. Un ejemplo de ello es lo suscitado en México, donde inicialmente se realizaron peregrinaciones por parte de las culturas autóctonas, seguidas de las practicadas durante la colonia, y hoy en día, existen rutas de peregrinaje con carácter turístico (Fernández 2010). El auge del turismo religioso se vincula con la diversificación de los productos turísticos luego de la etapa posfordista, ya que estos espacios y peregrinaciones siempre han estado presentes, pero hasta épocas recientes cobran importancia (Cánoves y Blanco 2011). Además se encuentra bajo el paraguas de la recuperación de las tradiciones culturales dentro de las cuales se enmarcan las prácticas religiosas, otorgándose argumentos válidos para el auge y promoción del turismo religioso (Cánoves y Blanco 2011).

Maak (2009) hace referencia al turismo religioso como aquellos viajes o desplazamientos que tienen una connotación espiritual, ya que se movilizan a lugares considerados espiritual, de culto y/o santuarios. Se trata de un turismo, donde participan devotos que visitan las localidades por motivos principalmente religiosos. Sin embargo también existen turistas que visitan estas zonas cargadas de espiritualidad por motivos diferentes como por ejemplo: curiosidad por la historia, tradición, gastronomía, arquitectura, o simplemente buscan un lugar para meditar y encontrarse consigo mismo.

El turismo religioso tiene una finalidad muy específica, conocer diferentes lugares, pero con una actitud y una disposición especial de ir al encuentro de los lugares de devoción, lugares de fe, no solo como aquel que llega como espectador, sino aquel que llega con la necesidad de

vivir una experiencia de encuentro con Dios y una experiencia de fe (Valencia y Ramón García 2015, 494).

Uno de los principales motivos de los desplazamientos a zonas donde predomina el turismo religioso, es la fe. La fe de los visitantes hacia una divinidad, que cuenta con características únicas, que no se encontrará en otro sitio, ni en ninguna otra imagen religiosa. Este hecho ha marcado a muchas civilizaciones a lo largo de la historia, y ha dado origen a un nuevo nicho de mercado dentro del turismo. Una peculiaridad del turismo religioso es que la inclinación a visitar determinadas zonas de fe, “no está influenciada por los servicios que se ofrecen en dicho lugar, sino, por la devoción a la imagen que se venera en dicho sitio” (Martínez 2012, 2). Sin embargo, los lugares considerados sagrados pueden convertirse en espacios multifuncionales donde se pueden desarrollar actividades de ocio, fe y cultura (Cánoves y Blanco 2011).

Alrededor del turismo religioso existe un extenso debate, por un lado se encuentran quienes consideran que debe existir una clara diferenciación entre peregrinación, experiencia religiosa, y las cuestiones culturales (Martínez 2012). Al tiempo que el turismo religioso puede considerarse en el punto intermedio entre el denominado turismo cultural y la peregrinación (Prazeres y Carvalho 2015). Por otro lado, hay quienes aseguran que las motivaciones de las visitas de turistas se entremezclan con la fe, y los intereses culturales o de ocio y diversión. En este último caso se ha dejado de lado lo sagrado, provocando una secularización y tratando de vender al turista un producto religioso, es decir una mercantilización de la cultura, la religión y la devoción popular (Cánoves y Blanco 2011). Sin embargo, determinar con claridad las motivaciones del turista para visitar una zona es muy complejo, ya que se entremezclan, la curiosidad, la religiosidad, la cultura, el ocio, entre otros (Cánoves y Blanco 2011).

A pesar de ello, el centro de las motivaciones del turismo religioso sigue siendo la visita de entornos sagrados (Martínez 2012, Prazeres y Carvalho 2015). Siendo los templos marianos, es decir, aquellos que promueven la veneración de la imagen de María, los más grandes atractivos dentro del turismo religioso. En Europa por ejemplo, constituyen dos tercios los santuarios cristianos. La zona donde se ubican dichos santuarios los convierte en sectores de alto dinamismo económico, ya que se conjugan con actividades vinculadas. En la parroquia El

Cisne se desarrollan peregrinaciones anuales de carácter religioso, esto influye de manera decisiva en el desarrollo económico y social de su población. Es por ello que decido el análisis del turismo como un elemento fundamental que puede aprovechar el potencial cultural y simbólico de la parroquia para generar desarrollo de carácter endógeno.

A nivel internacional se reconoce la importancia del turismo religioso, como una rama del turismo cultural, pues permite el encuentro de diversas culturas, naciones, y religiones. Prueba de ello, es la propuesta que se realiza en Europa con los Itinerarios Culturales. Que promueven la creación de espacios donde la tolerancia y la solidaridad primen, y a la vez impiden el avance del desempleo, racismo y nacionalismo (Maak 2009). Además de ser una forma de intercambio de conocimiento y prácticas de diferentes grupos religiosos (Prazeres y Carvalho 2015). La UNESCO fomenta el mantenimiento de estas rutas culturales (que también tienen un carácter religioso), de esta forma se busca dejar un legado a las futuras generaciones (Maak 2009).

Las diversas formas religiosas, ritos, costumbres, historias, y creencias; así como también imágenes, templos, y celebraciones religiosas se constituye en el material intangible que conforma el patrimonio cultural a ser protegido (Martínez 2012, Fernández 2010). En este sentido la imagen, que es motivo de adoración y veneración, se convierte en un símbolo que produce identidad, que más adelante se puede convertir en una forma de mercancía a utilizar dentro del turismo (Fernández 2010). En este sentido, es necesario considerar que estas nuevas formas de turismo pueden generar tensiones para los creyentes para los cuales su viaje es estrictamente religioso (Cánoves y Blanco 2011). Que son quienes buscan que el carácter sagrado prime sobre las dimensiones económicas, políticas y sociales (Prazeres y Carvalho 2015).

El reto para la población receptora consiste en posicionar su localidad como una ruta del turista, para ello es importante identificar las representaciones y símbolos que se han posicionado en el imaginario del turista como un producto irrepetible y único. Además de mejorar servicios como: hospedaje, alimentación y transporte, que conviertan al sector en un lugar acogedor para el turista que la visita (Martínez 2012). De esta forma se tiene un registro que permita identificar las capacidades a fortalecer, así como las debilidades a superar, para alcanzar un elevado nivel competitivo.

Para alcanzar estos fines, es necesaria la participación de los gobiernos locales, la sociedad civil, y la iglesia (ya que se vincula con el tema religioso). Adicionalmente se debe identificar y conjugar los recursos presentes como: el capital cultural, simbólico y económico, de esta forma espacios sin aparente potencial turístico, pero con una carga importante de misticismo y religiosidad, se pueden convertir en zonas dinámicas. La búsqueda del equilibrio es importante, y constituye un verdadero reto, es decir, al tiempo que se vende como producto turístico, se busca no alterar la dinámica social. Considerando que al recibir la influencia de visitantes se puede afectar directamente al patrimonio natural, cultural y simbólico únicos (Martínez 2012).

2.2. Turismo religioso y desarrollo endógeno

Bajo el contexto de un sector agrícola deteriorado y la creciente apreciación de los espacios rurales, el turismo aparece como una opción de desarrollo. El turismo plantea estrategias para el aprovechamiento y cuidado de recursos naturales y culturales, marcando una nueva tendencia al sector turístico. Generando oportunidades para el desarrollo socioeconómico, a través de mejores y mayores fuentes de empleo para los habitantes locales, y evitando la migración campo ciudad. Se proyecta como una actividad económicamente rentable, y “complementaria a las tradicionales, pero se ha terminado confiando en él como único conductor hacia el progreso” (Palafox y Martínez 2015, 141). Específicamente el turismo religioso como el que se desarrolla en la parroquia El Cisne se vincula la parte material e inmaterial como los actos religiosos para ofrecer un producto con características distintivas de la zona para la obtención de beneficios económicos. En este contexto, la actividad es un incentivo para participación y organización local, en busca de mejorar las capacidades de gestión y la construcción de estrategias integrales para aprovechar de manera adecuada los recursos del territorio.

El desarrollo turístico genera impactos como: cambios en la producción inicial, cambios en el paisaje, cambios económicos y sociales. Ya que el turismo promueve la vinculación entre la persona humana y el medio ambiente (Palafox y Martínez 2015), es decir, genera beneficios económicos e “incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y hábitos campesinos, y recupera antiguos procesos y actividades vinculadas, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local (Toselli 2006, 177). Por

otra parte, las formas de aprovechamiento de estos recursos pueden ser diversas. Por un lado, bajo un contexto institucionalista el Estado trata de apropiarse de estos espacios, y aprovecharlos bajo una visión de producción capitalista. Por otro lado, existe la opción de la organización social, donde las iniciativas de desarrollo surgen desde las comunidades (Palafox y Martínez 2015).

Como menciona Palafox y Martínez (2015), a través del turismo se puede generar conexión entre los diversos actores que participan de las actividades económicas vinculadas con el turismo. Y aun mejor, bajo un modelo endógeno donde sean las comunidades las que decidan su forma de desarrollo, teniendo como premisa el uso de los recursos locales y con el apoyo de las instituciones estatales para generar un entorno adecuado. Los autores mencionan que desde una perspectiva comunitaria se generan mejores resultados visibles para alcanzar un desarrollo sustentable. El turismo en zonas rurales puede promover el alcance de objetivos como: “Generación de empleo, arraigo cultural, oferta no concentrada de pequeña escala y con valor agregado, fomentar el asociativismo basado en la necesidad de lograr la comercialización, capacitación, compra de insumos y financiamiento” (Toselli 2006, 177).

Otro de los aportes del turismo al desarrollo es la promoción y búsqueda de nuevos mercados a los emprendimientos (Toselli 2006). La población local aprovecha la oportunidad para dar valor agregado a su producción, esto permite la venta directa, y un acercamiento entre el productor y consumidor. Los beneficios de estas transacciones son múltiples tanto para productos que encuentran un nuevo mercado, como para los consumidores que evitan la intermediación. Además, el turismo anima la organización social, ya que la población receptora se ve en la necesidad de atender requerimientos vinculados con la protección del medio ambiente, producción, comercialización y promoción del espacio turístico (Toselli 2006).

El turismo, a pesar de constituirse en una opción para el desarrollo, no puede ser considerado como la panacea a los problemas de pobreza. Son múltiples las razones a considerar. Si bien es cierto el turismo genera fuentes de empleo ¿qué tipo de empleo es el que se genera? Además, al iniciar las actividades turísticas no se requiere vincular a empleados con alta cualificación, por tanto se extrae mano de obra de sectores económicos como: agricultura, ganadería, y pesca. No se puede generalizar, pero cuando existen de por medio empresas de

carácter transnacional (e incluso empresas locales con ideas neoliberales), la contratación es de tipo temporal, y los “empleos de mala calidad” (Cañada y Gascón 2007).

Por otra parte, con la revalorización de los recursos locales, existe un proceso análogo, el de la inflación. Por ejemplo, la presencia de población extra local con alta capacidad adquisitiva, fomenta un incremento en los precios de recursos de uso local como los alimentos y la tierra. La ubicación de las tierras (cerca al mar u otro recurso que genera plusvalía) para el desarrollo turístico significa cuantiosas ganancias. Produciéndose el temido incremento del precio de la tierra (Cañada y Gascón 2007).

En conclusión, la actividad agrícola tiene limitaciones debido a la dificultad para acceder a la tierra para producir, derivado de procesos de especulación, y por otro lado, originado por una mayor demanda y un nivel de oferta que no ha variado e incluso ha disminuido debido al incremento del precio de la tierra (Cañada y Gascón 2007). Otra cuestión a considerar es, la fuga de capitales. Sobre todo cuando intervienen grandes propietarios, externos al territorio, que aprovechan la oportunidad para usufructuar del proceso turístico, sin existir reinversión en la zona. Los ciudadanos locales desconocen de estas grandes ganancias.

Capítulo 2

Metodología para la Investigación de Campo

Para el estudio del turismo religioso y el desarrollo endógeno en la parroquia El Cisne, me fue necesario establecer una guía metodológica que facilite dicha empresa. Por lo que presento a continuación de manera detallada y con carácter orientador el proceso seguido para armar la base teórica que guía la investigación. Además, la forma en que realice el trabajo de campo y, cómo decidí la muestra de estudio con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. Considerando el carácter simbólico y cultural que envuelve a la zona de estudio la metodología que propongo tiene una aproximación de tipo cuantitativa y cualitativa.

Por motivos didácticos dividí el trabajo en tres secciones. La primera vinculada con el desarrollo de la parte teórica: cómo surge la investigación, la problemática alrededor de la misma, los objetivos de trabajo, la teoría y metodología a seguir. La segunda sección se vincula con el trabajo de campo, es decir la recolección de la información, y su debido tratamiento. Finalmente, la tercera sección se relaciona con el análisis de la información para la presentación de los resultados y las conclusiones de los hallazgos.

1. Génesis de la investigación

La pesquisa se desarrolló en varias etapas. Se inició con el planteamiento del tema y pregunta general de investigación, la misma que surge del vacío académico observado, y mi personal interés en la zona. En la parroquia la temática vinculada con la interacción de los comerciantes, recursos locales y desarrollo, no ha sido explorada⁷, por esta razón presento el trabajo como un aporte académico. Además, el trabajo permite conocer el papel de la comunidad en el desarrollo local, y mirarlo desde la perspectiva de los actores. A esto se debe añadir mi interés particular, por conocer como en la praxis la organización de la comunidad puede determinar el desarrollo con fundamentos endógenos. Asimismo, expuse la temática al Sr. Julio Macas presidente del GAD El Cisne, quien consideró a la investigación como un aporte para conocer la situación de los actores locales y el turismo en la parroquia.

⁷ Las universidades en la ciudad de Loja muestran en su repositorio alrededor de 50 tesis realizadas en la parroquia, todas centradas en el análisis del turismo religioso y sus oportunidades de crecimiento, así como en la dotación de infraestructura hotelera para el desarrollo de la actividad.

Con estos antecedentes, puedo decir que la problemática “emerge del análisis concreto de un sector de la realidad social o cultural tal cual ella se manifiesta en la práctica” (Quintana 2006, 53). En el caso particular de la parroquia El Cisne, el turismo religioso se desarrolla como una actividad económica en la que se echa mano de los recursos locales. Con un panorama inicial de la parroquia surgen algunas interrogantes directamente vinculadas con la pregunta central de investigación como: ¿Cuáles son las formas de organización de los comerciantes con el fin de aprovechar el potencial local vinculado al turismo religioso? ¿La cotidianidad de la localidad permite interacciones positivas entre los actores públicos y de la sociedad civil, para generar dinámicas de desarrollo? ¿Los recursos usados para el desarrollo de la actividad comercial son endógenos o exógenos? En este sentido, planteo los objetivos específicos de investigación en tres aristas: organización de los comerciantes, origen de los recursos, e interacción de los actores locales, con miras al aprovechamiento de las potencialidades locales para el desarrollo.

Luego de determinar los objetivos de investigación, me fue necesaria la revisión de documentos vinculados con la parroquia, con la finalidad de determinar la problemática alrededor de la temática planteada. La revisión documental me permitió el desarrollo de la parte teórica, donde procedí a documentar las teorías alrededor del desarrollo endógeno y el turismo religioso. La revisión bibliográfica fue clave para fundamentar teóricamente la investigación, en este proceso esquemático intervienen las herramientas de síntesis y análisis, tanto de textos y datos oficiales. De esta manera organice y realice el marco teórico que, “constituye un corpus de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad” (Sautu et al 2005, 34).

Como se mencionó, el presente estudio gira alrededor del enfoque de desarrollo endógeno, lo cual determine dadas las características de la zona, donde resaltan las costumbres y tradiciones alrededor de la imagen que veneran, generando dinámicas económicas importantes para sus habitantes. Es precisamente por estas cuestiones que, planteó mirar las particularidades del pueblo, y considerar como una oportunidad dentro de esta forma de desarrollo al hecho de salvaguardar su riqueza cultural. Asimismo, la oportunidad de desarrollo de la parroquia, se puede alinear con el interés nacional expresado a través del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017, de usar los recursos locales para fomentar el desarrollo de pequeñas comunidades, y a la vez conservar los recursos de tipo intangible del Ecuador.

En resumen, en el desarrollo de la parte teórica me centre en la revisión bibliográfica de conceptos vinculados al desarrollo y el turismo. Al mismo tiempo, combine con dos visitas cortas a la parroquia, como una forma de acercamiento previo con los actores del territorio. En las visitas establecí contacto con la primera autoridad del Gobierno Parroquial y algunos moradores del sector vinculados a la actividad comercial, quienes de primera mano conocen la problemática y las particularidades de la parroquia. Derivado de estos acercamientos realice algunos ajustes necesarios al trabajo de investigación. Esta información se constituyó en un elemento clave para la elección de la visión endógena de desarrollo como abordaje en el presente trabajo.

Estos antecedentes me permitieron dar un paso más, y realizar el planteamiento de la metodología para el trabajo de investigación. El enfoque que planteo es el cualitativo, el cual se caracteriza por mantener un carácter subjetivo, y preocupado por la comprensión de los hechos “fruto de un proceso histórico de construcción y vista a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas, es decir desde una perspectiva interna” (Quintana 2006, 48). Esto dado que la temática que se aborda implica la consideración de características y variables de tipo intangible, como las formas de asociación con miras al aprovechamiento de los recursos locales. Sin dejar de lado herramientas cuantitativas para el análisis de los datos recolectados.

La metodología cualitativa se caracteriza por ser de tipo inductiva, y produce información de tipo descriptiva. Mantiene un carácter flexible que permite iniciar con una visión más o menos general del objeto de estudio, hasta ir profundizando en aspectos más concretos. Todo, con la finalidad de alcanzar los objetivos de estudio, y siempre en concordancia con el marco teórico planteado. Además: “Permite conocer cómo los individuos se conceptualizan a sí mismos y a los demás” (Castaño y Quecedo 2002, 19). Para el caso es relevante, ya que la aspiración es conocer, a más de la organización formada entorno al turismo religioso, también, las relaciones entre organizaciones como un componente para el desarrollo.

Mi papel como investigadora bajo este contexto, es captar e interpretar el significado de la realidad social sin distorsiones. Para alcanzar este objetivo me fue necesario tomar las debidas precauciones, para no sesgar la información recolectada. Haciendo a un lado mis propias creencias y pensamientos que como investigadora mantengo de antemano, y captar la realidad

tal como se presenta. Es decir, las habilidades del investigador entran en juego, y los conocimientos de la zona son fundamentales. Además, como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2010), el investigador debe mantener la mente abierta e ir captando detalles por medio de la observación, que va más allá de la mera contemplación, lo cual favorece y enriquece la discusión de resultados.

Erickson (1989), señala tres aspectos a tener en cuenta en el desarrollo (recogida y análisis de la información) de la investigación cualitativa: 1) Identificar estructuras y perspectivas de significado 2) Prestar atención a los sucesos que vayan ocurriendo en los diversos niveles, para detectar posibles conexiones de influencia 3) Recoger las redundancias para poder establecer el carácter típico o atípico con relación al contexto (citado por Castaño y Quecedo 2002, 16).

Por otra parte, las herramientas aplicadas, encuestas y entrevistas, fueron preparadas con antelación, como se va a detallar a continuación. Lo que se pretendió fue evitar la improvisación y aprovechar el tiempo. En consecuencia, para la elaboración de los formularios de la encuesta considere las variables, desarrollo, turismo y comercio, que contribuyen a alcanzar los objetivos de estudio.

Las 15 entrevistas que realice son de tipo cualitativa, semiestructurado y flexible, con la finalidad de conocer las relaciones e interacción de actores en la zona, así como también, las características de la actividad turística y cómo influye en la economía local. Por tal razón, la selección de la muestra de personas entrevistadas es de tipo intencional, en función de los objetivos de trabajo, y la riqueza de información que pudieran brindar. Entre los entrevistados se encuentran dirigentes de asociaciones locales, el presidente del GAD parroquial, comerciantes no asociados y turistas. Algunos entrevistados prefirieron mantener el anonimato, lo cual es respetable, sin dejar de considerar estos criterios como valiosos, y enriquecedores. Además, el hecho de no presionar con la identidad de los mismos, favoreció el desenvolvimiento y calidad de la información requerida.

En la encuesta manejé preguntas en forma de cuestionario, aplicadas a 103 comerciantes de las siguientes áreas: artesanías religiosas y velas, transportistas, gastronomía típica, hospedaje, y fotografía. Se aplica únicamente a comerciantes ya que la finalidad es conocer la organización de los comerciantes, y los recursos que utilizan en el desarrollo de sus

actividades. Es decir, el nivel de endogeneidad en la parroquia, e identificar la interrelación entre actores, nivel de reinversión y empleos que se generan como producto de la actividad comercial.

Previo al trabajo de campo me fue necesario definir la muestra de estudio. Los recursos de orden económico limitaron la capacidad operativa, y redujeron el tiempo de permanencia en el campo. La recolección de información se vio favorecida por el conocimiento previo de la problemática del sector, lo que se alcanza a través del entendimiento del fenómeno que se suscita y la aplicación de sus capacidades y conocimientos (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

Para definir la muestra he considerado características concretas de la población, como el hecho de estar vinculados al comercio en sus diversas formas. Es decir, un muestreo de tipo homogéneo para aplicar las encuestas. La finalidad es describir un segmento de la población con un perfil similar (Hernández, Fernández y Baptista 2010). En este caso particular, se tuvo como criterio para el escogitamientos a la población con características similares, dedicados a la actividad comercial.

La selección de la muestra se realizó basada en criterios de: pertinencia, adecuación, conveniencia, oportunidad y disponibilidad (Quintana 2006). Pertinencia, ya que de acuerdo al propósito de la investigación se escogió a comerciantes. Adecuación, pues se debe considerar que los datos sean suficientes para extraer conclusiones, es por ello que se entrevistó al 100% de representantes de asociaciones, y se aplicó las encuestas a un 37,32% del total de comerciantes contabilizados en el PDyOT El Cisne (2015).

En este sentido, dado que el objetivo es conocer la organización y relaciones alrededor del turismo religioso consideré como unidad de análisis a los comerciantes, tanto asociados, como no asociados. A través de las encuestas indagé el origen de los recursos de los comerciantes, mientras que, a través de las entrevistas inquirí acerca de las relaciones entre actores del territorio. La realización de un mapa de actores para identificar a los mismos, facilitó la labor de campo.

2. Trabajo de campo

Con la determinación previa de la metodología para el desarrollo de la investigación, tuve un panorama general de lo que iba a realizar en campo. Sin embargo, las circunstancias coyunturales pueden afectar el proceso de la recogida de información. Al respecto es necesario mencionar que realicé dos visitas iniciales a la parroquia, las cuales fueron importantes para establecer vínculos de amistad con los residentes de la zona. Ya que a pesar de haberse realizado algunas investigaciones, la población no estaba familiarizada con procesos investigativos de mayor profundidad. Estos acercamientos iniciales me permitieron desarrollar un mayor nivel de confianza, disminuyendo el sesgo de la información.

Por medio de estos primeros acercamientos tuve la oportunidad de entrevistarme de manera informal con el presidente del GAD parroquial El Cisne. A través de esta visita y mi presentación como investigadora se generó un ambiente de confianza en la población. Además, se disipó cualquier duda respecto al uso de la información que se recabe, sobre todo con algunos ciudadanos que presumían mi vinculación con instituciones de gobierno, por tanto se generaba dudas y renuencia para facilitar información respecto de su negocio.

Más adelante, durante las 4 semanas de permanencia en la zona se pudieron establecer relaciones más cercanas con la población, lo que se traduce en una mejor calidad de información. El mes de abril considerado por los comerciantes como de baja actividad, fue el tiempo clave para la aplicación de la encuesta, ya que los comerciantes tienen mayor facilidad para responder a las inquietudes planteadas. Sin embargo, algunas fricciones entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja y los comerciantes de la parroquia, en torno al tema de la reubicación de algunos puestos de venta ubicados en las aceras, marcan cierto sesgo respecto a su visión del gobierno y/o sector público en general. Estos detalles han sido considerados ya que estas circunstancias coyunturales se pueden convertir en determinantes a la hora de obtener información (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

Pude realizar un total de 15 entrevistas semiestructuradas. Entre los entrevistados se encuentra el presidente del GAD parroquial El Cisne, vinculado directamente con la planificación y desarrollo, aporta desde su visión de desarrollo como funcionario y por su trabajo con conocer población y asociaciones de la parroquia. Los turistas entrevistados me permitieron identificar su percepción respecto a los servicios que se prestan, y el tipo de vínculos generados con los

pobladores de la parroquia. Los dirigentes de comerciantes me dieron su percepción y las formas en las que se organizan en torno al tema del turismo religioso. Las entrevistas se realizaron en el lugar de trabajo de los comerciantes y, en el caso de los turistas se conversó mientras ellos recorrían la parroquia de tal forma que generó mayor confianza.

De esta forma pude conocer los discursos que mantienen las autoridades locales y la forma en que los lugareños desarrollan sus actividades. Además pude conocer los esfuerzos de los organismos de gobierno local para establecer el turismo religioso dentro de la comunidad, e incluso como esta actividad ayuda a los comerciantes a alcanzar una mejor calidad de vida, haciendo uso de los recursos locales, la tradición y cultura propia.

La indagación inicial por medio de las 15 entrevistas me permitió refinar el cuestionario planteado inicialmente. Además, se estableció un mayor nivel de confianza con otros comerciantes facilitando el trabajo a través de las 103 encuestas, y disminuyó el posible sesgo. Las encuestas se aplicaron a los comerciantes de diversa índole en su lugar de trabajo, esto permitió conocer cómo se desarrollan las actividades en la localidad, enriqueciendo el conocimiento sobre la misma y facilitando el análisis de datos que sigue al trabajo de campo.

La aplicación de la metodología cualitativa me permitió conocer más de cerca las características de la población de El Cisne, como se desarrolla el comercio, sus formas y estrategias de vida, y su historia. El acercamiento con la población al final de la investigación me comprometió con la comunidad, ya que al conocer más de cerca sus anhelos de superación y también sus dificultades para desarrollar sus actividades cotidianas me hizo comprender la necesidad de la colaboración de profesionales en el área rural. La vinculación de profesionales con el conocimiento teórico, y la población que cuenta con la experiencia en el desempeño de sus actividades permite aprovechar potencialidades para el desarrollo. Particularmente, mis experiencias anteriores de investigación se vinculan con la economía, y este es el primer trabajo en el cual aplico metodología cualitativa. Por tanto considero que esta investigación ha sido enriquecedora, ya que me permitió mirar estrategias concretas que la población utiliza para subsistir y alcanzar sus objetivos.

3. Análisis y presentación de resultados

Finalmente, en el tercer momento de la investigación realice el análisis e interpretación de la información recabada. En este sentido, el primer paso fue el ingreso minucioso de la información al programa estadístico SPSS para su tratamiento. Este programa facilita la elaboración de gráficos y tablas estadísticas para su posterior análisis. Para evitar los errores de tipeo fue necesaria la numeración de encuestas para una revisión a posterior. Esta revisión permite depurar la información con lo que se minimiza el error.

Derivado de los resultados que obtuve tanto de encuestas como entrevistas pude elaborar los capítulos de discusión y conclusiones. En esta etapa también contraste los datos iniciales de la entrevista, testimonios recogidos de primera mano, con las encuestas, y la parte teórica. Este análisis me permitió conocer la interacción entre las distintas partes que intervienen en el desarrollo de la actividad comercial de la parroquia. Como lo menciona Castaño y Quecedo 2002, esta fase permite describir situaciones concretas, comprender relaciones, o establecerse modelos explicativos. Con este propósito recurrí a tablas, gráficos, y mapas que permitan explicar la realidad de la parroquia El Cisne, fundamentada en la teoría presentada.

El análisis y la síntesis son herramientas a las que acudí para la elaboración del informe final de resultados. Para su presentación he dividido en dos capítulos. En el capítulo 3 muestro un acercamiento al territorio, el desarrollo de la actividad comercial y su organización social. Para una mejor comprensión se detallan hechos históricos respecto al turismo en la parroquia El Cisne. En el capítulo 4, presento a los actores del desarrollo comercial de la zona, a más de las relaciones existentes. Estos capítulos son el aporte fundamental para armar las conclusiones, y cumplir con los objetivos planteados.

Capítulo 3

Resultados

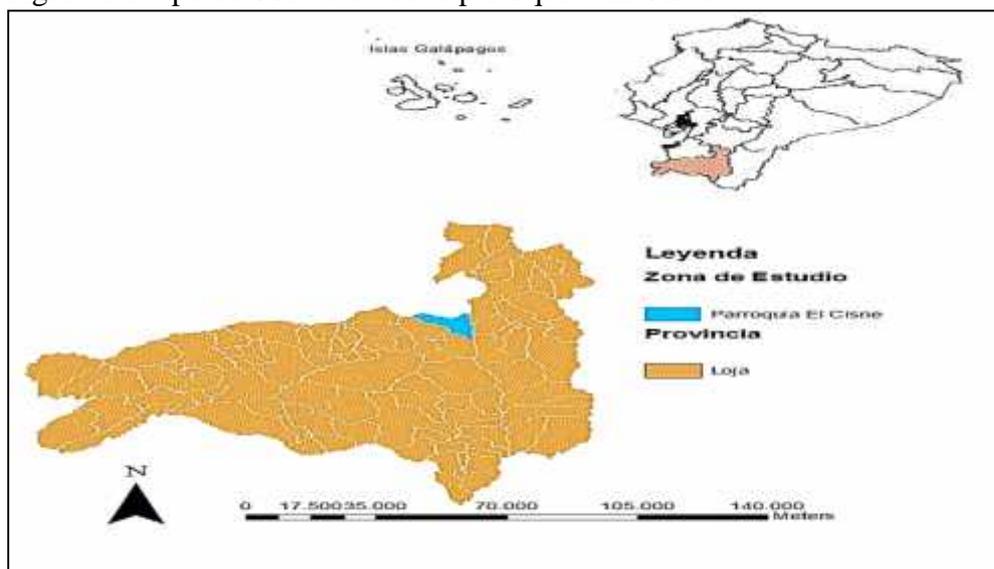
La parroquia El Cisne: Comercio y organización social

A través del presente capítulo presento un acercamiento a la parroquia, muestro sus características generales e históricas de la peregrinación, algunas particularidades de los pequeños emprendimientos, y su organización social. Esto permite una mejor comprensión de la dinámica local, y el desarrollo de las actividades turísticas y comerciales de los cisneños. Además, permite entender la influencia de la historia en la construcción del territorio de El Cisne, ya que, las dinámicas entre proveedores y comerciantes locales son influenciadas por la dinámica histórica. Asimismo, a través de la identificación del origen de los recursos usados para las actividades locales se puede identificar el nivel de endogeneidad del desarrollo en la parroquia.

1. La parroquia El Cisne

La presente investigación se desarrolla en el sur del Ecuador, dentro de la región interandina, hasta la frontera provincia de Loja. A 72 kilómetros de distancia del cantón Loja, en el sector noroccidental se asienta sobre el cerro Chayalama la población de la parroquia de El Cisne (Paccha 2006, PDyOT 2015). La parroquia en promedio mantiene una temperatura de 12,5° C y, de acuerdo al último censo 2010 cuenta con una población de 1628 habitantes, la presencia de la agricultura y ganadería es notoria en la zona.

Figura 1. Mapa de Ubicación de la parroquia “El Cisne”



Fuente: INEC, 2012

Sin embargo, en la parroquia El Cisne el desarrollo de las actividades agrícolas y ganaderas presenta dificultades debido a los altos niveles de deforestación y erosión del suelo (PDyOT 2015). Al mismo tiempo, la parroquia se encuentra asentada en un sector bastante accidentado, con pendientes que en algunos casos sobrepasan el 70% de inclinación (PDyOT 2015). Se subraya la presencia de suelos con severas limitaciones para el desarrollo de actividades agrícolas (PDyOT 2015). Tan solo el 0,48% de la superficie parroquial se dedica a cultivos estacionales, mientras que un 36,43% corresponde a pastizales aptos para la ganadería (PDyOT 2015). En tal virtud la producción agrícola se destaca por ser de subsistencia y en menor escala para su comercialización. No obstante, el turismo religioso se destaca como una actividad que reaviva la economía de la población cisneña.

La parroquia El Cisne ejemplifica algunos postulados respecto a la producción social del espacio que propone Lefebvre (Ramírez 2014). El espacio físico, es decir la delimitación geográfica de la parroquia, no es únicamente el lugar donde se desarrollan las actividades comerciales de sus habitantes. Es un espacio donde a través de las acciones y discursos de la población, se origina un proceso de apropiación. Estos procesos se sustentan en las acciones de producción y reproducción que los individuos realizan (Ramírez 2014). Esta perspectiva se desarrolla dentro del trabajo, ya que las relaciones de producción y reproducción implican una vinculación e interacción entre los habitantes de la comunidad, así como también, vinculación entre los habitantes y el espacio. El resultado de la interacción se evidencia en los cambios históricos que se produce en los territorios.

1.1. Desarrollo del turismo religioso en la parroquia

Lo que hoy en día se constituye como turismo en la parroquia El Cisne, es el producto de prácticas que poco a poco se fueron arraigando en su población, y adquiriendo formas particulares a través del tiempo. A partir de los años 1594 y 1596, se inicia la advocación de la Virgen de El Cisne⁸, y desde entonces las actividades sociales, culturales, y económicas, se han ido adaptando al entorno religioso predominante. Es decir, han tomado formas particulares, reinventándose.

⁸ “El Cisne” GAD Loja, 23 de mayo de 2016, <http://www.loja.gob.ec/contenido/el-cisne>.

Las prácticas iniciales de celebración inca se combinaron con los rituales que los colonizadores impusieron, la interacción ha dado origen a las celebraciones realizadas hoy en día. Es decir, se encuentran territorios afectados por el sistema religioso, esto llega a determinar ciertas características de la vida social, económica y política de su población. No obstante estos territorios poseen rasgos preexistentes, que al combinarse desarrollan nuevos rituales, formas culturales e incluso nuevas formas económicas.

Ninguna cultura se ha gestado, desenvuelto y llegado a la plenitud sin nutrirse de otras y sin, a su vez, alimentar a las demás, en un continuo proceso de préstamos y donativos, influencias recíprocas y mestizajes, en el que sería difícilísimo averiguar qué corresponde a cada cual (Mario Vargas Llosa 1983).

En el caso de la parroquia El Cisne las particularidades religiosas han dado origen a actividades comerciales con un sello distintivo diferente a las que se pudieran realizar en cualquier otra parte del Ecuador.

Las modalidades de organización económica externamente semejantes pueden corresponder a éticas económicas muy diferentes y que estas modalidades de organización económica pueden dar lugar a resultados históricos muy distintos según la peculiaridad de sus éticas económicas (Weber 1999, 3).

La visita de turistas a la parroquia, y el desarrollo de las actividades comerciales se fundamentan en la fiesta principal de romería de la Imagen de la Virgen María. La cual de acuerdo a los relatos de sus habitantes, se apareció a una humilde campesina expresando que era necesaria su veneración en el pequeño poblado. Los hechos milagrosos atribuidos a la imagen convocan a miles de creyentes en la parroquia, de esta forma la fama de la imagen se difunde alrededor del país. En 1829, el libertador Simón Bolívar firma el decreto para la realización de una feria en honor a la imagen y por ende el traslado de la misma a la ciudad de Loja⁹. Esto debido a que el pequeño poblado no tenía la capacidad para albergar a los devotos de la Madre de Dios (Paccha 2006). Es decir, la actividad comercial se desarrolla en la parroquia y en la cabecera cantonal de Loja.

⁹ “El Cisne” GAD Loja, 23 de mayo de 2016, <http://www.loja.gob.ec/contenido/el-cisne>.

Los rituales y prácticas de la población de la parroquia han favorecido el traslado de personas hacia la misma. Gracias a estas visitas se dinamiza la economía local, favoreciendo el crecimiento de la actividad turística. La leyenda sobre la aparición de la “Churonita” en el monte Chayalama¹⁰ ha rebasado fronteras y generaciones, provocando el traslado masivo de devotos. Quienes acuden para cumplir lo que denominan “la promesa a la virgencita¹¹”, mediante caminatas que inician desde la puerta misma de sus hogares. Todas estas prácticas construyen un territorio único: “Los significados, los valores y las interpretaciones se construyen culturalmente, pero se aplican de manera diferencial y se reinterpretan de acuerdo con posibilidades conductuales existentes o circunstancias cambiadas, lo que a veces genera “nuevos” estándares culturales” (Long 2007, 108-109).

La presencia misma de grupos numerosos de amigos y familiares gesta el desarrollo del turismo religioso y por ende el desarrollo económico de la parroquia. Weber (1999) menciona que territorios con su propia lógica religiosa también se ven afectados por factores tanto económicos como políticos.

Determinados factores geográficos, históricos y económicos condicionan bastante esa economía... Claro que el propio estilo de vida religiosamente condicionado está profundamente afectado por los factores económicos y políticos que actúan en el interior de determinados límites geográficos, políticos, sociales y nacionales (Weber 1999, 4).

En las angostas calles de la parroquia se puede divisar peregrinos¹² de diversos sectores del país, principalmente de la provincia del Azuay, Cañar, Pichincha y Chimborazo. La algarabía se hace presente noche a noche con las presentaciones musicales, danzas y la tradicional quema de castillos y vacas locas¹³, que llenan de luces y bullicio la plaza central, todas estas actividades son expresiones de fe de la población católica.

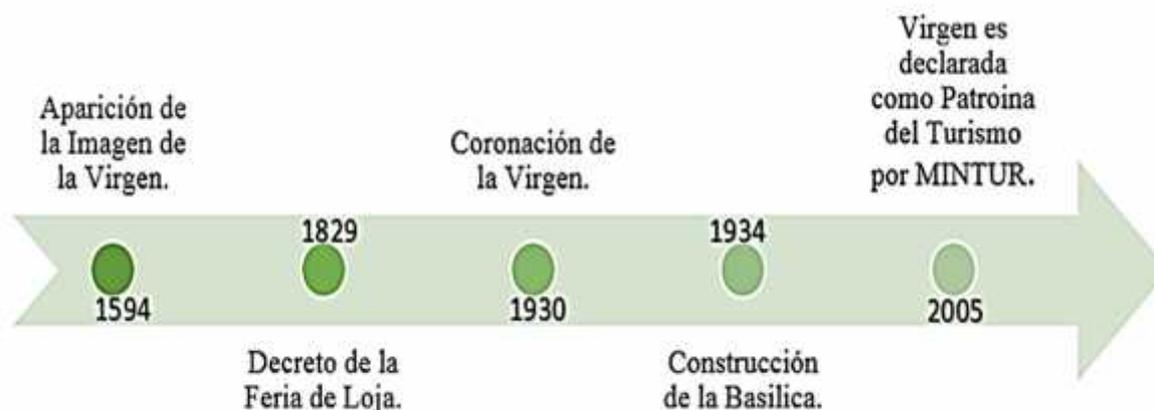
¹⁰ Elevación sobre el cual está asentada la población de El Cisne.

¹¹ La promesa a la virgen, es la forma en la que devotos denominan a las caminatas y demás actos que realizan en agradecimiento a la Imagen por los favores recibidos.

¹² Persona que motivada por su fe acude a rendir culto en un determinado lugar que considera como sagrado, recorriendo una larga trayectoria para alcanzar su objetivo. Un caso particular es el de los peregrinos de la provincia del Azuay quienes se movilizan en grandes grupos familiares, a pie o en bicicleta hasta la basílica ubicada en la parroquia de El Cisne, donde acuden para buscar el favor de la Imagen o simplemente a agradecer por un milagro recibido.

¹³ Los castillos hacen referencia a construcciones de carrizo en forma de castillo llenas de fuegos artificiales. Lo propio sucede con las vacas locas, las cuales son monigotes con la forma de una vaca que igualmente contiene fuegos artificiales. La costumbre en la parroquia El Cisne es realizar la quema frente a la Basílica, mientras que

Ilustración 1. Línea del Tiempo Fechas Importantes para la Parroquia El Cisne



Fuente: GAD Loja, 2016

Las casas de posada no se dan abasto para albergar a los romeriantes, e incluso la iglesia ha construido un espacio denominado como la “casa del peregrino” para acoger a devotos que no poseen lugar de hospedaje. Las ventas de comida, y accesorios alusivos a la venerada imagen se comercian en gran cantidad. El día 17 de agosto, se inicia la peregrinación que dura tres días, y donde se recorren 72 kilómetros hasta la ciudad de Loja. La imagen de María atraviesa la parroquia San Pedro de la Bendita, la cabecera del cantón Catamayo donde pernocta un día, para finalmente el 20 agosto recorrer el último tramo de recorrido hasta llegar a la ciudad de Loja.

La preparación de los comerciantes para las festividades se realiza con antelación, ya que la elaboración de algunos de los artículos que ofrecen demora algunos días para su acabado, y son muy demandados por los visitantes en los meses de agosto y septiembre. Como lo menciona un comerciante de reliquias de la parroquia¹⁴, “el turista que llega a nuestra pequeña localidad, busca siempre llevar un recuerdo de su visita, un recuerdo para llevar a sus familiares o para sus amigos” (Entrevista a presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016). El trabajo femenino es notorio en el sector de alimentación, principalmente en la preparación y expendio de comida rápida como: empanadas, horchatas, café, morocho, entre otros. El sector de hospedaje ha venido

en la ciudad de Loja se lo realiza en la Catedral, donde reposa la Imagen. Este evento se conjuga con intervenciones artístico musicales, y donde no pueden faltar las bandas de pueblo.

¹⁴ Las entrevistas fueron confidenciales, y los nombres de los entrevistados se han ocultado por mutuo acuerdo.

creciendo y mejorando su infraestructura y servicios en los últimos años. No obstante se mantiene el formato de casas de posada, esto hace referencia a cuando las familias cisneñas abren las puertas de sus hogares y ofrecen a los turistas habitaciones en su aposento. Esta forma de hospedaje se encuentra regulada por el GAD Loja, quien controla que los espacios cuenten con las garantías para albergar a los romeriantes.

Con el arribo de la imagen a la ciudad de Loja, da inicio a las celebraciones religiosas y comerciales en la ciudad de Loja: feria de integración fronteriza, presentaciones musicales de bandas de pueblo, danzas, misas conmemorativas, y demás actividades artístico culturales. Las mismas que se extienden hasta los primeros días del mes de septiembre, siendo la cúspide el día 8 de septiembre.

La salida de los peregrinos es paulatina, ya que a pesar de la presencia de la imagen en la ciudad de Loja, muchos devotos prefieren acudir hasta la parroquia El Cisne. Esto se debe a que según manifiestan los mismos religiosos, la imagen esculpida por Diego de Robles a fines del siglo XVI, denominada como la “propia”, no se traslada a la ciudad de Loja sino que se trata de una réplica¹⁵. La antigüedad y deterioro de la imagen original no permite su traslado en peregrinación.

Estos antecedentes hacen vislumbrar al territorio como un espacio que ha sido construido socialmente. Los aspectos históricos juegan un rol importantísimo para la construcción del territorio que reconfiguran las actividades económicas, sociales, y culturales. Sino que, alrededor de la tradicional leyenda de la aparición de la madre de Dios, se ha configurado un símbolo de identidad local, la imagen de María, y su basílica estilo gótico. Es decir, la construcción de la basílica y la elaboración de la imagen marcan el inicio de la reconfiguración de las actividades que se desarrollan en la parroquia. En este sentido, el espacio es resultado de la acción humana, y al mismo tiempo, el espacio determina las acciones de sus habitantes, en una suerte bidireccional. Entendiendo que, las interrelaciones producen el espacio, y el espacio contribuye a la construcción de la sociedad.

¹⁵ “El Cisne” GAD Loja, 23 de mayo de 2016, <http://www.loja.gob.ec/contenido/el-cisne>.

La memoria de los habitantes de la parroquia es muestra clara de la construcción y producción del espacio. Una comerciante¹⁶ y moradora de la parroquia menciona:

(...) Nuestros antepasados eran bien creyentes, y por la devoción a mamita virgen en mingas se reunían para hacer la basílica que nos pidió, para estar con nosotros y protegernos. Ella es bien milagrosa, de ahí nosotros hemos de seguir el ejemplo de nuestros antepasados, y por eso la romería, y como es bien milagrosa vienen los peregrinos también a cumplir sus promesas (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

A través del tiempo la población local ha ido apropiándose de su historia, para forjar lo que hoy en día constituye la parroquia de El Cisne. La parroquia El Cisne encierra en sus entrañas una dimensión simbólica y cultural, que permite la construcción de una identidad territorial. De la cual, su población a través de los años ha ido apropiándose y adaptándola a su realidad. Constituyéndose la imagen de “Nuestra Señora de El Cisne” en el símbolo que representa la identidad de sus habitantes como, el pueblo escogido por “Mama Virgen” (Paccha 2006). La identidad de la población ha trascendido fronteras geográficas, pues muchos oriundos de la parroquia que han migrado, mantienen vivas las celebraciones más relevantes, realizando actos recordatorios en sus lugares de residencia. A través de estas tradiciones se mantienen conectados con la parroquia¹⁷.

1.2. Calendario de actividades durante el año

Las festividades centrales se realizan en los meses de agosto y septiembre, sin embargo, la concurrencia de devotos es permanente durante todo el año. Puedo destacar algunas celebraciones de alta afluencia. En el mes de abril se celebra la tradicional semana santa, a la que acuden creyentes y moradores de la provincia de Loja y sus alrededores. En conmemoración del viernes santo, se realiza la denominada “romería de las estaciones”, tradicional caminata que se desarrolla dentro de la parroquia El Cisne, donde se escenifica la pasión y muerte de Cristo, y en la cual participa la población local con dramatizaciones, cantos, y rezos. Esta actividad culmina con celebración dentro de la basílica. Para fines del mes de abril se inicia con algunas actividades que se extienden hasta el mes de mayo con motivo de su parroquialización.

¹⁶ Las entrevistas fueron confidenciales, y los nombres de los entrevistados se han ocultado por mutuo acuerdo.

¹⁷ Carrillo, María Cristina. *La Churona*. Ecuador, 2010. Largometraje, 82 min, formato DVD.

Ilustración 2. Calendario de principales actividades en la parroquia El Cisne

PRINCIPALES CELEBRACIONES EN LA PARROQUIA EL CISNE					
ABRIL	Celebración de semana santa	AGOSTO	Romería de la Imagen de la Virgen de El Cisne	DICIEMBRE	Celebración de navidad
	Se desarrolla la denominada "romería de las estaciones"		Celebraciones religiosas y culturales		Se desarrollan actividades vinculadas con la Navidad, novena y escenificación del nacimiento de Jesús.
			Inicio de la romería de la Imagen hasta la ciudad de Loja		
			Actividades comerciales		
			Visita masiva de peregrinos a la parroquia		
MAYO	Celebración del mes de María	SEPTIEMBRE	Fiestas en honor a la Imagen de la Virgen de El Cisne		
	Se desarrolla la denominada "composturas"		Celebraciones religiosas y culturales		
			Actividades comerciales		
	Fiestas de parroquialización		Visita masiva de peregrinos a la parroquia		
	Se desarrollan actividades deportivas y culturales				
JULIO	Actos de preparación para las festividades del mes de agosto	NOVIEMBRE	Retorno de la Imagen de María		
	Preparación para el recibimiento de los turistas a la parroquia.		La Imagen llega a la basílica de la parroquia el día 17 de noviembre		
	Venta de espacios para el comercio en general.		la comunidad la recibe con actos litúrgicos		

Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

A más de las festividades de parroquialización, el mes de mayo se destaca por la realización de las denominadas composturas. Se trata de arreglos tradicionales, realizados con flores nativas de la parroquia El Cisne. Las mismas son confeccionadas por manos principalmente de las mujeres de la parroquia. Se realizan formas y figuras como estrellas e incluso frases en honor a la Imagen de la Virgen de El Cisne. Las composturas son ubicadas en el interior y exterior de la basílica, para engalanarla. Esta actividad se cumple durante todo el mes de mayo. Para mantener el ornato cada viernes o sábado se congrega la población para realizar el cambio respectivo de flores. Las flores utilizadas son donadas por la población, quienes consideran una honra poder entregar sus flores para "mamita virgen", y de retorno a sus hogares llevan las flores secas como una bendición para sus huertas.

En el mes de mayo se conjuga la celebración del "mes de María" con actividades deportivas y cívicas de parroquialización. Los devotos de los cantones y parroquias vecinas, realizan peregrinaciones constantes durante todo el mes, e incluso se elabora un calendario de visitas a la basílica. Estas costumbres acercan a su población, fortaleciendo lazos de amistad y permiten perpetuar sus prácticas tradicionales, ya que estas actividades congregan a su población (especialmente mujeres) durante todo el mes.



Fotografía 1. Elaboración de composturas del mes de mayo por mujeres de la parroquia

Los meses de junio y julio se caracterizan por realizarse los preparativos para las celebraciones de los meses subsiguientes. En este tiempo la Municipalidad hace presencia en la parroquia para concretar la venta de espacios públicos que son destinados a los comerciantes que en los meses de agosto y septiembre desarrollan actividades económicas. Sin embargo, la presencia de la autoridad local en la parroquia es motivo de conflicto con algunos moradores.

El motivo de conflicto entre algunos comerciantes y la autoridad local radica en la ubicación de los comercios alrededor de la basílica, principal sitio de concurrencia de los turistas. Por un lado, la autoridad municipal señala la importancia de mantener una adecuada organización de los comercios, lo que permite mejorar el orden público y la seguridad de los visitantes. Por otro lado, los comerciantes de la parroquia aseguran que los controles municipales dificultan la realización de su trabajo.

El mes subsiguiente octubre, se caracteriza por ser de baja afluencia de turistas. No obstante, con el retorno de la Imagen hacia la basílica en el mes de noviembre la visita de devotos se incrementa. Para el mes de diciembre se preparan actividades de connotación religiosa como, el pase del niño y la novena que marcan las celebraciones de navidad, donde intervienen moradores de la localidad. Estos actos convocan y atraen a turistas y cisneños residentes en

otras zonas del país, que acuden a ser parte de las celebraciones, además de ser una excusa para visitar a su familia.

El interés de este trabajo se concentra dentro del límite político administrativo de la parroquia, ya que es donde acuden los peregrinos o romeriantes a visitar a la Imagen de la Virgen de El Cisne. Además es donde nace la tradición y prácticas religiosas actuales que sirven para el desarrollo de las actividades de turismo religioso y que influyen en la dinámica económica y comercial de la parroquia. Sobre todo porque las festividades atraen cada año a población de gran parte del país, en especial de las provincias del Azuay, El Oro, Chimborazo, y norte del Perú, lo que genera un proceso de intercambio de saberes, costumbres y tradiciones.

Producto de la visita masiva de peregrinos en la parroquia, la población se ha especializado en la provisión de servicios relacionados con el turismo. Esta es una oportunidad para el mejoramiento de los ingresos, y posee un claro nicho en la zona sur del Ecuador. La actividad comercial ha generado vínculos no solamente entre vecinos, sino que además ha contribuido al origen de organizaciones sociales como se describe a continuación.

1.3. Funcionamiento del comercio

De lo expuesto anteriormente se puede evidenciar que, la población de la parroquia El Cisne no han desarrollado la actividad comercial de forma intencional para alcanzar desarrollo a nivel parroquial. La actividad comercial se va convirtiendo en una alternativa para mejorar los ingresos, a medida que la Imagen de la Virgen de El Cisne atrae a más devotos. No existe una planeación específica sobre su desarrollo donde se considere los beneficios y posibles efectos producto del desarrollo de esta actividad, tal como teóricamente se desearía que se desarrollará el proceso. Es decir se cumple con la premisa de que se trata de un desarrollo autocentrado o populista, que nace de la iniciativa de la gente.

Por otro lado, al no existir planeación sobre el desarrollo parroquial tampoco existe un inventario de los recursos locales, que pudieran ser aprovechados y potenciados de manera planificada como menciona Boiser (1999). Lejos está de la población cisneña la necesidad de interconectar los recursos locales para alcanzar el desarrollo, o de la importancia de la cooperación para mantener negocios sostenibles en el tiempo. Sin embargo, en el inconsciente

de la población existe el reconocimiento de los recursos culturales y simbólicos, o como en sus palabras sería “lo nuestro”.

Gráfico 3. Interacción de recursos para el desarrollo



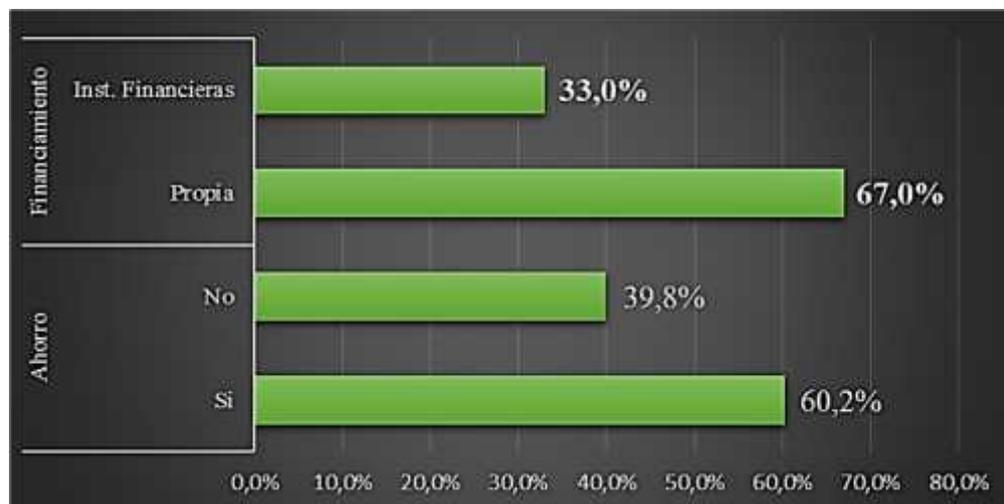
Fuente: Boisier, Sergio. 1999. “El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico: una contribución al tema del capital intangible del desarrollo”

En el gráfico 3 se puede observar los recursos en las cuatro categorías mencionadas en el capítulo 1. En primer lugar su recurso cultural y simbólico, conocido a nivel nacional por su romería en honor a la Imagen de la Virgen de El Cisne. A esto se debe añadir sus prácticas en el desarrollo de sus festividades, tal como se describió en la primera sección del capítulo. Como lo menciona Weber (1999), dichas prácticas han sido determinantes en la decisión de producción y sus relaciones sociales. Ya que hoy en día se puede encontrar en el sector un sinnúmero de artículos religiosos, el origen y adquisición de los mismos se hará referencia más adelante. Las mismas asociaciones y organizaciones de la sociedad civil se encuentran estrechamente vinculadas a la actividad religiosa. Este proceso de transmisión se ha generado a través de la familia, y se ha incorporado a través de la práctica.

El capital simbólico de la parroquia es claramente identificado en la Imagen de la Virgen de El Cisne, y la basílica que la alberga y de la cual se sienten muy orgullosos de su construcción. “Nuestros antepasados la construyeron (la basílica), es la herencia que nos dejaron a nosotros” (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016), asegura una comerciante de la velas. La forma de apropiación como lo menciona Landesmann (1979), ha sido que la población local

establece a la tradición y la imagen de la virgen como única y la presentar a través de diferentes artículos para el consumo.

Gráfico 4. Financiamiento y ahorro de comerciantes



Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Al mismo tiempo, para emprender en iniciativas de negocio como, venta de velas, bocadillos, artesanías religiosas, y otras, es necesario un capital inicial. Los encuestados y la población en general manifiestan que no existen inversiones provenientes de fuera del territorio, sino que son los mismos propietarios quienes financian sus negocios. Un 67% de comerciantes financian sus negocios con sus recursos propios, mientras que el restante 33% acude a una institución financiera. Lo que sucede es que, el dinero que ahorran lo vuelven a invertir en su negocio, un 60,2% tiene la posibilidad de ahorrar, frente al 39,8% que no puede ahorrar y por lo tanto acude a créditos. No se evidencia dependencia de capitales externos, ni fuga de capitales, encontrando en la actividad comercial una forma de superar las limitaciones económicas.

Otro factor es el capital institucional, que hace referencia al conjunto organizaciones del territorio (Boisier 1999). Los cuales describí anteriormente existen de dos tipos, formales e informales. Asimismo, la presencia de estas organizaciones ha contribuido a la mediación entre los comerciantes y las autoridades locales, facilitando procesos de dialogo.

Las capacidades locales, así como también los capitales culturales y simbólicos, son aprovechados para el desarrollo del turismo religioso. A partir de este pensamiento, se vincula

al turismo como un factor que promueve el desarrollo económico, y además la conservación de los recursos naturales y costumbres locales. Sin embargo para el desarrollo de las actividades turísticas se requiere de la intervención de la localidad en su conjunto, siendo la población la encargada de buscar y articular los medios e instrumentos para alcanzar objetivos comunes. A pesar de representar una oportunidad para poblaciones pobres, es necesario considerar las formas en que se desarrollan las actividades turísticas, ya que pueden convertirse en formas de explotación hacia la población receptora, de fuga de capitales e inflación.

La dinámica económica de la parroquia El Cisne se produce entorno al turismo generado por las tradicionales celebraciones religiosas, que determinan la dinámica socioeconómica actual. Como resultado del proceso histórico de apropiación de dichas tradiciones, existe una amalgama cultural. Ya que poblaciones como es el caso de los habitantes de la provincia del Azuay, participan activamente en las festividades de la pequeña localidad. Esto ha generado redes, tanto de amistades, como de trabajo, todo entorno al símbolo común que los congrega, “La Churonita”. La actividad comercial cobra importancia a partir del inicio de las celebraciones religiosas. Las mismas evocan la fe de los fieles, quienes sin ningún reparo y superando cualquier obstáculo acuden al lugar. Para los creyentes la parroquia se constituye en el sitio donde se apareció la Madre de Dios, de acuerdo a la leyenda es ella misma la que pide se levante un santuario para su veneración.

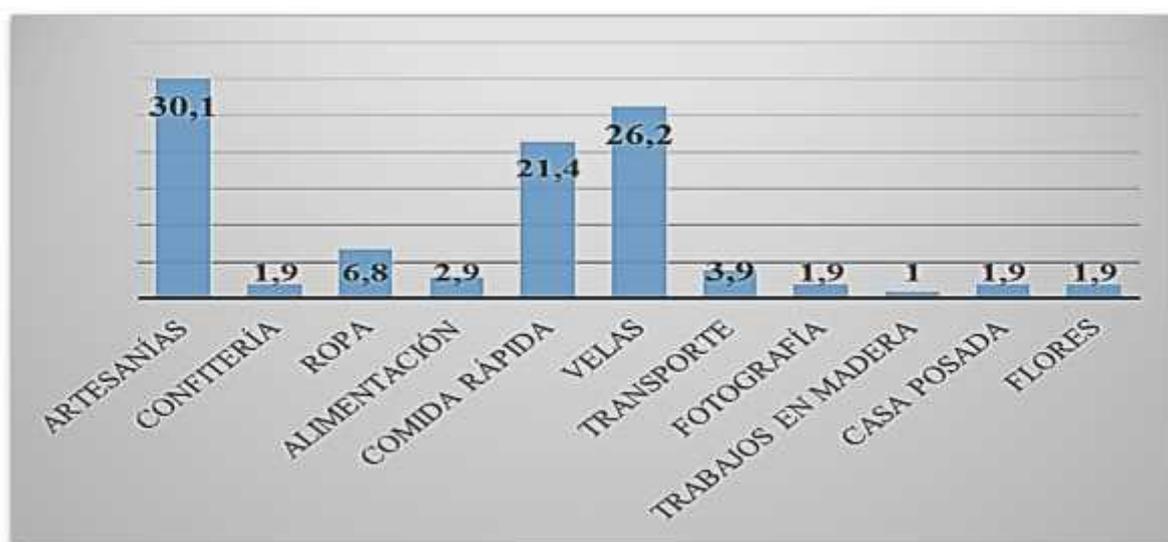
El turismo religioso en la parroquia da muestras de un crecimiento constante, donde cada vez toman fuerza las actividades comerciales: alimentación, hospedaje, transporte, que se conjuga con una dinámica caracterizada por una precaria agricultura de autoconsumo. Las tradiciones que hasta la actualidad se practican han dado como resultado productos específicos para su comercialización dentro de la parroquia, favoreciendo el turismo religioso. Sin embargo, es necesario recordar que, el capital cultural requiere de tiempo para su transmisión a las nuevas generaciones. Y su existencia actual no asegura su permanencia dentro del territorio, de hecho sin el cuidado necesario puede desaparecer con el tiempo. Por otra parte las festividades y demás eventos socio culturales se combinan con la modernidad, gestando formas particulares de desarrollo cultural que debe ser aprovechado por la localidad.

2. Organización Social de los comerciantes de la parroquia

La parroquia El Cisne convoca a cientos de fieles católicos que, movidos por la fe acuden hasta la comunidad. La población ha concentrado sus actividades alrededor del comercio, y han logrado dinamizar la economía local mejorando los ingresos. Las principales razones de concentración alrededor de esta actividad son la falta de empleo y las dificultades que presenta la agricultura en la zona. La actividad comercial se convierte en una inversión de menor riesgo para los habitantes de la parroquia. Por tanto es de esperar que su población se haya organizado alrededor del comercio, aun cuando en algunos casos este proceso se realizó de forma espontánea. Es decir, existe a partir de la aparición de la leyenda de la virgen de El Cisne un cambio evidente en las actividades económicas de los habitantes de la parroquia.

El comercio en la parroquia cobra importancia desde hace aproximadamente unos 25 a 30 años según lo declaran los comerciantes más antiguos de la parroquia (Entrevista a presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016). El gráfico 5 muestra los principales artículos que se expenden. Se destaca el comercio de artesanías religiosas (30,1%), velas (26,2%), y comida rápida (21%), respecto a origen de estos productos se aborda con más detalle en el capítulo 4 (ver tabla 10). Lo que deseo resaltar en esta instancia son las dos formas claras de organización social de los comerciantes en la parroquia, formal e informal.

Gráfico 5. Porcentaje de artículos/servicios que se comercializan en la parroquia El Cisne.



Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

He podido encontrar únicamente dos organizaciones informales, la que corresponde a los vendedores ambulantes de velas, y las comerciantes de arreglos florales. Se puede incluir dentro de este grupo a comerciantes independientes que laboran en áreas como, alimentación, hospedaje y comercio de artículos religiosos, este sector se caracteriza por el expendio de productos en sus domicilios. En el caso de las organizaciones formales, se han detectado cinco organizaciones. A continuación se detalla a cada grupo.

2.1. Organización Informal

La organización de tipo informal hace referencia al grupo establecido que no posee personería jurídica. En la parroquia existen dos grupos de este tipo, las autodenominadas mujeres emprendedoras y los vendedores ambulantes de velas. La falta de especialización y profesionalización es una característica predominante en estos grupos. No obstante, el desarrollo e intercambio comercial ha permitido el desarrollo de relaciones sociales en la parroquia que permiten la convivencia y desarrollo armónico de las actividades especialmente el comercio.

En el primer caso, del autodenominado grupo de mujeres emprendedoras, tiene para su establecimiento un origen que viene desde arriba, ya que nace como una iniciativa del GAD cantonal Loja. Este grupo está compuesto por 11 mujeres, las cuales han participado de un par de cursos propuesto por el GAD Loja, su organización data de noviembre de 2015. De acuerdo al relato de una de sus integrantes:

(...) Del Patronato de Municipio vinieron a darnos un curso para aprender a hacer arreglos con flores, aquí no se vendía eso antes, hace poco que salimos a ofrecer, y si se nos vende algo mismo, pero no es mucho, por eso nos dijeron que hagamos una directiva, así podemos pedir más cursos que nos den, y también nos organizamos en turnos para salir a vender (Entrevista a participante de la iniciativa de mujeres emprendedoras, conversación con autora, 3 de abril de 2016).

Desde el GAD Loja, el discurso es de ayuda para la mujer del sector rural. De acuerdo a la Dirección de Inclusión Económica del GAD Loja, en su página web manifiesta que se pretende brindar herramientas que le permitan mantener un ingreso económico sin necesidad de salir de su sector. Además, facilita al turista un producto nuevo acorde a la visita, pues le pueden ofrecer a la “Churonita” unas flores.



Fotografía 2. Vendedores ambulantes de velas ofreciendo sus productos al turista

De la conversación mantenida con una de las mujeres pertenecientes a este grupo de emprendedoras, puedo deducir que sus expectativas se centran en mantener un lugar adecuado donde se pueda ofrecer su producto, además del deseo de mantener la ayuda para el perfeccionamiento de esta labor. En el primer caso, al ser conocedoras de algunos problemas con otras asociaciones creen conveniente mantener el vínculo con el GAD cantonal Loja, y robustecer su organización para conservar su lugar de expendio de los arreglos florales. Por otra parte, el GAD cantonal Loja les ha incentivado a mantener la organización a través de cursos adicionales para el perfeccionamiento de su actividad.

En el caso de los vendedores ambulantes de velas, la iniciativa aunque espontánea, surge desde abajo, es decir autoformados. Este grupo de aproximadamente 20 personas han decidido mantener una directiva provisional, la misma que se activa en situaciones específicas. El presidente de este grupo manifiesta que:

(...) Nosotros no somos una asociación, nosotros aquí entre nosotros nos organizamos solo para ir por turnos ir a ofrecer en los carros que llegan los turistas las velas. De ahí en las fiestas de agosto también nos vamos a pedir que nos ayuden para poder vender porque los municipales nos prohíben en las fiestas, y para hablar que nos dejen vender porque los de la asociación de velas no quieren que vendamos. A veces nos sabe llamar el presidente de la Junta y el policía nos dijo que nos hagamos unos chalecos para que sea una mejor

presentación, de ahí nada más (Entrevista a comerciante no asociado de velas, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

Este grupo no mantiene expectativas de formalizarse o de alcanzar logros significativos frente a las autoridades, ni frente a otras asociaciones del sector (Entrevista a comerciante que realiza labor como ambulante, conversación con autora, 8 de abril de 2016). Su esporádico negocio es una forma de mantener su trabajo que genera una renta adicional al hogar.

Además, se trata de gente joven que en muchos de los casos por falta de empleo se encuentran en la informalidad (Entrevista a comerciante que realiza labor como ambulante, conversación con autora, 8 de abril de 2016), e incluso se encuentran buscando salir de la parroquia para mejorar sus ingresos.

Por otra parte, hay algunas iniciativas de comercio en las que son nulos los niveles de asociación, se trata de restaurantes, hoteles, casas de posada, tiendas, u otros negocios de artículos religiosos que se ubican en sus propios domicilios. Este grupo de comerciantes no mantienen ningún interés en pertenecer a una asociación local. Una de las propietarias de un local de venta de comida frente a la basílica manifiesta que:

(...) En las asociaciones hay muchos problemas, no se ponen de acuerdo, piden cuotas, exigen que se asista a sesiones, yo en cambio estoy bien así, pago mis impuestos, no tengo que estar en esas reuniones, paso tranquila, como es mi propia casita aquí donde yo vendo (Entrevista a propietario de restaurant, conversación con la autora, 30 de marzo de 2016).

Al no existir la motivación de mantener un espacio de trabajo, los individuos no consideran necesario asociarse. Incluso algunos llegan a vincular las asociaciones con problemas. Sin embargo, esto no quiere decir que no se involucren en otros grupos como los religiosos, o de barrio, y por supuesto participan de las actividades parroquiales. Es evidente que al actuar individualmente en caso de negociación estos cisneños pierden poder.

2.2. Organización formal

La organización de tipo formal en la parroquia El Cisne cada vez cobra mayor importancia entre los comerciantes. Se puede identificar en las asociaciones que, la capacidad de organizarse es una característica endógena, producto del desarrollo de las actividades comerciales de la localidad. Estas asociaciones se constituyen en respaldo para los

comerciantes ante la autoridad local, les da la posibilidad de negociar requerimientos para desarrollar su trabajo de mejor manera, facilitado la supervivencia de los comercios en el tiempo.



Fotografía 3. Asociación de Vendedores de Artesanías Religiosas

Una de las organizaciones con personería jurídica es la Asociación de Vendedores de Artesanías Religiosas “Reina de El Cisne”. Su origen data del año 1993, cuando en el afán de mantener su puesto de trabajo en la plaza central de la parroquia deciden organizarse para defender lo que denominan su derecho a trabajar. En palabras de un comerciante miembro de la asociación,

(...) Ora en ese tiempo y desde antes había alta migración, todos se iban a Loja y a otras provincias a buscar trabajo y a estudiar, ora después empezaron a venir de Loja a vender, así recuerdos, estampitas, medallas, de todo un poco. Entonces nosotros también nos pusimos a vender, y poco a poco fuimos aprendiendo del negocio, ora, después decidimos asociarnos con el fin de buscar apoyo de las autoridades. Por eso no nos pudieron sacar los del Municipio, porque nosotros estamos legales, nosotros tenemos facturas (Entrevista a presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

Hoy en día la organización está conformada por 39 socios, y adscrita a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). Se ha destacado por su lucha para permanecer con sus negocios en la plaza frente al santuario, ya que a decir de su presidente es donde les corresponde por la actividad que desempeñan. Siendo esta última la principal razón de

mantenerse unidos. Son escasas las iniciativas dentro del grupo, se basan en pedidos de capacitaciones en atención al cliente. Existe desconocimiento y poca relación con el GAD local y los planes de trabajo de esta entidad, a pesar de que todos sus integrantes son Oriundos de la parroquia.

No obstante su poder de negociación es fuerte, tanto así que la autoridad local no ha podido reubicarlos fuera de la plaza central como ha sido su intención en reiteradas ocasiones. Han logrado establecer fuertes vínculos dentro del grupo, y un buen nivel de organización, de tal forma que existen turnos rotativos en los puestos de trabajo para evitar el acaparamiento. Su directiva se renueva cada dos años y tienen frecuentes reuniones durante el año, o de acuerdo a como lo amerite el caso.

Una agrupación adicional es, la Asociación de vendedoras de velas Diego Robles, al igual que la organización anterior nace por la necesidad de establecer un puesto fijo de trabajo. A este grupo lo conforman 22 socios, de los cuales tan solo 3 son de sexo masculino, quienes inicialmente vendían de manera informal. Una de las comerciantes lo relata de la siguiente manera:

(...) Al principio recorríamos para vender, con los canastones pesados y es un problema porque todas mujeres. Y la verdad era un suplicio, un verdadero problema por los puestos, incluso habían discusiones. Pero bueno, yo no soy fundadora, porque al principio vendía esporádicamente, porque soy de Loja. Me contaron que las mujeres del Cisne pidieron al cura un lugar para vender, así fue que les dieron a las puertas de la basílica, lograron organizarse, inscribir la Asociación, y por eso ahora nos dejan vender aquí, por eso no pidieron que tengamos mesas del mismo color, tamaño, que se vea bonito para dejarnos aquí (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).



Fotografía 4. Asociación de Vendedoras de Velas “Diego Robles”

De acuerdo con la presidenta de la Asociación, el problema del grupo es la falta de trabajo en equipo y colaboración ante iniciativas, sobre todo por la falta de dinero para invertir. De acuerdo a lo conversado con su representante existe poco interés en otro tipo de iniciativas que complementen la actividad que desarrollan como, capacitaciones e incluso emprender en una fábrica artesanal de velas. Basicamente, al grupo de mujeres la característica que las reúne es mantener el lugar de trabajo, y frente a esta problemática si han conseguido organizarse. Al igual que el resto de asociaciones, existen turnos rotativos en los puestos, de esta manera se mantiene el orden. Es por ello que esta Asociación de acuerdo a su presidenta se ha inscrito en el Ministerio de Trabajo, bajo la figura de Asociación de Vendedores sin fines de lucro.



Fotografía 5. Asociación de Vendedoras de Horchatas

Una tercera agrupación es la Asociación de Vendedoras de Horchatas, se origina una vez más por la búsqueda del establecimiento de un lugar fijo de trabajo, es decir para evitar el desalojo. Está compuesta por 56 afiliadas únicamente mujeres, legalmente constituida desde el año 2005 en la SEPS. Han logrado establecer orden en el desarrollo de las actividades vinculadas con su negocio para poder mantener su lugar de trabajo. Sin embargo el grupo no mantiene lazos de colaboración, como lo menciona su presidenta: “La verdad no les gusta colaborar, a la fuerza van a las reuniones para no pagar las multas, los problemas no faltan en la asociación”.

Existe muy poca expectativa de futuro, incluso parece ser un grupo pasivo, sin poder de negociación. Ante la interrogante acerca de la reubicación a la cual le temen todos, la presidenta de la asociación responde, “Así dicen que el alcalde ya tiene otro lugar para ubicarnos, pero no puede sacarnos de aquí, por el derecho al trabajo que tenemos”. No existe interés en procesos de capacitación y mejoramiento.

La cooperativa de camionetas “Santuario de El Cisne”, es la organización de transportistas de la parroquia. Surge ante la necesidad de trabajo, y donde algunos lugareños identificaron en este sector una oportunidad de trabajo. Legalmente se encuentran constituidos desde el año

2002, en la actualidad cuentan con 17 asociados, y se mantienen abiertos al ingreso de nuevos socios. El secretario de la cooperativa manifiesta:

(...) Nosotros, por una parte ofrecemos un servicio para el pueblo que es de gran utilidad, y por otra parte nos ayudamos para nuestra subsistencia. Por eso necesitamos el apoyo de las autoridades que no existan trabas para que ingresen más socios de acuerdo a la ley. Nosotros estamos al día en capacitaciones, pero sería bueno que las autoridades den mantenimiento a las vías. Nosotros vivimos del turista, por eso también sería importante que las autoridades hagan obras para atraer al turista (Entrevista a socio de Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne, conversación con autora, 9 de abril de 2016).

El grupo de transportistas da muestras de poseer interés por mantenerse en el tiempo, y mejorar su atención al cliente. Uno de sus integrantes manifiesta que: “Nosotros estamos al día en capacitaciones, lo que sabemos le vamos contando al visitante, ellos nos preguntan por la historia y nosotros les indicamos” (Entrevista a socio de Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne, conversación con autora, 9 de abril de 2016). Todos los asociados conocen su rol, y aseguran que debido a su actividad que los lleva constantemente a la ciudad de Loja han logrado obtener diversos permisos del Municipio. Por tanto dan muestras de un elevado poder de negociación.



Fotografía 6. Asociación de Vendedores de Bocadillos

La organización más joven es la conformada por los vendedores de bocadillos. Los comerciantes se organizan como una iniciativa frente a las necesidades de trabajo en la parroquia, y los procesos de reubicación de los comercios por parte del GAD cantonal Loja. Nace jurídicamente en diciembre de 2015 debido al requerimiento de pago por concepto de ocupación del espacio público, donde los comerciantes han venido ocupando para el expendio de sus productos por más de una década. Cuenta con 10 asociados que son quienes rodean la basílica con sus locales. Comerciantes dedicados a la misma actividad y ubicados en otros sectores de la parroquia no tienen ningún interés en ser parte de esta organización. La asociación es un ejemplo de la organización como medio para negociar ante instituciones de mayor grado de poder. A pesar ser una joven organización se manifiesta un fuerte vínculo de compañerismo y unidad para alcanzar los objetivos comunes.

Tabla 1. Características de los comerciantes organizados

		Pertenece a una asociación local					
		Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Sexo	Hombre	25	30,9%	12	54,5%	37	35,9%
	Mujer	56	69,1%	10	45,5%	66	64,1%
	Total	81	100,0%	22	100,0%	103	100,0%
Confesión religiosa	Católico	80	98,8%	19	86,4%	99	96,1%
	Evangélico	1	1,2%	3	13,6%	4	3,9%
	Total	81	100,0%	22	100,0%	103	100,0%
Nivel educativo	Ninguno	0	0,0%	1	4,5%	1	1,0%
	Educ. Básica	6	7,4%	11	50,0%	17	16,5%
	Bachillerato	61	75,3%	9	40,9%	70	68,0%
	Técnico	11	13,6%	1	4,5%	12	11,7%
	Superior	3	3,7%	0	0,0%	3	2,9%
	Total	81	100,0%	22	100,0%	103	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Por otra parte, es importante destacar que los grupos organizados presentan características de homogeneidad. En la tabla 1 se puede observar que los grupos organizados se encuentran conformados principalmente por mujeres en un 69,1%, un 98,8% de comerciantes asociados son de confesión religiosa católica, y el 75,3% han alcanzado el bachillerato. Las

características de homogeneidad facilitan la comunicación dentro del grupo. Al tratarse de comerciantes que se han agrupado de acuerdo a su ocupación, se comparte experiencias similares en el negocio y se pueden enfocar en objetivos comunes.

De otra forma los comerciantes no asociados mantienen características más diversas, ya que este grupo está compuesto en un 54,5% por varones y 45,5% de mujeres, el porcentaje de católicos cae al 86,4% de personas y el nivel educativo se concentra en individuos que han alcanzado la educación básica (50,0%) y el bachillerato (40,9%). La racionalidad de los comerciantes para involucrarse en un determinado grupo los hace valorar el costo/beneficio de pertenecer al mismo, tal y como sucede con sectores más grandes de una economía, es decir, si existe algún interés de por medio se acercaran sin dudar al grupo.

Otra característica de los comerciantes asociados es que principalmente son originarios de la parroquia. Existe un 14,57% de comerciantes de otras zonas del país como: Riobamba, Imbabura, Machala, y de otras parroquias del cantón de Loja, incluso un ciudadano peruano, los que han decidido instalarse de manera permanente en la parroquia. Sin embargo, a pesar de la presencia permanente de comerciantes de otras zonas, estos no se encuentran asociados. Únicamente el 7,4% del total de comerciantes asociados son procedentes de zonas diferentes a la parroquia como, Loja y Machala.

Tabla 2. Lugar de procedencia de los comerciantes y pertenencia a asociaciones

		Pertenece a una asociación local					
		Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Lugar de procedencia	El Cisne	75	92,60%	13	59,10%	88	85,43%
	Loja	5	6,20%	3	13,64%	8	7,77%
	Imbabura	0	0,00%	1	4,54%	1	1,00%
	Riobamba	0	0,00%	2	9,10%	2	1,90%
	Bolívar	0	0,00%	1	4,54%	1	1,00%
	Machala	1	1,20%	1	4,54%	2	1,90%
	Perú	0	0,00%	1	4,54%	1	1,00%
	Total	81	100,00%	22	100,00%	103	100,00%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

La interacción entre los comerciantes asociados y no asociados es notoria, incluso por el mismo hecho de que la parroquia es pequeña, e inevitablemente deben establecer contacto. No obstante, existe evidencia de rivalidad entre los comerciantes locales y los que fueron arribando a la parroquia. A decir de una comerciante de la parroquia “Ellos (haciendo referencia a los comerciantes extra locales) nos vienen a hacer competencia, no pagan impuestos como nosotros al Municipio, y algunas veces los municipales no nos quieren dejar vender por el desorden que ellos causan” (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

Las actividades económicas vinculadas con el turismo religioso tienen un rol importante en la comunidad para generar empleo, en la parroquia se destacan, comercio, alimentación, hospedaje y transporte. El comercio y alimentación son las principales actividades que realizan los habitantes de la parroquia, con un 67% y 24,3% respectivamente. Dentro de los sectores encuestados un 77,7% corresponde a comerciantes asociados, mientras que un 22,3% desarrolla su actividad sin necesidad de pertenecer a un grupo o asociación local. Por otro lado, al relacionar el nivel de asociación con la actividad que desempeñan los comerciantes se puede notar que, dentro del grupo de asociados se destacan los comerciantes de artículos en general que representan el 70%, mientras que no existe ningún tipo de asociación entre los individuos dedicados a ofrecer el servicio de hospedaje.

Tabla 3. Actividades de la población y pertenencia a una asociación local

		Pertenece a una asociación local					
		Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Actividad	Comercio	56	70,0%	13	56,5%	69	67,0%
	Alimentación	20	25,0%	5	21,7%	25	24,3%
	Fotografía	1	1,2%	1	4,3%	2	1,9%
	Hospedaje	0	0,0%	3	13,0%	3	2,9%
	Transporte	3	3,8%	1	4,3%	4	3,9%
	Total	80	100,0%	23	100,0%	103	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

A pesar de no existir un inventario de los recursos del territorio, la gente conoce la importancia de la visita de turistas para el desarrollo de su actividad comercial. Además, entienden que se generan ingresos derivados de impuestos municipales que bien podrían ser

utilizados para obra pública. En las palabras de una moradora del sector “gracias a la virgencita tenemos trabajito, por ella vienen los peregrinos, y nos compran” (Entrevista a presidenta de Asociación de vendedoras de horchatas, conversación con autora, 31 de marzo de 2016). En este sentido, como lo menciona Petrizzo, Aldana y Ochoa (2006), la organización de la comunidad brinda la oportunidad de abrir espacios de diálogo y participación, en los cuales se puede discutir de las necesidades, pero también de las oportunidades de desarrollo basado en lo que poseen.

El reconocimiento de las formas de organización social genera en los asociados seguridad para el desarrollo de las actividades económicas. La base de la organización de la parroquia son las unidades socioeconómicas, sin embargo no existe evidencia de procesos de interacción entre organizaciones. Incluso dentro de las mismas existe en algunos casos bajo nivel de cooperación. De los comerciantes asociados, un 46,9% tiene conocimiento de las actividades de la asociación a la que pertenece dentro y fuera de la parroquia. Mientras que el restante 53,1% desconoce estos hechos. A decir de algunos dirigentes el problema radica en la discrepancia de criterios, individualismo, y ausencia de respaldo de los asociados (Entrevista a presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016; Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016; Entrevista a presidenta de Asociación de vendedoras de horchatas, conversación con autora, 31 de marzo de 2016; Entrevista a secretario de Asociación vendedores de bocadillos, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

La presencia de organizaciones en la comunidad no ha logrado impulsar la interacción con otros actores u organizaciones del territorio. La unión se produce por mantener un espacio de trabajo, y no han logrado aún concretar relaciones de apoyo inter organizacional, como una forma de ser sostenibles en su negocio. La falta de espacios de dialogo provoca que no se logren concretar múltiples ideas que nacen de las asociaciones, para darse a conocer como destino turístico en otros sectores. Es decir, el diálogo y trabajo entre asociaciones locales es escaso, únicamente se observa camaradería para el desarrollo de actividades recreacionales y culturales en las fiestas de parroquialización y navidad.

Capítulo 4

Actores locales: Interacción y retención de los beneficios del desarrollo

A continuación presento de forma detallada la interacción entre los actores presentes en territorio, y como logran retener los beneficios del desarrollo. En primera instancia establezco los actores, organizaciones e instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo religioso de la parroquia, identificando dos grupos importantes, la sociedad civil y las instituciones del sector público. Con esta información estudio la existencia de interconexiones y relaciones entre los principales actores de la parroquia, de esta forma determino si dichas relaciones favorecen al desarrollo con características endógenas al territorio. Considerando que, el desarrollo endógeno no es la suma de factores para el crecimiento económico, sino la interacción de los recursos existentes.

Tomando en cuenta que la actividad turística en sí misma requiere de la intervención sinérgica de mediadores, es decir de los prestadores y/o productores de bienes y servicios para la satisfacción del visitante, a través de este caso particular doy a conocer la interacción que ocurren dentro del territorio. Adicionalmente, una descripción más amplia de la principal actividad de los habitantes, así como de la iniciativa de emprendimiento de la parroquia me permite revelar la riqueza que se genera en la parroquia.

1. Actores locales y su interacción

Para estudiar las relaciones entre las instituciones públicas y de la sociedad civil, en primera instancia presento los actores que intervienen y su rol dentro de la parroquia. El turismo requiere de la interacción de diferentes actores: agencias de viaje, hoteles, transporte, entre otros. No obstante, en la parroquia El Cisne las actividades vinculadas al turismo religioso poseen características particulares, ya que sus festividades son el principal motor del turismo. Derivado de las encuestas y entrevistas realizadas en la parroquia puedo distinguir a los siguientes actores miembros de la sociedad civil, comerciantes asociados y no asociados, priostes¹⁸ de la fiesta principal, turistas, población en general, e iglesia. Por otra parte, se encuentran las instituciones del sector público, es decir, el estado representado por sus entidades locales y cantonales. A continuación presento el rol de cada actor para determinar

¹⁸ Persona encargada de la organización de la fiesta en honor a la virgen de El Cisne. Se encarga de montar, desmontar y cuidar todos los aspectos de decoración y cuidado de la imagen. Además organizan las festividades en honor a la efigie con relación a las participaciones musicales y quema de castillo acorde a lo acostumbrado.

más adelante como sucede la interacción entre ellas, y como influyen dentro del proceso de desarrollo endógeno.

Ilustración 3. Sociedad civil e instituciones públicas presentes en la parroquia El Cisne



Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

La ilustración 3 muestra los actores que tienen presencia en el territorio, de tal forma que se ha clasificado en dos grupos. El primero denominado sociedad civil, hace alusión a todas aquellas organizaciones y/o grupos que no tienen ningún tipo de dependencia del estado. De acuerdo a lo que se ha identificado a través de las entrevistas, comerciantes, iglesia, priostes de las fiestas, proveedores minoristas y mayoristas, y por su puesto turistas. Por otra parte se encuentran las instituciones públicas, y se refiere a las instituciones del sector público que tienen ámbito de influencia en la parroquia El Cisne, como el GAD parroquial El Cisne y el GAD cantonal Loja. A continuación se presenta de manera más detallada su acción e influencia en el territorio.

1.1. Sociedad civil

En este sector he categorizado en 4 grupos a los actores del territorio 1) Devotos y/o comerciantes que mantienen una organización de tipo no formal. Dentro de este grupo están los habitantes de la provincia del Azuay que merecen su propia categorización por la importancia que tiene su participación dentro de las actividades de la principal fiesta realizada en agosto y septiembre, estos son los priostes, 2) los turistas o devotos independientes que realizan su aporte a la economía local, ya que ellos consumen de los productos que se ofrecen

dentro de la parroquia, 3) comerciantes locales asociados y no asociados, y finalmente 4) la iglesia, que dirige la organización de los eventos religiosos durante todo el año.

1.1.1. Devotos y/o comerciantes con organización no formal

A este grupo lo he denominado devotos y/o comerciantes con organización no formal debido a que tienen dos formas de relación con los comerciantes de la parroquia, como devotos y como proveedores a ciertos comerciantes locales. En la primera relación social, como devotos de la imagen se destacan los denominados priostes de la fiesta que cumplen una función más bien social. Los priostes en grupos familiares se organizan para noche a noche presentar artistas y bandas musicales, los cuales animan a los fieles visitantes y acompañan el paso de las tradicionales vacas locas, la quema de castillos y por supuesto los bailes tradicionales. Todas estas actividades forman parte de una tradición que ha pasado de generación a generación. Si bien es cierto no existe una organización formal de estos grupos familiares, cada uno de ellos conoce su rol dentro de las celebraciones de acuerdo al cronograma de fiestas. Desde el 1 hasta el 15 de agosto por turnos los priostes realizarán una fiesta tradicional al término de la última misa del día.

El prioste acude con antelación a la parroquia, su familia extendida lo acompaña, van preparados con lo necesario para la noche de celebración que ofrecerán a la “Churonita”. Los más jóvenes bajo la dirección del prioste principal arman los castillos y vacas locas con los fuegos artificiales que en la noche brillarán con sus luces. Mientras las mujeres preparan alimentos tradicionales como, cuy, mote, gallina criolla, entre otros platillos, que se ofrecen a la población local e incluso a los devotos que llegan en caminata hasta la parroquia.

En la noche cuando la última misa se haya terminado, los priostes y su familia ofrece a la virgen sus bailes tradicionales en la plaza frente a la basílica, para ello cuentan con el acompañamiento de las bandas de pueblo, y demás artistas contratados, además de los castillos que prepararon. Esta dinámica se repetirá en la ciudad de Loja, con algunas variaciones, desde el 1 al 8 de septiembre. Estas relaciones han creado una amistad con la población local, ya que muchos de los que hoy son priostes de las fiestas iniciaron sus caminatas desde muy pequeños y ellos continúan con la transmisión de su creencia a las nuevas generaciones. Algunos ciudadanos azuayos ante el comercio desarrollado en la parroquia acuden al sector a ofrecer sus productos.

Debido a la devoción de los peregrinos hacia la imagen, este grupo realiza labor social a los ancianos de la parroquia. Como parte de la promesa¹⁹ a la Virgen de El Cisne, entregan donaciones de alimentos, los cuales son distribuidos a través de la iglesia o el GAD parroquial. Lo anterior es evidencia de las redes instituidas por este grupo y su influencia dentro de la localidad. Relaciones que se extienden tanto con los cisneños como con sus autoridades locales y la iglesia.

Una segunda forma de relacionarse es la económica, es decir, a través del comercio ya que algunos de los devotos son proveedores de los comerciantes locales. En este sentido se han creado lazos de negocio entre el grupo de sacerdotes y los comerciantes locales. Dichas relaciones se ha ido forjando a través del tiempo, se inician a través de las peregrinaciones que son un legado familiar. Es el caso específico de los vendedores de velas, a quienes incluso se les ofrece facilidades de pago de la mercadería, como lo menciona uno de los comerciantes entrevistados:

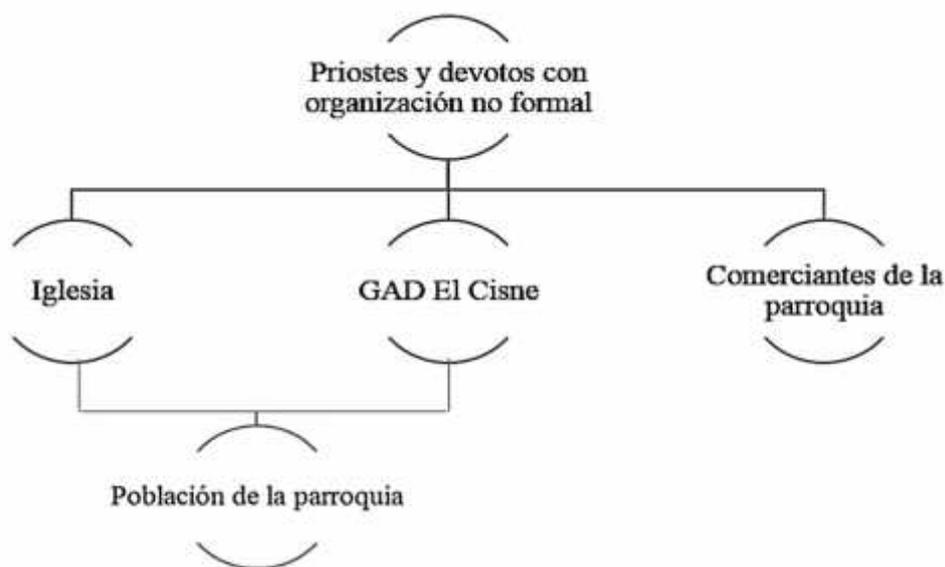
(...) Ellos (comerciantes azuayos) ya saben que en fiestas se compra bastante, ellos saben cómo son las fiestas, son devotos de la virgencita. Entonces nos vienen a ofrecer el producto, nos vienen a dejar aquí en la parroquia, de paso se quedan a las fiestas. Nos dan más económico que las velas de la iglesia, y nos dejan a crédito (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

En resumen, existen dos razones de interacción de los devotos con la población de El Cisne. La primera debido a la fe que los devotos profesan, la cual los motiva a realizar actividades socio culturales y de obra social. Este acercamiento tiene connotación social. Mientras que la segunda razón es la económica, ya que se ha establecido a razón de que algunos de los devotos son proveedores de los comerciantes de la parroquia. La interacción entre este grupo y los comerciantes es fuerte, ya que incluso manifiestan que existe confianza para dejar el producto a crédito (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

¹⁹ Las promesas a la virgen, son compromisos que los devotos de la Imagen ofrecen realizar como ofrenda en gratitud a un milagro concedido, o simplemente para demostrar su fe a la Churona.

A continuación la ilustración 4 muestra la interacción del grupo de devotos y/o comerciantes con los actores de la parroquia, iglesia, GAD parroquial El Cisne, comerciantes, e indirectamente con la población de la parroquia. A través de las encuestas y entrevistas e podido identificar relaciones más fuertes entre los devotos, con la iglesia, y con los comerciantes locales. Con la iglesia, ya que debido a la organización de la fiesta se mantiene contacto cercano, e incluso la iglesia les da acogida gratuita en una de sus instalaciones denominada "Casa del Peregrino," donde los priostes preparan los castillos, y las mujeres los alimentos que se distribuyen más adelante. La iglesia es quien organiza los eventos religiosos y tiene influencia sobre los creyentes, no obstante los devotos han logrado que se les facilite los espacios para la realización de sus rituales, lo cual se ha realizado a través de la intervención de la iglesia.

Ilustración 4. Interacción de priostes y devotos con otros actores



Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

Con los comerciantes la relación es cercana y de confianza, de tal forma que la mercadería es otorgada en crédito, sin garantías. Generalmente los comerciantes locales no tienen poder para negociar precios, como lo manifiesta una comerciante de velas “todo dependerá de la cantidad (de producto) que se coja” (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016). Con el GAD parroquial se produce una interacción esporádica. Cuando algunos devotos deciden por intermedio de esta institución hacer llegar a la población, especialmente de la tercera edad, víveres como una demostración

de fe. No existe poder de negociación de ningún tipo, sino que se trata de relaciones cordiales entre el grupo de sacerdotes y la institución. De esta manera se produce un acercamiento con la población, por intermedio de la iglesia y el GAD parroquial.

1.1.2. Turistas y/o devotos

Dentro del grupo denominado como sociedad civil, no se puede dejar de mencionar a turistas y devotos que visitan la parroquia El Cisne, y cuya motivación es la fe, y el disfrute de las actividades que se ofrecen en la parroquia (Entrevista a turista de la provincia de El Oro, conversación con autora, 2 de abril de 2016; Entrevista a turista de la provincia del Azuay, conversación con autora, 3 de abril de 2016). Esta proporción de población según la información que muestra el PDyOT 2015, se ha ido incrementando a razón de un 2,65% anual y llega a alcanzar en el año 2013 un total de 293 249 personas. Del total de esta población que visita la parroquia, existe también una proporción que pertenece a ciudadanos cisneños residentes en distintas partes del país e incluso en el extranjero que con motivo de las celebraciones retornan a reunirse con sus familiares y disfrutar de las actividades locales.

A través de las entrevistas realizadas se evidencia que la población que visita la parroquia El Cisne, es una población católica que tiene como principal motivación la visita a la virgen. Que mantiene expectativas de regresar a la localidad por motivos religiosos a pesar de ser escasos los servicios y de calidad media que se ofrecen al turista (Entrevista a turista de la provincia de El Oro, conversación con autora, 2 de abril de 2016; Entrevista a turista de la provincia del Azuay, conversación con autora, 3 de abril de 2016). En la parroquia no se ofrecen servicios que complementen las actividades para los turistas que visitan la zona, de forma que se pueda atraer la atención y captar un mayor número de visitantes (Entrevista a turista de la provincia de El Oro, conversación con autora, 2 de abril de 2016; Entrevista a turista de la provincia del Azuay, conversación con autora, 3 de abril de 2016).

La ventaja con la que cuenta la zona para atraer al visitante, es la fama de la imagen de la virgen y las narraciones acerca de los hechos milagrosos que se le atribuyen, y que acude en busca de ayuda del Todopoderoso ante calamidades. Sin embargo no existe vinculación con otros atractivos de la zona, sino que se maneja de forma aislada los diversos lugares turísticos del cantón y provincia de Loja.

La forma de hacer conocer la tradición ha sido verbal, ya que los padres han transmitido su costumbre de visitar la basílica (Entrevista a turista de la provincia de El Oro, conversación con autora, 2 de abril de 2016). No existe un programa para la promoción de las tradiciones locales, excepto de un par de reportajes locales. Los turistas entrevistados manifiestan que se podría complementar los servicios ya existentes con miradores (Entrevista a turista de la provincia de El Oro, conversación con autora, 2 de abril de 2016), así hosterías o paraderos turísticos (Entrevista a turista de la provincia del Azuay, conversación con autora, 3 de abril de 2016). Es decir, se evidencia el interés de los visitantes por apreciar y disfrutar de la riqueza natural que posee la zona.

Por otro lado, la principal interacción del turista es con el comerciante, donde el comerciante es quien tiene el poder de negociación. Por ejemplo, para imponer precios en hospedaje, alimentación, y demás artículos que se comercian. Los cuales como comenta un turista son muy elevados en comparación a la parroquia más cercana San Pedro de la Bendita, disminuyendo el atractivo de la parroquia. Mientras el turista acepta pasivamente ya que no tiene otra opción para la compra. La relación con la iglesia es también importante, ya que influye a través de la fe sobre las prácticas de los turistas que son fieles católicos.

1.1.3. Comerciantes locales

La población de la parroquia se ha organizado principalmente entorno al comercio que genera fuentes de empleo. Ante la concurrencia de visitantes, ya sea que estén o no organizados se trata de aprovechar la oportunidad para generar un ingreso extra al hogar. Algunos han logrado establecer asociaciones, mientras otros realizan la actividad de manera individual. A decir de los presidentes de las asociaciones de velas y reliquias de la parroquia; la asociación es una forma de asegurar el desarrollo de su trabajo dentro de la plaza central de la parroquia (Entrevista a Presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016; Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

A través de la organización han conseguido un puesto de trabajo donde como mencionan los comerciantes “se vende más” (Entrevista a presidente de la Asociación de artesanías religiosas, conversación con autora, 30 de marzo de 2016). Sin embargo como lo manifiesta la presidenta de la asociación de velas Diego Robles, más allá de asegurar un puesto de trabajo

no se ha podido realizar otras labores como, capacitaciones y demás actividades para el mejor desempeño de las labores de sus asociados, esto debido a que es un grupo difícil de trabajar, “hace falta más unidad y menos egoísmo” (Entrevista a presidenta de Asociación de velas Diego Robles, conversación con autora, 30 de marzo de 2016).

Las relaciones que se establecen entre las asociaciones se limitan a la amistad y colaboración en pequeños eventos deportivos o de vecindad. Dejando de lado los negocios, no existen acuerdos de este tipo dentro de las asociaciones, donde se pueda coludir para negociar precios con los proveedores u otras cuestiones relacionadas a su actividad. Sin embargo la asociatividad se constituye en un elemento importante para el buen desarrollo de las actividades comerciales.

Como se describe en la ilustración 5, existen algunos comerciantes que se encuentran asociados en organizaciones de tipo formal, y otros que se han unido en grupos informales. No obstante la presencia de dichas organizaciones no ha logrado fomentar el dialogo entre ellas, sino que cada una realiza su trabajo de manera individual. Es decir, no existe influencia de un grupo sobre otro, ni trabajo en equipo, por ejemplo para difundir las prácticas tradicionales de la parroquia. Dentro de las asociaciones de tipo formal existen acuerdos establecidos a través de los estatutos para su funcionamiento, y por supuesto ayudan a resolver controversias que pudieran surgir dentro del grupo. La participación de los socios dentro de grupos formales es mucho más activa que aquellos que se encuentran en asociaciones de tipo informal.

Ilustración 5. Asociaciones formales e informales



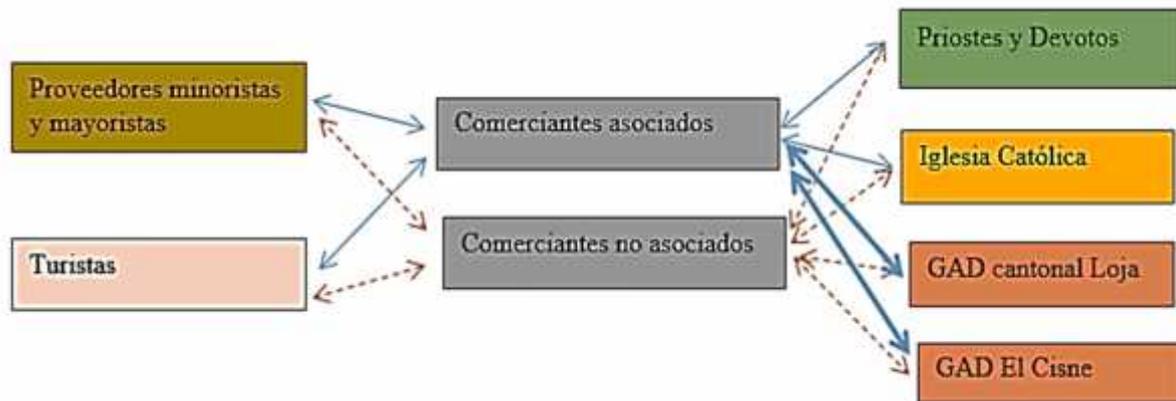
Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

Los comerciantes que no se encuentran asociados son los propietarios de las viviendas aledañas a la basílica, quienes no ven la necesidad de pertenecer a un grupo o asociación local. Estos comerciantes vinculados a la actividad de alimentación, hospedaje, fotografía, comercio de vestido y artículos religiosos. Incluso algunos han mencionado que no existe apertura para recibirlos en algunas asociaciones. Mantienen pocos vínculos con el resto de organizaciones locales, y autoridades, cada uno se encuentra realizando sus labores de manera individual. Por el contrario las asociaciones formales tienen su representación en reuniones con la autoridad parroquial, por ejemplo para la organización de las fiestas.

Respecto a la interacción de los comerciantes con otros actores se puede mencionar que existen diferencias entre los comerciantes asociados y los no asociados. Los comerciantes no asociados mantienen relaciones débiles con otros grupos de la localidad, ya que por su falta de organización por ejemplo el GAD cantonal Loja no les permite realizar sus ventas con libertad, sin tener la opción de negociar su ubicación. Lo mismo ocurre con el GAD parroquial, es decir, las relaciones con las instituciones públicas son las mismas que pueden existir con cualquier otro ciudadano. Lo mismo ocurre con la Iglesia, el vínculo es el mismo que puede existir con otro devoto. Sin embargo, pueden existir relaciones más próximas con

los proveedores, todo dependerá de las cantidades y frecuencia de compra de la mercadería. Finalmente los turistas son simplemente consumidores de sus productos.

Ilustración 6. Comerciantes locales y su interacción con otros actores del territorio



Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016. Nota: Las flechas indican relaciones entre actores y el grosor de las flechas representan la intensidad de las relaciones

En la ilustración 6 se muestra las relaciones que mantienen los comerciantes con otros actores dentro de la parroquia El Cisne. Las relaciones más cercanas o estrechas se representan con flechas más gruesas, mientras que las débiles son ilustradas con líneas punteadas. Más adelante, en la ilustración 8 se señalan las relaciones que ocurren en sentido contrario. Por ejemplo, las relaciones con los GADs ejerciendo su función de control y regulación de las actividades comerciales.

En relación a los comerciantes asociados, estos mantienen relaciones más cercanas con las instituciones públicas (representada con flechas más gruesas), y se puede catalogar como relaciones más fuertes. Ya que por ejemplo, son invitados a reuniones con el GAD parroquial para organizar y considerar propuestas para el desarrollo de los planes de contingencia de las fiestas realizadas en el mes de agosto. Pero también son los comerciantes quienes solicitan reuniones con la autoridad local para exponer sus necesidades. A través de sus representantes han podido negociar con las autoridades y la Iglesia su permanencia en las inmediaciones de la plaza central para el expendio de sus productos. Con los priestes y devotos mantienen el mismo nivel de relación que los comerciantes informales, es decir, su capacidad de negociación dependerá de la cantidad de producto que adquieran. Los turistas que visitan la

parroquia se convierten en los consumidores de sus productos, sin embargo debido a que algunos turistas realizan el recorrido cada año se pueden establecer lazos de amistad entre estos y los comerciantes.

Las relaciones que se han establecido, entre turistas y comerciantes esporádicos que visitan la parroquia son de intercambio económico. La interacción con devotos que visitan constantemente la parroquia se transforma en relaciones más cercanas como las descritas en la primera sección, devotos y/o comerciantes con organización no formal. Donde se explicó que algunos de los devotos se han convertido en proveedores de los comerciantes locales.

De acuerdo a la entrevista con comerciantes no asociados en primera instancia la motivación para iniciar sus labores como comerciantes, es la necesidad económica, dedicándose a actividades que no requiere conocimientos previos. Las relaciones con otras asociaciones y las autoridades locales son limitadas con un bajo nivel de influencia, las pocas reuniones permiten la planeación de eventos festivos o barriales, sin profundizar temas vinculados a su actividad comercial. Consideran importante el vincularse en asociación como una iniciativa que les permite mejorar el desarrollo de su actividad comercial. La organización social por parte de los comerciantes se ha realizado de forma endógena, es decir ha sido de iniciativa propia de los comerciantes. La búsqueda de opciones de desarrollo es endógena pues están aprovechando las oportunidades de las visitas de los turistas para establecer relaciones de negocio, tanto como proveedores de servicios a los visitantes como consumidores de productos para la reventa.

Sin embargo, las relaciones no se han extendido hacia otros grupos. Los grupos informales son los más afectados como lo manifiesta un entrevistado,

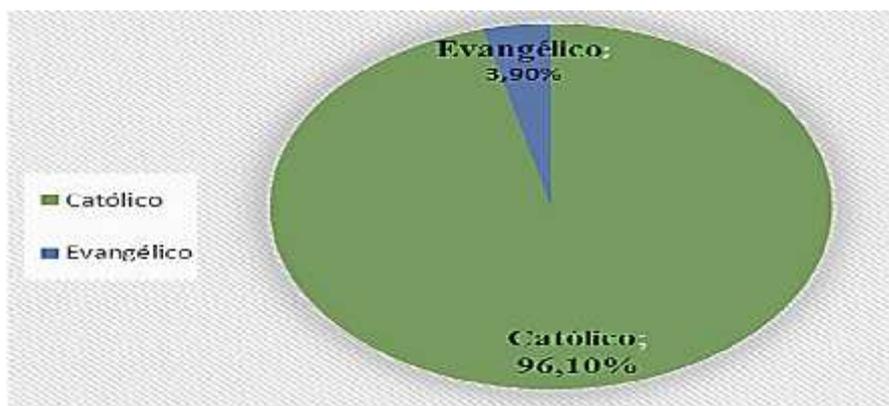
(...) Bueno, a veces la asociación de vendedores de velas, nos llaman a reuniones para ponernos de acuerdo del lugar de trabajo que nos corresponde, igual con la Junta Parroquial cuando se acerca la fiesta de agosto (Entrevista a comerciante no asociado de velas, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

Las relaciones entre grupos se limitan a eventos parroquiales, como lo manifiesta un comerciante informal,

(...) Es limitada la participación con otros grupos, en algunas cosas nos invitan a participar de eventos en conjunto, pero poco respecto al negocio, más es en actividades como las fiestas de parroquialización (Entrevista a fotógrafo de la parroquia, conversación con autora, 2 de abril de 2016).

1.1.4. La iglesia

Gráfico 6. Confesión religiosa



Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Es importante indicar que, la iglesia cumple un rol protagónico dentro del país y particularmente en la comunidad estudiada. Sobre todo considerando que según el INEC 2012, el 91,95% de la población ecuatoriana manifiesta tener una religión. De los cuales el 80,44% se identifica con la religión cristiana católica. Y aún más en la parroquia de El Cisne que se caracteriza por su devoción y religiosidad, donde el turismo religioso se ha convertido en forma de sustento económico. De acuerdo a los datos recolectados dentro de la parroquia el 96,1% manifiestan ser católico y le atribuye a la “virgencita” el tener un sustento y un medio de trabajo. De acuerdo a lo que manifiesta una comerciante de la zona: “Gracias a la virgencita tenemos trabajito, por ella vienen los peregrinos, y nos compran”.

Por tanto la iglesia juega un papel preponderante, en el caso de El Cisne el párroco con estrecho vínculo al pueblo es el Párroco Armando Jiménez. El Monseñor Alfredo Espinoza es el Obispo de Loja y es quien tiene una influencia importante en la parroquia eclesiástica de El Cisne. A través de la organización religiosa se planifica las misas y demás celebraciones que se realizan principalmente en el mes de agosto y primeros días del mes de septiembre, cuando existe una masiva concurrencia de fieles.

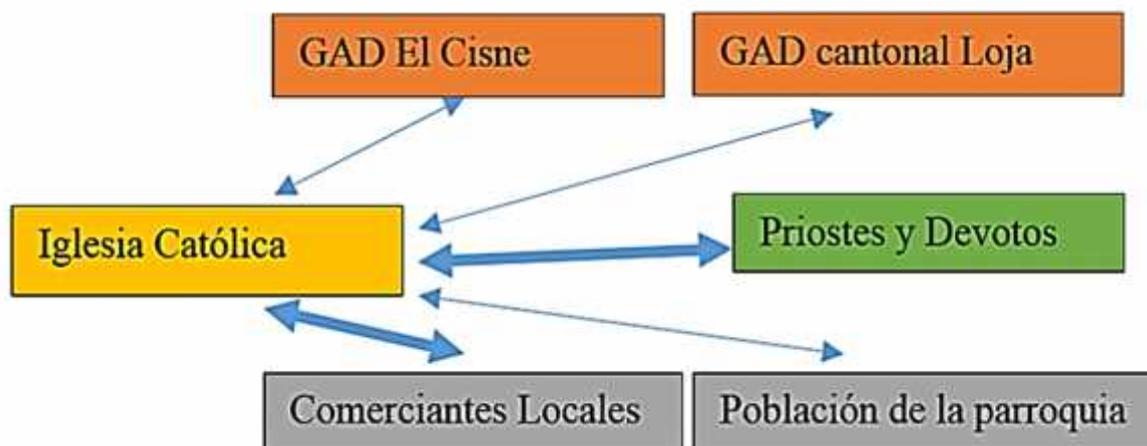
Dentro de la parroquia se han generado iniciativas por parte de la iglesia tales como: una fábrica de velas, un hotel, un museo, y una librería, que permiten generar 12 empleos permanentes en la zona. Además existen 3 organizaciones de tipo religioso que vinculan a la población cisneña y la iglesia de manera más cercana. Los grupos denominados: hijas de María, amigos de Jesús, y la congregación de adoratrices. Son estos grupos los que colaboran de forma directa con las celebraciones de semana santa y las composturas del mes de mayo. Son grupos que evidencian importantes relaciones entre la iglesia y los habitantes de El Cisne.

A través de los grupos vinculados a la iglesia se establecen relaciones sociales que generan redes entre los ciudadanos, tales como las mencionadas por Long (2007). Los grupos participan activamente en el desarrollo de actividades religiosas donde se vinculan devotos de otras zonas del país, de esta forma las redes sociales se extienden. La influencia a través de los grupos religiosos existe influencia sobre el comportamiento de la población local, por ejemplo en la práctica de ritos religiosos. A través del llamado a participar de las celebraciones que se desarrollan en la parroquia se ha convertido en un medio de difusión y conservación de la tradición cisneña. Además, la colaboración económica para obras locales es importante y en algunos casos considerada como un compromiso social de la iglesia para con la población local.

La Ilustración 7 representa las relaciones que existen entre la Iglesia y los actores presentes en territorio, las flechas bidireccionales representan la reciprocidad de las relaciones, y flechas más gruesas significan relaciones más fuertes entre los actores. Así, la iglesia ejerce influencia sobre la población local y devotos debido a su prestigio, como una institución que proclama y representa a la divinidad. Sin embargo, las relaciones más fuertes son las que ocurren entre la iglesia con los sacerdotes, devotos y comerciantes locales. Se puede describir la interacción entre la iglesia con los sacerdotes y devotos como fuerte, ya que la iglesia influye en la decisión de los sacerdotes de realizar las festividades en la parroquia, ya que de otro modo los romerantes no se trasladarían hasta la parroquia. Es decir, existe fuerte influencia ya que para trasladarse y realizar las festividades gastan considerables cantidades de dinero. Sin embargo, este grupo influye también sobre la Iglesia, de tal manera que han conseguido gestionar infraestructura para su alojamiento, donde realizan sus actividades preparatorias para las

festividades. De esta forma se observan procesos de negociación bidireccional entre estos actores.

Ilustración 7. La iglesia y su interacción con actores presentes en el territorio



Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016. Nota: Las flechas indican relaciones entre actores y el grosor de las flechas representan la intensidad de las relaciones

Las relaciones entre la Iglesia y los comerciantes se catalogan como fuertes ya que, por un lado realizan sus actividades en la misma plaza central de la parroquia, los sacerdotes dentro de la basílica, y los comerciantes en los exteriores. Además, mantienen el mismo discurso respecto a la historia y devoción a la Imagen de la virgen de El Cisne. Sin embargo de acuerdo a lo que manifiesta el presidente de la Asociación de Reliquias se ha realizado peticiones a la Iglesia para el adecentamiento de la plaza donde ellos laboran, y han sido atendidos. Además existe un espíritu de apropiación del símbolo religioso principal, la Imagen de la virgen, ya que los comerciantes también negocian para que esta representación de “la madre de Dios” no salga de la parroquia más allá de la romería de agosto, ya que aseguran que ven perjudicados sus negocios. Sin dejar de lado que al ser comerciantes que profesan la religión católica se ven comprometidos en ayudar para el buen desarrollo de las actividades que se planifica desde la Iglesia como sucede en el mes de mayo con las composturas donde muchos comerciantes ponen su mano de obra.

Por otra parte, a decir del presidente del GAD parroquial El Cisne las relaciones con la Iglesia son de cordialidad, ya que en algunas ocasiones han pedido a la Iglesia la colaboración para obras de adecentamiento recibiendo respuesta favorable, y de parte de la institución ante

cualquier requerimiento de la iglesia están predispuesto a colaborar. Lo propio ocurre con el GAD cantonal Loja. Incluso estas tres instituciones coordinan acciones de contingencia para el buen desarrollo de las festividades de los meses de agosto y septiembre. Esto sucede en la actualidad, ya que en el año 2006 fue precisamente la Junta Parroquial la que protagonizó la toma de la basílica en señal de protesta por los malos manejos que según ellos se realizaban por parte del sacerdote de turno²⁰.

1.2. Instituciones del sector público

No se puede dejar de lado al grupo de actores pertenecientes a las instituciones estatales, sean estas parroquiales, cantonales, y nacionales. El GAD parroquial El Cisne, y el GAD cantonal Loja, son instituciones que se encuentran directamente vinculadas con el desarrollo de la parroquia. Son las instituciones que tienen la competencia directa como lo menciona el COOTAD en su artículo 3 literal h:

(...) Los gobiernos autónomos descentralizados priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios. La aplicación de este principio conlleva asumir una visión integral, asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales, armonizados con el territorio y aportarán al desarrollo justo y equitativo de todo el país (Art. 3 COOTAD, publicado en el Suplemento del Registro Oficial N° 303 de 19 de octubre del 2010).

1.2.1. GAD parroquial El Cisne

Respecto a las relaciones entre el GAD parroquial y los comerciantes, según manifiesta el presidente del GAD parroquial, “entre las acciones que se han propuesto está el mejoramiento del ornato de los kioscos de expendio de artesanías” (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016). Además manifiesta,

(...) La labor que se viene desempeñando dentro de nuestras competencias es apoyar al desarrollo comercial en la parroquia, asimismo complementar con la parte de turismo de naturaleza, ya que la parroquia cuenta con sitios de interés como es el sector de Chaquircuña,

²⁰ “Tensión en El Cisne”. Diario La hora, 7 de marzo 2006, http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/402212/-1/Tensi%C3%B3n_en_El_Cisne.html#.WAGU4v1962U.

que cuenta con clima templado, sin descuidar el sector de agricultura que se desarrolla en algunos barrios como Santa Teresita donde existen huertos familiares (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016).

No obstante la falta de acuerdos entre el gobierno local y los comerciantes han impedido que se concreten las acciones.

(...) En ocasiones la población no tiene un espíritu de colaboración para desarrollar el trabajo en conjunto, falta de interés en actividades que organiza la institución, falta de visión para mejorar la presentación de los kioscos donde desarrollan la actividad comercial, no quieren invertir en sus propios negocios (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016).

El presidente del GAD parroquial manifiesta que por discrepancias políticas con la población de la parroquia, existe oposición a sus acciones causando división dentro de la población y dificultando el trabajo en equipo y la visión de territorio (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016). A pesar de ello, se mantienen relaciones de cordialidad dentro de la comunidad y en especial con el sector de comerciantes con quienes se desarrollan actividades de tipo sociocultural y deportivo como se mencionó anteriormente. La débil interacción entre las asociaciones y el GAD parroquial, se evidencia en el desconocimiento que existe sobre el número de asociaciones locales (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016). La interacción entre los comerciantes y el GAD parroquial se limita a la organización de las celebraciones religiosas más importantes, en palabras del presidente del GAD parroquial,

(...) Si, se trabaja en conjunto sobre todo cuando se avecina la feria local, ya que se trata de garantizar el trabajo que desempeñan nuestros comerciantes, considerando que es el único ingreso que tiene nuestra población, pues a la parroquia llegan a vender de todas partes del país (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016).

El GAD parroquial muestra débiles relaciones con otros actores como con los devotos y comerciantes, ya que en algunos casos se convierte únicamente en intermediario de los

devotos que dejan dádivas para el pueblo (ver ilustración 3). Con los turistas las relaciones aún son más distantes, en algunos casos se limita a brindar información relacionada con las características de la parroquia.

De acuerdo a la entrevista con la autoridad parroquial se reconoce la preponderancia de la actividad comercial, y la importancia del turismo para el desarrollo socioeconómico de la parroquia (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016). No obstante, existe el deseo de atender otras áreas que complementen al turismo. El trabajo que espera por realizar es arduo ya que existe deficiencia en diversos aspectos, pues no se conoce con certeza el número de asociaciones presentes en el territorio, ni existe claridad en procesos como la declaratoria de patrimonio nacional a las casas y basílica de la parroquia debido a su antigüedad y estilo de construcción de las mismas. La interacción que mantiene con el GAD cantonal Loja le permite gestionar obras físicas para la parroquia. Así también se mantienen relaciones cordiales con la Iglesia quien también colabora con pequeñas labores para el mejoramiento de la parroquia.

Con las asociaciones locales se mantiene vínculos que permiten el buen desarrollo de las festividades, aunque no se logró mencionar acciones concretas que se realizaran en conjunto, más allá de las obvias, como el caso del cobro de algunos aportes por el uso del espacio público. Sin embargo, a decir del presidente del GAD parroquial a la población cisneña le hace falta mejorar su espíritu de colaboración, visión de desarrollo, innovación e inversión en ideas de negocios. El GAD por su parte mantiene grupos culturales como los de baile folclórico como una forma de preservar costumbres y tradiciones locales (Entrevista a presidente del GAD parroquial El Cisne, conversación con autora, 8 de abril de 2016).

1.2.2. GAD Cantonal Loja

Por su parte el GAD cantonal de Loja, tiene representación a través del Sr. Vicente Cuenca como Administrador Distrital de la parroquia El Cisne. Sin embargo, de acuerdo a lo que manifiesta el presidente de la asociación de vendedores de reliquias, la presencia del Municipio es notoria únicamente en los meses de “la fiesta”, ya que es el encargado de cobrar el uso del espacio público. No obstante, es necesario considerar que el Municipio es el encargado de controlar el tránsito vehicular que en el mes de agosto muestra aglomeración debido a la cantidad de visitantes. Asimismo, es quien debe mantener la higiene y tratar de

imponer orden sobre los comerciantes, quienes se agolpan a las calles para realizar su negocio, dificultando el libre tránsito del turista, dichas aglomeraciones son aprovechadas por los amigos de lo ajeno para robar.

A causa del ordenamiento planteado por el GAD Loja es que surgen tensiones con los comerciantes. Como antecedentes de estos hechos se puede decir que, los comerciantes de la parroquia desde el inicio de sus actividades se ubicaron en los exteriores de la basílica para expender sus productos. Inicialmente solo en época de la fiesta realizada en el mes de agosto y luego se retiraban, sin embargo debido a la visita constante de turistas los comerciantes se ubican de manera permanente en la plaza central. Los comerciantes construyen improvisados kioscos, alegando que es su única forma de llevar el sustento a sus hogares. En los últimos años según lo menciona la presidenta de la asociación de velas Diego Robles, ha existido el ofrecimiento de la construcción de un lugar adecuado para su ubicación sin que se concreten las acciones. Además frente a la posibilidad de ser reubicados los comerciantes manifiestan su negativa, como lo expresa el secretario de la asociación de vendedores de bocadillos “aquí es la venta, si nos vamos a otro lado no vamos a vender porque los ambulantes se ubican por aquí y nos ganan los clientes” (Entrevista a secretario de Asociación vendedores de bocadillos, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

El GAD Loja a través de su representante en la parroquia hace conocer que, dado que la localidad recibe la visita constante de turistas, es necesario el adecentamiento de un lugar con características higiénicas para el expendio de productos especialmente alimenticios. Por lo que pone a disposición una zona con 14 puestos para la venta de dulces y bocadillos como parte de una primera fase de reubicación de los comerciantes que se encuentran en los exteriores de la basílica. Los beneficios de la reubicación son múltiples, una mejor imagen de la parroquia al turista, mejores condiciones para la realización de la actividad comercial, evitar posibles accidentes dado que los kioscos improvisados no cuentan con las garantías ante incendios u otro tipo de eventualidades, además se preserva el patrimonio local que es la basílica, pues estas casetas están apoyadas en la antigua infraestructura de la basílica.

Este conflicto fue el que motivó la conformación de la asociación de vendedores de bocadillos, ya que este grupo es el primero que de acuerdo a la planificación del GAD Loja va a ser reubicado. Entre los vendedores de bocadillos y el municipio no existen acuerdos, y las

inconformidades han llegado incluso a enfrentamientos.²¹ La importancia de pertenecer a una asociación se manifiesta en este hecho, ya que asociaciones como los comerciantes de artículos religiosos han podido negociar con las autoridades locales su permanencia mientras no se acondicione un lugar adecuado. Incluso el presidente de esta asociación habla de una permanencia definitiva al ser este grupo el que mantiene quioscos con mejor estética en la parroquia en comparación a otros grupos. En lo que respecta a la asociación de vendedoras de velas como lo manifiesta su presidenta esperan el llamado de la autoridad para conversar sobre la reubicación pues de ser el caso, exigen que se controle a los vendedores ambulantes que disminuyen sus ventas. Las comerciantes de horchatas reconocen que la ubicación específica para la venta les permite acaparar clientes, y se encuentran a la espera de la propuesta municipal.

De esta forma los conflictos entre la autoridad local y los comerciantes mantienen con nerviosismo a estos grupos. Sin embargo, cada grupo u asociación negocia de manera individual con la autoridad local. Como se vio en la ilustración 5 las asociaciones formales mantienen un nivel de relación y negociación más fuerte que aquellos que no se encuentran formalmente constituidos ya que su organización es débil.

Una de las instituciones públicas que se ha acercado al territorio, con una visita efímera, es el Ministerio de Turismo. En el marco de sus competencias y en el afán de promocionar la parroquia, la Imagen de la Virgen de El Cisne fue declarada por esta institución como Patrona del Turismo en Ecuador en el año 2005²². La población aún recuerda la corta visita del ex ministro de turismo Freddy Ehlers, quien a través del programa Ecuador Ama la Vida dio a conocer algunos lugares de interés turístico en la provincia de Loja, entre ellos la parroquia El Cisne. Sin embargo esta institución no ha mantenido más acercamientos con los comerciantes de la parroquia.

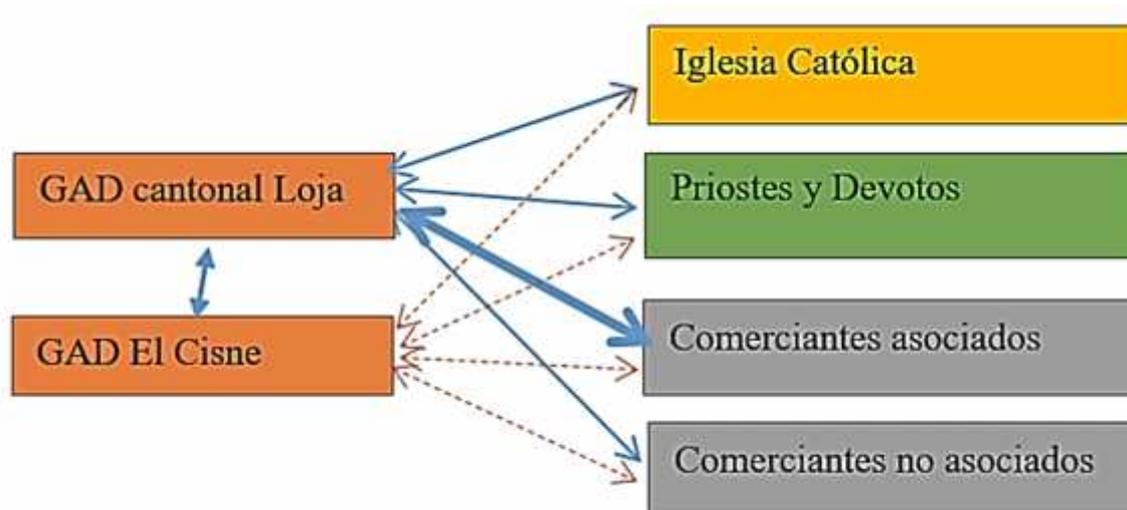
²¹ “Loja: Enfrentamientos en la parroquia El Cisne”. La Hora digital, julio 2016, http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101966312/1/Loja%3A_enfrentamientos_en_la_parroquia_El_Cisne.html#.WAQKHPI962U

²² “Virgen del Cisne declarada patrona del turismo” Ecuador Inmediato, 25 de mayo de 2016, http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=21027&umt=virgen_del_cisne_declarada_patrona_del_turismo.

En resumen, existe el reconocimiento tanto de las autoridades locales, como de los comerciantes, de la importancia del turismo como una actividad que genera movimiento económico en la parroquia. Los esfuerzos del GAD cantonal Loja para promover dicha actividad, se manifiestan en el afán de la construcción de espacio para el desarrollo adecuado de la actividad comercial. Sin embargo, debido a que los comerciantes reciben constantes visitantes, no por los servicios que se ofrecen sino por la devoción a la Churona entonces no ven la necesidad de cambios en el adcentamiento de la parroquia, y se producen los conflictos. No obstante, el entramado de relaciones que se desarrollan dentro de la parroquia se constituye en una clave para la subsistencia de la pequeña población de El Cisne. Pues, los comerciantes hacen uso de las relaciones a través de las asociaciones para mantenerse en sus puestos de trabajo, que para ellos constituye en su forma de vida.

A través de la ilustración 8 se presentan las relaciones entre el GAD cantonal Loja, el GAD El Cisne (como instituciones públicas) y los actores privados presentes en el territorio. Se representan las relaciones entre actores con flechas bidireccionales, ya que en la interacción intervienen y ejercen influencia recíproca. Por ejemplo, los comerciantes si bien es cierto son controlados por las autoridades locales, estos actores también presionan para hacer escuchar sus diversas peticiones. El grosor de la flecha representa la intensidad de las relaciones, donde se destaca la interacción entre el GAD Loja y los comerciantes asociados entre los cuales existe un fuerte nivel de relación. En la ilustración se representa relaciones más cercanas a través de flechas más gruesas mientras que las más débiles se muestran a través de líneas punteadas. En algunos casos como con los vendedores de bocadillo se trata de relaciones conflictivas, no obstante las asociaciones han mantenido relación de dialogo más cercana por el tema de la reubicación de los negocios como se mencionó antes. Con la iglesia son interacciones de simpatía, más no se han establecido acuerdos de cooperación, ni se mantienen diálogos de trabajo, lo mismo ocurre con los devotos de la Imagen. Los comerciantes no asociados si bien deben someterse a las normas establecidas para el desarrollo de su trabajo, no se han construido vínculos significativos.

Ilustración 8. Interacción entre instituciones públicas y actores del territorio



Fuente: Encuestas y Entrevistas, 2016. Nota: Las flechas indican relaciones entre actores y el grosor de las flechas representan la intensidad de las relaciones

Por su mayor cercanía el GAD parroquial mantiene relaciones con todos los actores presentes en el territorio. Con la Iglesia se han establecido lazos de cooperación en algunos casos para el adcentamiento de la parroquia como lo menciona el presidente del GAD parroquial. Con los devotos que con el afán de visitar a la Imagen las relaciones son de colaboración, pues algunos visitantes desean hacer llegar un presente a la población y, el GAD se convierte en intermediario. Con los comerciantes los lazos son más fuertes que los otros actores mencionados, ya que se los vincula a la planificación de actividades parroquiales, y se los considera para participar en los mismos, siendo más sencilla la convocatoria a través de su presidente.

1.3. Interacción entre actores del territorio

Dado el análisis realizado al inicio del capítulo 4 se ha organizado la información de manera resumida en la tabla 4 donde, se puede observar los actores más fuertes y débiles de la parroquia. Dentro del grupo de comerciantes asociados se destaca el grupo de vendedores de artesanías religiosas, ya que demuestran buen nivel de organización para el desarrollo de sus actividades comerciales, además su participación con otros actores del territorio los hace destacarse sobre los demás. Se observa además por sus características los comerciantes que no pertenecen a una asociación mantienen bajos niveles de interacción con otras asociaciones y un bajo poder de negociación con autoridades locales acerca de sus demandas.

Tabla 4. Resumen de los niveles de participación entre los grupos y asociaciones locales

Grupos y/o asociaciones locales	Asociaciones, grupos y/o representantes	Interacción	Nivel de fortaleza del grupo
Comerciantes asociados	Asociación de vendedores de artesanías religiosas Reina de El Cisne	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Elevado nivel de interacción con devotos, ya que algunos de ellos son sus proveedores.</p> <p>Elevado nivel de participación con turistas, de acuerdo al presidente de esta asociación, los turistas siempre llevan un recuerdo de la visita, hay quienes ya son clientes fijos.</p> <p>Nivel medio de participación con la iglesia, ya que colaboran con algunas actividades convocadas por la misma como, la confección de las composturas en honor a la Imagen de María.</p> <p>Alto nivel de participación con las instituciones públicas, como son el GAD parroquial y cantonal, ya que participan de reuniones locales, negocian con el municipio temas como la reubicación, incluso de acuerdo al presidente de la asociación, si es necesario viajan a la ciudad de Loja a realizar sus peticiones.</p> <p>Buen nivel de organización para la realización de su trabajo en turnos rotativos, así como el establecimiento de estatutos de la organización.</p>	Alto
	Asociación de vendedoras de horchatas	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Bajo nivel de interacción con devotos, son únicamente consumidores esporádicos.</p> <p>Bajo nivel de participación con turistas, son consumidores esporádicos de sus productos</p> <p>Nivel medio de participación con la iglesia, ya que colaboran con algunas actividades convocadas por la misma como, la confección de las composturas en honor a la Imagen de María.</p> <p>Nivel medio de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, ya que se encuentran a la espera de ser convocados en reuniones locales, y presentar sus peticiones.</p> <p>Buen nivel de organización para la realización</p>	Bajo

	de su trabajo en turnos rotativos, así como el establecimiento de estatutos de la organización.	
Asociación de vendedores de bocadillos	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones, por el hecho de ser una asociación nueva.</p> <p>Alto nivel de interacción con devotos, son consumidores permanentes de sus productos, los dulces como menciona una comerciante son bien apetecidos.</p> <p>Bajo nivel de participación con turistas, son consumidores esporádicos de sus productos.</p> <p>Bajo nivel de participación con la iglesia, ya que han venido colaborando pero de manera individual.</p> <p>Alto nivel de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, vinculado a su resistencia ante la reubicación de sus negocios.</p> <p>Bajo nivel de organización según manifiesta el secretario de la asociación que los estatutos de la organización se encuentran en construcción.</p>	Medio
Asociación de vendedores de velas Diego Robles	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Alto nivel de interacción con devotos, que son consumidores y en algunos casos proveedores de sus productos.</p> <p>Bajo nivel de participación con turistas, son consumidores esporádicos de sus productos.</p> <p>Nivel medio de participación con la iglesia, ya que colaboran con algunas actividades convocadas por la misma.</p> <p>Bajo nivel de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, ya que se encuentran a la espera de ser convocados en reuniones locales, y presentar sus peticiones.</p> <p>Buen nivel de organización para la realización de su trabajo en turnos rotativos, así como el establecimiento de estatutos de la organización.</p>	Medio
Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Bajo nivel de interacción con devotos, son únicamente clientes de su cooperativa.</p> <p>Bajo nivel de participación con turistas, son clientes de su cooperativa.</p>	Medio

		<p>Bajo nivel de participación con la iglesia, más bien se vinculan de forma individual.</p> <p>Nivel medio de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, se producen relaciones de cordialidad y cumplimiento y control de las normas de tránsito.</p> <p>Buen nivel de organización para la realización de su trabajo en turnos rotativos, así como el establecimiento de estatutos de la organización.</p>	
Comerciantes no asociados	Vendedores ambulantes de velas	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Bajo nivel de interacción con devotos y turistas.</p> <p>Nivel medio de participación con la iglesia, la fábrica de la velas perteneciente a la Iglesia es su principal proveedor de los productos que comercian.</p> <p>Bajo nivel de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal.</p> <p>Nivel medio de organización para la realización de su trabajo en turnos.</p>	Bajo
	Grupo de mujeres emprendedoras	<p>Bajo nivel de interacción con otras asociaciones.</p> <p>Bajo nivel de interacción con devotos y turistas, son únicamente clientes de su cooperativa.</p> <p>Bajo nivel de participación con la iglesia.</p> <p>Nivel medio de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, se producen relaciones de cordialidad, sobre todo porque mantienen apoyo del GAD cantonal para su capacitación.</p> <p>Buen nivel de organización para la realización de su trabajo.</p>	Bajo
Devotos y/o comerciantes	Priostes y/o comerciantes	<p>Alto nivel de interacción con comerciantes como proveedores de productos y como consumidores de otros.</p> <p>Alto nivel de interacción con la iglesia, participante y en algunos casos organizador de actos tradicionales.</p> <p>Nivel medio de participación con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal,</p> <p>Alto nivel de organización familiar para la organización de actividades como priostes.</p>	Alto
Iglesia	Iglesia como	Alto nivel de interacción con comerciantes, a	Alto

	encarga de la liturgia, y el emprendimiento de la fábrica de velas	<p>través de la fábrica de velas es un proveedor importante para un sector de comerciantes.</p> <p>Alto nivel de interacción con turista, que son principalmente católicos.</p> <p>Alto nivel de interacción con el GAD cantonal y parroquial con quienes han trabajado a favor del adecentamiento de la parroquia.</p> <p>Alto nivel de interacción con sacerdotes como principales organizadores de las actividades religiosas de las cuales participan activamente los sacerdotes de las fiestas.</p>	
Turistas	Turistas y/o consumidores	<p>Bajo nivel de interacción con comerciantes como consumidores.</p> <p>Alto nivel de interacción con la iglesia, participante y en algunos casos organizador de actos tradicionales.</p> <p>Bajo nivel de interacción con instituciones públicas, como el GAD parroquial y cantonal, Ningún nivel de interacción con sacerdotes son únicamente consumidores de las tradiciones.</p>	Bajo
GAD parroquial El Cisne	Presidente GAD parroquial	<p>Alto nivel de interacción con comerciantes derivado de sus funciones.</p> <p>Alto nivel de interacción con la iglesia, como colaboradores en actividades en pro del bienestar de la parroquia.</p> <p>Alto nivel de interacción con el GAD cantonal inherente a sus funciones.</p> <p>Nivel medio de interacción con sacerdotes como intermediario de algunas donaciones que estos realizan.</p>	Alto
GAD cantonal Loja	Funcionarios municipales	<p>Alto nivel de interacción con comerciantes como consumidores.</p> <p>Alto nivel de interacción con la iglesia, en colaboración para el buen desarrollo de los actos tradicionales en donde participan cientos de ciudadanos.</p> <p>Alto nivel de interacción con el GAD parroquial, como</p> <p>Nivel medio de interacción con sacerdotes, para el buen desarrollo de las actividades que estos realizan en la parroquia y en la ciudad de Loja.</p>	Alto

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Actores muy fuertes en el territorio son, la Iglesia, el GAD cantonal seguido del parroquial. Estos tres reconocen la importancia del turismo religioso en la parroquia e interactúan de

manera constata cada uno en sus funciones, pero también en grupo. Por ejemplo, como menciona el presidente del GAD parroquial, para adecentar la vía principal de acceso a la parroquia, se trabaja en tramos con la Iglesia, quien pone a disposición mano de obra, al igual que el GAD parroquial, y el GAD Loja. Las conexiones con comerciantes y turistas complejizan el entramado de relaciones sociales que origina una suerte de flujos multidireccionales como se ha explicado en la tabla 4, formando una red de actores interconectados a través de las distintas formas de asociación. Las redes se forman y se mantienen como una estrategia de vida de los actores, donde debido a las necesidades obligan a los conciudadanos a negociar, ceder y presionar, dependiendo del grado de fortaleza del grupo se alcanza ciertos objetivos.

Tabla 5. Interacción con grupos dentro y fuera de la parroquia

		N	%
¿El grupo trabaja e interactúa con otros grupos dentro de la parroquia?	No	43	53,1%
	Si	38	46,9%
	Total	81	100,0%
¿El grupo trabaja e interactúa con otros grupos fuera de la parroquia?	No	81	100,0%
	Si	0	0,0%
	Total	81	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

De acuerdo a las encuestas realizadas a comerciantes, el 100% de asociaciones no tienen ningún tipo de interacción con grupos externos al territorio. Mientras que con los grupos al interior de la parroquia un 46,9% de comerciantes asegura que se ha interactuado de manera ocasional. Se corrobora de esta forma la información de la tabla 5 cuando se manifiesta que esta interacción se realiza entre algunos grupos, con diferente intensidad.

2. Emprendimientos locales

En las ideas de negocios a más de los comercios ubicados en la plaza central, se destaca, la fábrica de velas Reina de El Cisne. Existe un hotel, una librería, y un museo que pertenecen al igual que la fábrica de velas a la Iglesia. Sin embargo, la librería y el museo dan empleo a 2 personas, mientras que el hotel general empleo temporal, una vez al año en el mes de agosto.

Es por ello que se describe a continuación únicamente la fábrica de velas, que es donde se genera empleo durante todo el año.

2.1. Fábrica de velas

La iniciativa de la fábrica de velas artesanal pertenece a la Iglesia. De acuerdo a lo que nos informa el encargado del funcionamiento de la fábrica (Entrevista a encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016), la idea surge como un aporte para la comunidad, ya que es una población pobre con escasas fuentes de trabajo, es decir,

(...) El objetivo principal es dar trabajo a la población de El Cisne, aquí no hay fuentes de trabajo y eso produce problemas sociales como el alcoholismo y eso se trata de evitar. Por eso se les da un poquito más barato a los que son de aquí de la parroquia, para que vendan y saquen su ganancia (Entrevista a Encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

La fábrica viene funcionando desde hace aproximadamente 10 años, y genera empleo para 6 personas pertenecientes a la parroquia, quienes laboran las 8 horas diarias, los cinco días de la semana. Para la contratación de los trabajadores de esta pequeña empresa no es necesario contar con ningún tipo de capacitación especial, sino que se puede aprender por observación. Desde su apertura hasta el día de hoy la fábrica se sostiene con recursos propios.



Fotografía 7. Productos elaborados en la fábrica de velas Reina de El Cisne

Las personas que trabajan en este lugar se sienten satisfechos, menciona el encargado de la fábrica (Entrevista a encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016), debido a que ganan el salario básico mes a mes y además se encuentran

afiliados al seguro social. Este tipo de trabajo estable no es fácil conseguir dentro de la localidad, por lo que la iniciativa es bien vista por los trabajadores, quienes agradecen la preocupación de la Iglesia para la implementación de esta iniciativa.

La idea de negocio es bien interesante, el elemento esencial, la parafina, se recoge en la misma parroquia, de los restos de velas que los devotos han dejado al interior de la basílica. Al terminar de quemarse la vela, los restos son llevados hasta la fábrica donde se selecciona la materia prima, y se decide en cuál de todas las formas de velas se va a trabajar. Luego esta parafina es sometida a fuego para pasar a formar una nueva vela. La tecnología que utilizan fue adquirida en la ciudad de Cuenca y las instrucciones para su manejo simplemente es recibido del proveedor de la máquina, dicho conocimiento es adquirido por el encargado de la fábrica, el cual a su vez lo comparte al resto de empleados. Es decir no existe ninguna ciencia en aprender a realizar las velas (Entrevista a encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016).

Según indica el encargado de la fábrica (Entrevista a encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016), la iniciativa de negocio nace como una fábrica artesanal, la cual no ha sido modernizada hasta el día de hoy. La iniciativa es conocida por los habitantes de la zona, sin embargo el peregrino (consumidor final) pocas veces tiene conocimiento al respecto. Por otra parte, el trabajo se realiza durante todo el año, y todos los empleados tienen derecho a vacaciones, las mismas que son asignadas en el mes de agosto durante la fiesta más concurrida, esto debido a que las instalaciones son asignadas a los priostes de la fiesta, quienes ocupan el lugar en los preparativos de sus actividades como, la preparación de los castillos. Esto implica que con antelación se debe preparar el producto que es altamente demandado en la época.



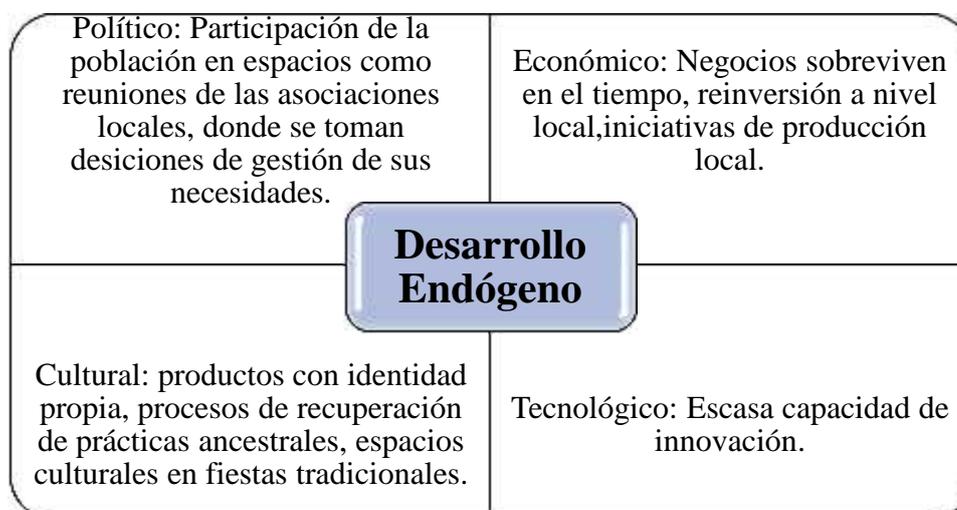
Fotografía 8. Proceso de elaboración de velas

Este producto más adelante se ofrece al cliente en la librería que pertenece a la iglesia, y también, algunos comerciantes la ofrecen en sus negocios (Entrevista a encargado de la Fábrica de Velas El Cisne, conversación con autora, 1 de abril de 2016). Es decir, la pequeña empresa de la parroquia mantiene interacción directa con, autoridades locales para obtener los permisos de funcionamiento, los comerciantes quienes al realizar la compra al por mayor obtienen descuentos, y el consumidor final o turista que adquiere el producto directamente en la librería. Sin embargo, no se observa relaciones de cooperación y/o negociación u otra forma de vínculo cercano con los actores locales.

3. Retención de los beneficios en el territorio

De acuerdo a lo que plantea Boisier (2001), se puede establecer la apropiación de los beneficios del desarrollo en cuatro aristas, político, tecnológico, económico y cultural. Lo que se trata de identificar a través de estas aristas es la utilización de recursos locales para el desarrollo socioeconómico de la parroquia. En la parte política se busca medir el nivel de decisión local para el uso de los recursos y su capacidad de negociación frente a imposiciones de afuera. El aspecto tecnológico busca medir la capacidad de la población para generar productos nuevos para ofrecer al turista. En lo económico, se trata de mirar la capacidad de reinversión local y mantenimiento de los negocios en el tiempo, ya que si esto ocurre significa que no existe fuga de capitales financieros. La parte cultural mira procesos de mantenimiento, recuperación o pérdida de prácticas locales, y tradiciones.

Ilustración 9. Aristas del desarrollo en la parroquia El Cisne



Fuente: Entrevistas, 2016

3.1. Arista política

La arista política hace referencia a los espacios donde la población participa activamente, es donde surgen las ideas para alcanzar los objetivos de desarrollo, en estos espacios se fortalecen las capacidades de gestión y negociación. La parroquia El Cisne como se ha mencionado anteriormente en función de la actividad comercial se ha ido organizando en grupos de tipo formal e informal. Los primeros han abierto espacios a través de las reuniones para la participación, de esta forma se consideran las distintas opiniones y necesidades para responder de manera conjunta. Además, se han abierto espacios de participación en el sector público, donde por ejemplo como lo manifiesta el presidente del GAD parroquial, para la actualización del PDyOT es requisito fundamental abrir espacios de participación y socialización de distintos proyectos. Sin embargo, para el presidente del GAD parroquial es necesario que la población aproveche estas oportunidades para dar a conocer sus necesidades, y aún hace falta crear conciencia de la importancia de la participación.

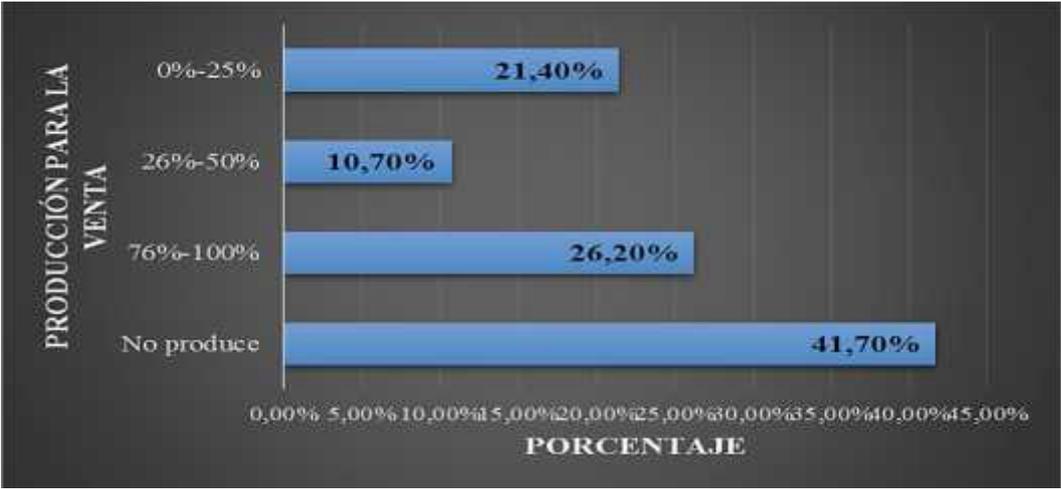
El nivel de participación de la población es distinto en cada asociación local, la asociación de vendedores de artesanías religiosas se destaca sobre las demás. Las características que hacen sobresalir a este grupo son, el nivel de interacción con otros actores del territorio, la organización dentro del grupo, y su capacidad de negociación. De tal forma que estos espacios son también una forma de fortalecimiento de capacidades de los actores, donde se genera la opción a decidir sobre la forma de desarrollo que desean seguir. Una característica

singular de los comerciantes organizados es que la iniciativa ha surgido desde abajo, es decir, desde su propia inventiva, siendo esta precisamente una característica de la endogeneidad de las decisiones sobre el desarrollo. Es decir, hay una construcción del desarrollo que no proviene de la imposición del exterior, sino que nace de las necesidades y se sustenta en los recursos locales. No quiere decir que se menosprecie lo exógeno al territorio, sino que a través de estos espacios se busca aprovechar oportunidades incluso externas, pero reteniendo los beneficios dentro del territorio. Hay que señalar sin embargo, que la capacidad de negociación decrece con un menor nivel de organización, esta es la situación para varias de las organizaciones formales que no son tan fuertes, para las organizaciones informales que no son invitadas por no estar constituidas legalmente y para todos los comerciantes que no están asociados.

3.2. Arista Tecnológica

Alrededor del comercio vinculado al turismo de la parroquia El Cisne, se puede encontrar diversidad de productos, todos con alusión a la actividad religiosa. Aunque la producción de los mismos es escasa, 4 de cada 10 comerciantes no producen ningún producto de aquellos que expenden en su negocio. La dedicación de la población debido al turismo religioso es básicamente el comercio.

Gráfico 7. ¿Qué porcentaje de lo que vende lo produce usted mismo?



Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

En el grafico 7 se puede observar que el 26,2% de comerciantes producen entre el 76 y 100% de los productos que venden en sus negocios. Sin embargo, esto hace referencia únicamente a las actividades comerciales vinculadas con la alimentación, es decir la elaboración de platos

típicos del sector y que requieren de ingredientes locales, los cuales son adquiridos en los mercados aledaños (Catamayo principalmente por su cercanía), debido a que la producción local no logra abastecer el mercado local. Únicamente dos de cada 10 comerciantes producen hasta el 25% de los productos que venden y uno de cada 10 produce entre el 26 a 50% de lo que vende. Entre los artículos que se producen en la zona se tiene artesanías como: rosarios, cadenas, adornos, todos con motivos religiosos.

Una forma de facilitar el proceso de innovación es a través de las capacitaciones, las cuales brindan herramientas para aquello. A pesar del esfuerzo para brindar cursos para mejorar la atención al turista, el presidente del GAD parroquial manifiesta que existe poco interés por parte de los comerciantes. La tabla 6 muestra que los comerciantes que no pertenecen a una asociación local acceden a capacitaciones en mayor proporción que aquellos que si forman parte de una asociación.

Tabla 6. Nivel de capacitaciones y pertenencia a una asociación local

		Pertenece a una asociación local					
		Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Capacitaciones	Si	15	18,5%	7	31,8%	22	21,4%
	No	66	81,5%	15	68,2%	81	78,6%
	Total	81	100,0%	22	100,0%	103	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Sin embargo, la innovación no es únicamente en el producto que se ofrece, sino también se innova en la forma de presentar la imagen de la parroquia al turista. Como es el caso de la feria interparroquial organizada por el GAD Loja y que se realizó en el mes de mayo 2016 en la plaza central de la parroquia, donde la intención fue mostrar a la parroquia en todas sus formas, producción artesanal, agrícola, y por supuesto sus costumbres, tradiciones, gastronomía, y demás actividades que se ponen a disposición del turista. Esta se constituye en una forma de innovar la presentación de la parroquia al turista.



Fotografía 9. Feria Interparroquial realizada en El Cisne

3.3. Arista Económica

Tabla 7. Origen de los productos que se comercializan en El Cisne

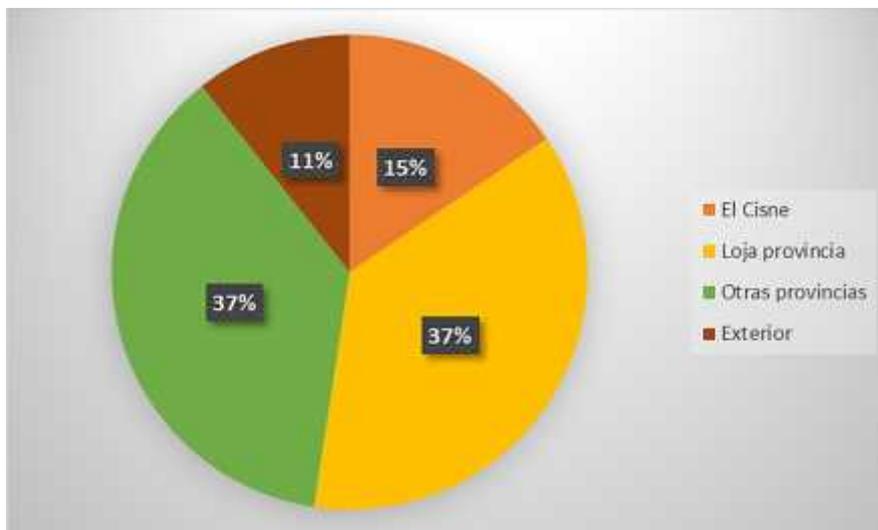
	N	%
Ambato	1	1,0%
Catamayo	11	10,7%
Colombia	2	1,9%
Cuenca	16	15,5%
El Cisne	16	15,5%
Guayaquil	16	15,5%
Huaquillas	1	1,0%
Loja	25	24,3%
Otavalo	2	1,9%
Parroquias de Loja	2	1,9%
Perú	9	8,7%
Quito	2	1,9%
Total	103	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

En primera instancia, la actividad comercial genera réditos económicos importantes para las familias cisneña teniendo que, de acuerdo a la encuesta realizada el 60% de la población dedicada al comercio tiene la posibilidad de ahorrar luego de cubrir sus necesidades básicas. La consecuencia directa es evitar el éxodo masivo de población rural hacia las zonas urbanas. Se generan empleos directos e indirectos, especialmente en los meses de agosto y septiembre, de tal manera que el PDyOT (2015) señala que existen cerca de 276 establecimientos económicos de diversa índole: hotelería, comercio, y restaurants. En el mismo documento se señala que, en la parroquia coexisten 70 establecimientos dedicados al acogimiento de turistas principalmente casas de posada y hoteles, donde el consumo promedio anual por persona es de 25 dólares.

Respecto al origen de los productos que comercializan en la parroquia son diversos. En el caso de los comerciantes de velas, tienen como principal origen Cuenca y la fábrica de velas de la misma parroquia. En el caso de las personas dedicadas a la preparación de alimentos requieren para su abastecimiento de la producción que encuentran en la capital cantonal y Catamayo por su cercanía.

Gráfico 8. Procedencia de productos a comercializar en la parroquia



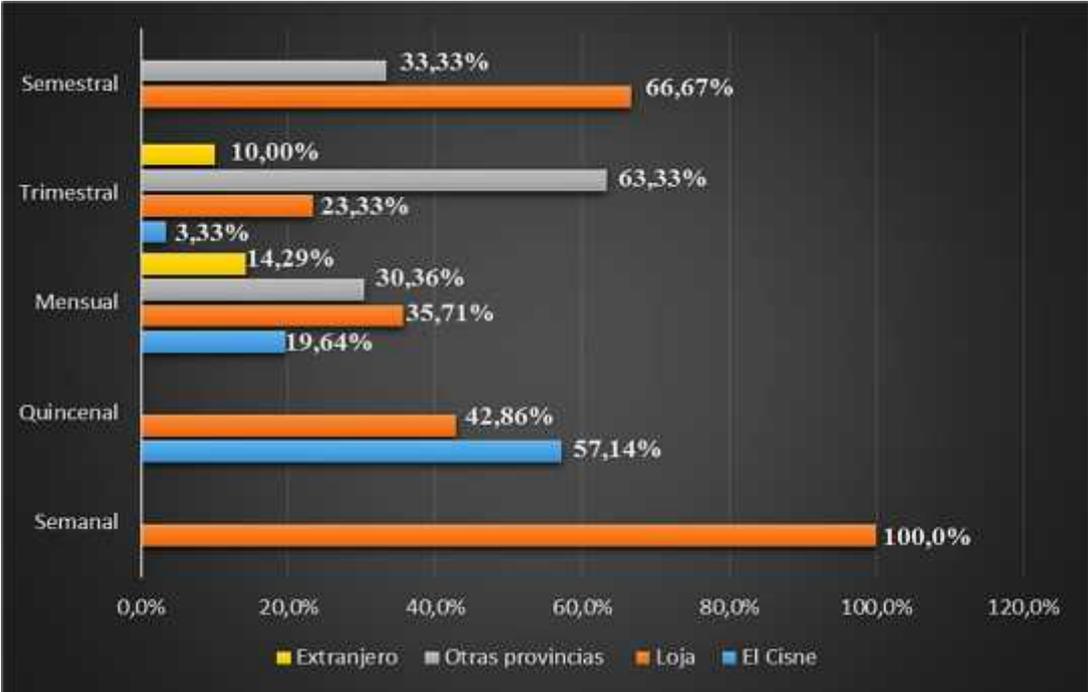
Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Los dulces que se expenden no se producen en la parroquia, son elaborados por la población de Catacocha y Chaguarpamba, quienes personalmente se acercan al poblado a ofrecer el producto a los comerciantes que venden al por menor. Las provincias de Guayas, Pichincha, Imbabura y Azuay, son sectores de abastecimiento de ropa, y demás artículos religiosos que

se ofrece al romeriante y/o turista que visita El Cisne. Tan sólo el 15,5% de los productos que se comercializan tienen como lugar de origen la parroquia El Cisne.

Para una mejor comprensión se resume en el gráfico 8 la procedencia de los productos que se comercializan en la parroquia. En el gráfico se puede notar que únicamente una décima parte de lo que se comercializa en la parroquia es local. Un 37% procede los diferentes sectores de la provincia de Loja, mientras que un porcentaje igual procede del resto del país. Se puede deducir que la producción es evidentemente exógena a la parroquia, un incremento en los precios de estos productos afecta directamente en los precios y la cantidad de producto que se vende en la parroquia.

Gráfico 9. Frecuencia de compra y origen de productos negociados en la parroquia



Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

Por otra parte, la compra de materia prima y productos elaborados se realiza de acuerdo al tipo de negocio. Por ejemplo, aquellos destinados a la alimentación generalmente realizan sus compras semanalmente. Sin embargo otro factor a considerar para la frecuencia de compra es la distancia. Es así que, si el lugar de abastecimiento es aledaño a la comunidad se realiza la compra con mayor frecuencia (ver gráfico 9), la lógica detrás de esta práctica es sin duda la minimización de costos. Asimismo, los comerciantes manifiestan que al tratarse de productos que no tienen fecha de vencimiento, como es el caso de las artesanías religiosas, se facilita el

almacenamiento por un tiempo prolongado. Es lo que sucede en los meses o temporada baja, donde los comerciantes se aprovisionan de mercadería.

En lo referente a las relaciones de confianza entre los proveedores de mercadería y los comerciantes se puede evidenciar un alto grado de confianza. Ya que un 64,1% de los comerciantes adquieren su mercadería a través de crédito directo con el proveedor, mientras que el restante 35,9% lo hace al contado. Sin embargo, el crédito con el proveedor no significa recargo en el precio, sino que, la forma de pago se realizará en varias cuotas, por lo que se constituye en una forma de pago distinta y no un crédito propiamente dicho.

La intermediación se hace evidente pues sólo el 10,7% adquieren directo al productor, y esto es a la fábrica de velas que existe en la parroquia. El 40,8% adquiere la mercadería a través de intermediarios mayoristas, debido a que personalmente se trasladan a ciudades como Guayaquil y Quito para adquirir sus productos. La afluencia de personas de distintos lugares del país hacia la parroquia ha jugado un papel importantísimo en el establecimiento de relaciones y redes sociales. Es así que, algunos de los proveedores han llegado a la parroquia a ofrecer sus productos, esto como consecuencia del conocimiento previo de las festividades religiosas que se realizan en la zona.

Tabla 8. Proveedores de mercadería y formas de pago

		Formas de pago					
		Contado		Crédito		Total	
		N	%	N	%	N	%
Proveedores	Directo de fábrica	4	10,8%	7	10,6%	11	10,7%
	Intermediarios mayoristas	12	32,4%	30	45,5%	42	40,8%
	Intermediarios minoristas	21	56,8%	29	43,9%	50	48,5%
	Total	37	100,0%	66	100,0%	103	100,0%

Fuente: Encuestas El Cisne, 2016

A pesar de que el 85,5% de los productos que se expenden no tienen origen de producción la parroquia, y que en algunos casos se debe recurrir a créditos (33%) para mantener el negocio (ver gráfico 3), se puede notar que existe reinversión en el mismo negocio. Además a través

de la proporción de población que puede ahorrar (60%) se aprecia que los comerciantes logran captar los beneficios para su bienestar y que se minimiza la fuga de capitales.

Las iniciativas locales van desde pequeños negocios en los hogares como las tiendas de abarrotes, inversiones en hoteles que cuenta con mayores comodidades, como lo menciona una comerciante de la parroquia “antes no era así (la parroquia), habían solo chocitas, ahora ya hay hoteles, hay gente que ha vuelto a su tierra para poner su negocio”. Incluso el hecho de que lleguen comerciantes foráneos dan cuenta de la inversión que realiza en la parroquia. Muestra de ello es la iniciativa perteneciente a la iglesia, de la pequeña y artesanal fábrica de velas, que da cuenta de la inversión que se realiza a nivel local, y en donde se da empleo a 6 personas. Estos hechos movilizan recursos a la localidad mejorando su economía,

3.4. Arista Cultural

A través de la arista cultural se puede determinar el nivel de mantenimiento de tradiciones, ritos, creencias u otras formas de expresión de los pueblos. En la parroquia El Cisne es evidente la subsistencia de las creencias y costumbres ancestrales. La realización de la romería de la imagen de la virgen de El Cisne y la realización de la feria comercial data de 1829, sin embargo hasta la actualidad se realiza año a año, cuando la Imagen sale desde la parroquia en romería hasta la ciudad de Loja.

La realización de las fiestas es otra evidencia de la preservación de las tradiciones locales, desde su organización a través de los priostes, con bandas de pueblo, castillos vacas locas y bailes típicos. La realización de las composturas del mes de mayo son otra evidencia de cómo se han conservado tradiciones que dan identidad a la localidad. Asimismo la declaratoria de patrimonio sobre la infraestructura local que no permite la modificación de las viviendas del sector, es una forma de conservar las formas de construcción tradicionales de adobe y teja. A pesar de ello, no se puede negar la influencia externa de modernidad sobre el territorio, en las nuevas construcciones de viviendas, en la vestimenta de la población.

No obstante, de acuerdo a lo que manifiesta el presidente del GAD parroquial algunas cosas se están perdiendo como, la vestimenta tradicional de la mujer, que consistía en “una falda color azul oscuro, una blusa celeste, y sombrero blanco que ahora sólo las mujeres más ancianas usan”. Además, los procesos de modernización están modificando la realización de

las festividades, y la falta de incentivos pueden llevar a la desaparición de costumbres. Por ejemplo, las celebraciones de las fiestas con bandas de pueblo, están siendo reemplazadas poco a poco por los dispositivos de amplificación.



Fotografía 10. Banda de pueblo frente a la basílica de la parroquia

Conclusiones

Debo mencionar que la investigación a pesar de estar enfocada en la población de comerciantes beneficiarios del turismo religioso, contribuye a la caracterización del turismo religioso en la parroquia. Lo que ocurre en la parroquia El Cisne es un desarrollo del turismo religioso, no planificado como tal y se caracteriza por tener una población cautiva a pesar de que los servicios que la población brinda no se han desarrollado de manera importante. Luego de conocer las características y tradiciones de la parroquia, las dinámicas de los comerciantes locales, y las formas en las que se relacionan los actores presentes en la localidad, se presentan las siguientes conclusiones.

1. Formas de organización de los comerciantes de la parroquia en torno al turismo religioso

Como señalo a lo largo del presente trabajo, la parroquia El Cisne es una localidad de alta actividad comercial debido a la cantidad de turistas que acuden a visitar a la Imagen de la Virgen de El Cisne. Las iniciativas de negocios se vinculan con el expendio de artesanías, hospedaje, transporte, alimentación, entre otras vinculadas con el turismo. En este sentido, y ante los inconvenientes con la autoridad municipal para desarrollar sus actividades comerciales en la vía pública y en la plaza de la parroquia, un grupo de comerciantes de acuerdo a la actividad de cada uno, decidió asociarse de manera legal. De esta forma se inician asociaciones como, Asociación de vendedores de artículos religiosos Reina de El Cisne, Asociación de vendedoras de horchatas, Asociación de vendedoras de velas Diego Robles, Asociación de vendedores de bocadillos, Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne.

Estos grupos se mantienen bajo el objetivo de defender el lugar de trabajo en la plaza de la parroquia, mismo que han utilizado desde el inicio de sus actividades. Bajo esta perspectiva, han mantenido conversaciones con las autoridades locales para negociar el hecho de una reubicación. Asimismo, la interacción con otras asociaciones es bajo, sin embargo, este se da en el marco de la amistad y colaboración para el desarrollo de celebraciones de la parroquia. Entre las características de estos grupos sociales está el hecho de formarse de manera espontánea, y voluntaria, estar legalmente constituidos, realizar asambleas, organizar el desarrollo de sus actividades vinculadas a su trabajo, tener un estatuto que guía el desarrollo de sus actividades.

Asimismo, existe otro grupo de comerciantes que de manera espontánea se ha agrupado, más no se encuentra legalmente constituido. Dentro de este grupo se encuentran, los vendedores ambulantes de velas y las mujeres emprendedoras de la parroquia. Estos grupos mantienen reuniones esporádicas, sin embargo se han organizado para realizar las labores inherentes a su trabajo. Por ejemplo, las mujeres emprendedoras se turnan para realizar las ventas de los arreglos florales que producen, y los vendedores ambulantes de velas realizan turnos para ofrecer su producto a los visitantes que llegan a la parroquia. Entonces, existen dos grandes divisiones, aquellos comerciantes legalmente constituidos o de tipo formal, frente a aquellos que no se han organizado formalmente.

La razón por la cual se reconoce la necesidad de organización de la población es, para que las decisiones sean construidas desde abajo. La participación se constituye en un objetivo fundamental, ya que a través de la legalidad de un grupo la población se siente respaldada y es una forma de garantizar sus derechos (PNBV 2013). Es precisamente lo que ocurre en la parroquia El Cisne, donde el hecho de pertenecer a una asociación brinda seguridad a la población, sobre todo a la porción de población que ejerce la actividad comercial. Como lo expresa el Art. 30 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, estos grupos contribuyen a la defensa de sus derechos colectivos. En el caso particular de los comerciantes de El Cisne, como una forma de defensa de su trabajo. Además les otorga a los comerciantes la oportunidad de mantener un espacio de diálogo, no solo a través de las asociaciones de comerciantes, sino también en los espacios de grupos religiosos.

2. Relaciones entre las instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil en la parroquia, para fortalecer procesos de desarrollo endógeno

Para comprender las relaciones entre los sectores sociales y las instituciones públicas, es necesario determinar los actores en cada caso. Dentro del sector denominado como sociedad civil se encuentran, los comerciantes tanto asociados como los no asociados, devotos como los priostes, turistas en general, y la iglesia. Mientras que dentro del grupo denominado como instituciones públicas se encuentran el GAD cantonal Loja y el GAD parroquial El Cisne como principales actores.

Entre todos los actores mencionados existen relaciones que permiten el buen desarrollo de las actividades comerciales, las cuales a su vez sostienen económicamente a los comerciantes. En la interacción entre el GAD parroquial y las asociaciones locales existen vínculos de colaboración, sobre todo para el buen desarrollo de actividades socioculturales de la parroquia. El mismo GAD parroquial con la iglesia han colaborado en actividades de adecentamiento de algunos sectores de la parroquia previo el recibiendo masivo de turistas. Además el GAD El Cisne con los devotos mantiene vínculos debido a que algunos de ellos dejan colaboración para la gente de escasos recursos de la parroquia donde el GAD funciona como intermediario para hacer llegar la ayuda.

Por otro lado, el GAD cantonal Loja con los comerciantes asociados y no asociados mantienen relaciones que se pueden catalogar como fuertes, ya que el GAD cantonal a través de sus funcionarios tiene una postura de poder que determina las formas en las que se deben realizar ciertas actividades como, la ubicación de los comercios en la parroquia. Sin embargo, los comerciantes asociados dada su organización han logrado en algunos casos, negociar su permanencia en la plaza central hasta la construcción de un local adecuado, particularmente la asociación de vendedores de artesanías religiosas. La autoridad no ha conseguido desalojarlos, sino que ha tenido que comprometerse para ayudar a los comerciantes, dado que estos últimos gracias a su organización han logrado ejercer presión. Es decir se evidencia una notable fortaleza de los comerciantes asociados frente a los no asociados, sin embargo el hecho de ser organizados no garantiza su poder de negociación. La relación entre el GAD cantonal y los comerciantes no asociados es más débil, ya que estos comerciantes no poseen poder de negociación frente a la institución, difícilmente harán conocer sus demandas sin tener alguien que los represente ante la autoridad.

Existen fuertes vínculos entre el territorio y la capacidad innovadora de sus habitantes. La cual apoyada por la institucionalidad adecuada puede generar un terreno de juego equitativo para que los actores locales generen dinámicas virtuosas de desarrollo. Y la cooperación entre las redes existentes en el territorio se convierta en una clave para generar cambios positivos en el ámbito económico y social.

Con lo antes mencionado, confirmo algunos postulados teóricos, existe una red social con actores que se relacionan unos con otros. Es decir, el conjunto de actores interconectados por

nodos o vínculos que cumplen una función específica. Las relaciones entre actores se producen como una suerte de flujos multidireccionales, iglesia, comerciantes, turistas, GAD parroquial, y generan beneficios. La interacción entre actores de la parroquia ha generado relaciones sociales y económicas. Las organizaciones locales se constituyen en nodos de la red, ya que a través de estas instituciones se vinculan los actores del territorio. Sin dejar de lado a comerciantes no asociados, ya que estos pueden buscar la interacción con otros actores para mantener su estrategia de vida. A pesar de que los actores mantienen distintos objetivos logran articular sus relaciones de reciprocidad y confianza, influyendo en la construcción del territorio.

3. Nivel de apropiación de los beneficios que resultan de las iniciativas de emprendimiento existentes en la parroquia para identificar su endogeneidad

Se han identificado cuatro aspectos en los que se puede medir el nivel de apropiación de los beneficios del desarrollo del territorio, político, tecnológico, económico, y cultural. En la parte política, la parroquia cuenta con un factor importante como son los espacios que brindan las asociaciones para el dialogo. A través de estos espacios se presentan requerimientos de los comerciantes, que más adelante se ponen a consideración de las autoridades pertinentes para solventarlos. En este sentido las organizaciones formales llevan un paso adelante, ya que se encuentran mejor estructuradas y cuentan con reuniones constantes, de forma contraria los comerciantes informales no tienen una representación estructurada, y sus reuniones son esporádicas con poca participación.

La parte tecnológica y de innovación se observa en un nivel medio, ya que existe una variedad de productos religiosos. La elaboración de artículos para la venta se desarrolla en baja escala, se limita a la elaboración de artesanías como: rosarios, manillas, algunos trabajos en madera, y elaboración de alimentos tradicionales. De acuerdo al criterio de una moradora del sector no han existido cambios sustanciales en los productos que se ofrecen, ni en el desarrollo de planes de marketing efectivos para dar a conocer la parroquia, sus tradiciones y cultura. La búsqueda de nuevos clientes en función del potencial local esta ausente, existen unas escasas y eventuales iniciativas, como ferias interparroquiales organizada por el GAD Loja donde se da a conocer las tradiciones, y gastronomía local de las distintas parroquias.

En la parte económica se puede notar retención de beneficios cuando el 60% de la población tiene la posibilidad de ahorrar. Además se observa variados micro emprendimientos como muestra de la inversión en la localidad que va desde la pequeña tienda de barrio, comercios de velas, artesanías religiosas, hasta la iniciativa más grande que es la fábrica artesanal de velas, donde se emplea a seis personas de la localidad. La escasa producción es evidente, pues se expenden productos procedentes de zonas del país como, Guayaquil, Quito, Riobamba, e incluso debido a la cercanía se ofrecen productos de Perú. Pese a ello las utilidades como lo manifiestan los comerciantes, son reinvertidas dentro de la localidad en sus propios negocios.

Además, el producto que atrae a la población que visita el sector es la cultura, tradiciones, creencias, que son endógenas al territorio. De todos modos, tanto el porcentaje de productos y materia prima comprados y elaborados provienen en su mayoría de la misma provincia y del país, lo cual implica un nivel de endogeneidad con respecto a los insumos requeridos localmente. Cuatro de cada 10 comerciantes no produce ninguno de los productos que vende mientras el 10,7% de comerciantes produce entre 26% a 50% de su mercadería, es decir, existe un proceso de retención de los beneficios a favor de la población local. La retención de los beneficios se produce a través de las utilidades para el ahorro de los comerciantes, donde a pesar de ser recursos producidos fuera de la localidad generan recursos para el ahorro de los comerciantes locales. Asimismo, a través de la conservación de tradiciones que le dan identidad a la comunidad. A través de las inversiones en emprendimientos como la fábrica artesanal de velas, y la reinversión. A través de espacios de participación generados por la creación de las asociaciones locales. A través de la promoción de sus costumbres y tradiciones hacia fuera para atraer más turistas.

En la parte cultural se observa que la parroquia ha logrado conservar una tradición de larga data, que es precisamente la motivación de las visitas de cientos de turistas devotos. De tal forma que como menciona Weber (1999), estas características han moldeado y reconfigurado la actividad social y económica de la parroquia. En el caso de la parroquia El Cisne las particularidades religiosas han dado origen a actividades comerciales con un sello distintivo diferente a las que se pudieran realizar en cualquier otra parte del Ecuador. Ya que:

(...) Determinados factores geográficos, históricos y económicos condicionan bastante esa economía... Claro que el propio estilo de vida religiosamente condicionado está

profundamente afectado por los factores económicos y políticos que actúan en el interior de determinados límites geográficos, políticos, sociales y nacionales (Weber 1999, 4).

Las fiestas tradicionales son la muestra de la riqueza cultural del sector. La basílica estilo gótico y la Imagen de la Virgen María se constituyen en el símbolo palpable de la tradición y las creencias. A pesar de la evidente combinación con lo moderno, estas coexisten con las tradiciones ancestrales. De acuerdo a lo que la teoría manifiesta el capital simbólico de la parroquia se ha mantenido gracias a la transmisión verbal de las creencias, estas historias que han sido transmitidas por generaciones han creado imaginarios colectivos, gracias a los cuales se mantiene el turismo religioso. Además, estos hechos históricos acaecidos dentro de la parroquia han logrado construir lo que ahora es El Cisne y su tradición.

El turismo religioso que se desarrolla en la parroquia se fundamenta en la parte cultural y simbólica. La población que visita la zona considera como únicas las celebraciones y la imagen que se venera en la parroquia. Lo relevante para los devotos es rendirle culto a esta imagen en particular, por ello se trasladan de distintas zonas hasta la parroquia. Es decir el turismo religioso se basa en el capital cultural y simbólico para su desarrollo y crecimiento. La tradición se encuentra arraigada fuertemente en la población y se ha convertido en un producto de tipo transnacional, ya que debido a la migración las prácticas locales se desarrollan incluso fuera del área geográfica de la parroquia.

El nivel de apropiación de los beneficios del desarrollo endógeno basado en el turismo religioso varía de un grupo a otro. Sin embargo, esta claro que los grupos asociados de manera legal en la parroquia retienen más ampliamente los beneficios. Esto debido a que cuentan con espacios de dialogo que les permite negociar con autoridades para un espacio adecuado para sus negocios. Además, el mantener un espacio adecuado les brinda seguridad a los comerciantes para realizar inversión en mercadería para su negocio.

4. Estudiar como los comerciantes, vinculados al turismo religioso de la parroquia El Cisne, interactúan con otros actores para fomentar un desarrollo endógeno

Dadas las características de la parroquia no existe un proceso programático y planificado para el desarrollo, sino que ha sido un proceso espontáneo de los actores entorno al turismo religioso, que hoy en día se ha reconocido como un eje de la economía local. De tal forma que

los comerciantes de manera autónoma han logrado establecer relaciones dentro y fuera de la localidad para el desarrollo de su actividad. En la localidad, dentro de los grupos y asociaciones para alcanzar objetivos comunes como el caso específico de la reubicación, en donde además ha tenido que interactuar con instituciones públicas como el GAD cantonal y parroquial. Fuera de la localidad, las relaciones se amplían con los devotos que en algunos casos se convierten en proveedores de los productos que expenden.

Las redes establecidas por la población se extienden fuera de los límites de la parroquia, sucede cuando se establecen relaciones de negocio con los devotos que visitan la zona, por ejemplo lo que sucede con los comerciantes de velas que adquieren productos provenientes del Azuay para ofrecer al turista. La cercanía de los visitantes se origina en algunas ocasiones cuando se hospedan en los hogares de cisneños, lo que les permite establecer vínculos de amistad y conocer más de cerca a la población y sus costumbres. Los lazos entre comerciantes y proveedores son significativos, ya que se llega a entregar la mercadería in situ y con facilidades de pago, en este sentido la confianza juega un rol fundamental. Además, se fortalecen las relaciones dado que existen priostes de las fiestas que a más de participar activamente en las fiestas, dejan donaciones para los necesitados de la comunidad.

La organización de los comerciantes se da como iniciativa ante la necesidad de negociación con las instituciones públicas para acceder a un espacio de trabajo cerca de la basílica a donde acuden cientos de turistas. Este proceso ha fortalecido a los comerciantes, sobre todo en la organización de su trabajo y ha colaborado en el mantenimiento de su negocio en el tiempo. Los comerciantes se constituyen en uno de los principales actores, pero no son los únicos presentes en el territorio. La interacción para el desarrollo no se puede realizar únicamente entre este grupo, sino que como se ha observado se complementa con otro tipo de actores como, las instituciones públicas, devotos, y turistas, y por su puesto la iglesia, dando origen a un complejo entramado de redes sociales.

La interacción con la iglesia se da en el marco de la devoción, la ayuda y la participación en los eventos que organiza dicho actor social. La interacción con las instituciones públicas se producen en el marco de las negociaciones por acceder a un espacio de trabajo, y planificación de actividades concretas como adecentamiento de espacios públicos, organización de eventos deportivos, entre otros. El resultado de la interacción es la mejor

organización de las festividades parroquiales, una mejor presentación de la imagen de la parroquia para el turista que la visita, más orden en las calles, generando bienestar para la población de la zona. Además se ha logrado a través de estos procesos mayor participación de la población en temas locales, y por tanto la identificación de la población de los recursos locales que posee, y por tanto un mejor aprovechamiento de los mismos.

De lo que se ha recogido a través de este estudio se evidencia que las redes entre actores locales se han configurado debido a sus estrategias de vida. Como lo menciona Norman Long (2007), estas relaciones sociales que se han establecido dentro de la parroquia han influido en la economía local. Ya que el funcionamiento de los negocios de comercio dependen de estas relaciones sociales, y económicas.

Reflexiones finales

Con lo expuesto a lo largo de la investigación acerca del desarrollo e incremento del turismo en la parroquia El Cisne derivado de la devoción a la Imagen de María, se puede concluir que existen diferentes niveles de endogeneidad en la actividad de los comerciantes que laboran en la Parroquia. Aspectos como la organización social, la propia elaboración de las mercancías y una mayor interacción con los diferentes actores del turismo religioso, contribuyen a una mayor endogeneidad del desarrollo, este es el caso de los comerciantes organizados. Por el contrario, aquellos que no están organizados, además reducen su interacción con otros actores y por tanto parecen tener un menor nivel de endogeneidad en sus emprendimientos. Es decir el turismo religioso por si mismo no promueve mayor o menor endogeneidad pero depende de la forma en la que se organizan e interactúan los actores de esta actividad.

Tal como se plantea en la hipótesis los comerciantes tienen la necesidad de interactuar entre sí, y con los demás actores del territorio como, instituciones públicas, turistas, devotos e iglesia. La interacción se produce en el afán de lograr un mejor desarrollo de sus actividades, y la mayor retención posible de los beneficios. Teniendo que mediante un trabajo conjunto, y de participación se facilita el impacto positivo de la actividad comercial en la población de la parroquia. De esta forma, la actividad comercial favorece la organización social, sin embargo no existe una decisión consciente y planificada de la comunidad sobre la forma de desarrollo basada en el aprovechamiento de sus recursos locales.

Se ha comprobado que en la parroquia no se producen procesos estructurados de planificación del desarrollo tal como lo expone Boisier. Sino que ocurre que los procesos son espontáneos, que nacen de las necesidades. Por otra parte Vásquez Barquero, mantiene una visión economicista del desarrollo local, donde a través de la interacción y aprovechamiento de los recursos locales se alcanza la productividad y eficiencia, sin embargo en la parroquia no ocurre necesariamente de este modo. Si bien es cierto existe un proceso de interacción entre los comerciantes donde hay acuerdos para alcanzar objetivos comunes como, mantenerse en el espacio de trabajo frente a la basílica, no ocurre lo mismo por ejemplo con el tema de compra de mercadería, en ese aspecto cada comerciante trabaja sólo, busca opciones de negociación de manera individual, aun cuando de manera conjunta se podrían negociar a menores precios.

La evidencia de la formación de redes dentro de la localidad se origina gracias a las relaciones sociales tal como lo que menciona Norman Long (2007). Las relaciones sociales se desarrollan entre comerciantes, con la población del resto del país que participan de las festividades de la comunidad, y con las autoridades locales. La interacción produce dinamismo en la parroquia, derivado de la articulación de los proyectos individuales. Llegando a concretarse la sinergia de la cual habla Sergio Boisier (1999), y que no se trata nada más de la suma de esfuerzos, sino que implica un complejo funcionamiento con esfuerzos realizados por los actores al unísono.

Asimismo, la importancia del concepto de territorio con identidad cultural es fundamental para comprender que no se trata tan sólo de un espacio donde se ubican negocios o comercios, sino que existen cuestiones históricas, políticas y culturales que forman los territorios, y que pueden condicionar las actividades socioeconómicas a realizarse. La población de El Cisne contiene en sus entrañas esa influencia cultural e histórica que marca lo que es hoy en día, y que ha permitido el desarrollo comercial. Las características propias de la zona han permitido el desarrollo de la actividad turística, que ha beneficiado económicamente a la población cisneña unas veces más que otras dependiendo de su nivel de organización. El turismo en zonas rurales puede constituirse en una alternativa de sustento económico, fortalecimiento de la identidad cultural, cuidado y preservación de costumbres y tradiciones. En este sentido el turismo religioso combinado con otras características de la población local organizada, sí es una posibilidad de desarrollo endógeno que puede contribuir a la superación de la pobreza.

Derivado del trabajo de campo observe la oportunidad de desarrollar investigaciones vinculadas con los posibles impactos del turismo en el medioambiente. Esto debido a que la visita masiva de turistas a la parroquia incrementa la generación de residuos solidos, lo cual altera el ecosistema y vulnera el derecho de los ciudadanos a vivir en un medio ambiente sano. Además se puede revisar la importancia de la participación de las mujeres en el desarrollo de las actividades de turismo, ya que tienen un rol destacado en la comunidad sobre todo en áreas como la gastronomía y son la cara visible en los comercios en la parroquia. Mientras los varones realizan las labores más técnicas como la elaboración en madera de artesanías.

Anexos

Anexo 1. Guía de entrevistas

Guía de entrevistas para directivos de asociaciones locales y comerciantes no asociados

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Cómo surge la iniciativa de organización social?
2. ¿La asociación a la que pertenece se encuentra legalmente constituida?
3. Ventajas y desventajas de estar asociado
4. ¿Cuál es el tipo de interacción entre la asociación y el GAD parroquial?
5. ¿Cuál es el tipo de interacción entre la asociación con otras organizaciones locales?
6. ¿Cuál es el tipo de interacción entre la asociación con los turistas que visitan la parroquia, existen clientes fieles?
7. ¿Cuál es el tipo de interacción entre la asociación con la iglesia?
8. ¿Cómo es el nivel de participación de dentro de la asociación?
9. ¿El grupo participa activamente de los eventos locales?
10. Conocimiento del negocio, ¿cómo lo adquirió? ¿Mantiene capacitaciones constantes?.
11. Mejoras en el producto, innovación.
12. Podría contarme ¿cómo se desarrollan las celebraciones religiosas del mes de agosto?
13. ¿Recibe ayuda del estado? (créditos).
14. ¿Recurre a la ayuda financiera de entidades privadas?
15. ¿Cómo conoció a sus proveedores y como es su relación de negocio con ellos?
16. ¿Considera que aún se mantienen las costumbres y tradiciones locales?

Guía de entrevista Fábrica de Velas

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Cómo surge la iniciativa?, ¿desde hace cuánto tiempo?
2. Origen de los recursos
3. ¿Cuántos empleados tienen en la fábrica?
4. ¿Los empleados son oriundos de la parroquia?
5. ¿Cómo se aprende a realizar las velas?

6. ¿Se capacita a los empleados con regularidad?
7. ¿Existe algún tipo de apoyo institucional para la iniciativa (préstamos)?
8. ¿Origen de la materia prima?
9. ¿Tecnología utilizada, procedencia?
10. ¿Qué se busca con la iniciativa?
11. ¿Algún tipo de Modernización, innovación realizada?

Guía de entrevista para el Presidente del GAD parroquial El Cisne

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Cuál considera usted como la actividad económica principal dentro de la parroquia?
2. ¿Cuál es el número de asociaciones existentes?
3. ¿Existe algún tipo de promoción para fomentar el turismo religioso?
4. ¿Existe algún tipo de ayuda de entidades gubernamentales para mantener el patrimonio y tradición de la parroquia?
5. ¿Cuál es la visión de desarrollo que mantiene la Junta Parroquial en el actual periodo?
6. ¿Existen acuerdos interinstitucionales para alcanzar los objetivos de desarrollo planteados?
7. ¿Existen acciones coordinadas entre Junta Parroquial, y asociaciones existentes?
8. ¿Cuáles considera como situaciones conflictivas dentro de la parroquia?
9. ¿Existe algún programa que promueva el mantenimiento de las tradiciones locales?
10. ¿Cómo es la participación e interacción de la población en general con la Junta Parroquial?

Guía de entrevista turistas en la parroquia El Cisne

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. Razones de la visita a la parroquia.
2. ¿Cómo se enteró de la basílica, la tradición y devoción por la imagen de la Virgen de El Cisne?

3. ¿Cómo calificaría a los servicios (transporte, alimentación, hospedaje) que se ofrecen en la parroquia?
4. Podría especificar ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofreciera en la comunidad?
5. ¿Volverá a visitar la parroquia en una nueva oportunidad?

Anexo 2. Guía de encuesta

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES FLACSO-ECUADOR
MAESTRÍA EN DESARROLLO TERRITORIAL RURAL
ENCUESTA DIRIGIDA COMERCiantres DE LA PARROQUIA “EL CISNE”

DATOS INFORMATIVO						
Sexo	Hombre			Mujer		
Confesión religiosa						
Nivel educativo	Ninguno	Primaria	Secundaria	Técnico	Superior	Postgrado
Pertenece a una asociación local	SI		NO		¿Cuál?	
¿El grupo trabaja e interactúa con otros grupos dentro de la parroquia?					Si	No
¿El grupo trabaja e interactúa con otros grupos fuera de la parroquia?					Si	No
DATOS DEL NEGOCIO						
Actividad a la que se dedica						
¿Qué artículos vende o servicios presta?						
Artesanías		Alimentos cocidos				
Confitería/Bocadillos		Comida rápida (empanadas, horchatas)				
Ropa		Velas				
Alimentos crudos		Transporte				
Hospedaje		Otros. Cual				
¿Cada que tiempo surte el negocio?	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual		
Origen de la materia prima o mercancías						
¿Qué porcentaje de lo que vende, lo produce usted mismo?						
0% -25%	26%-50%	51%-75%	76%-100%	Ninguna		
Capacitaciones		Si			No	
¿El negocio le permite ahorrar?		Si			No	
Fuente de financiamiento: Propia___ Prestamos de fundaciones, de gobierno, particulares bancarias___ Otras_____						
Proveedores: Directo de fábrica___ Intermediarios mayoristas___ Intermediarios minoristas ___ Usted produce___ Otro_____						
Condición de pago de la mercancía		Contado	Crédito	Otra		

Anexo 3. Listado de Entrevistados

A continuación el listado de códigos para identificar a los entrevistados. Las entrevistas fueron confidenciales, y los nombres de los entrevistados se han ocultado por mutuo acuerdo.

Tabla 9. Código de entrevistados

CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO	DIGNIDAD	FECHA
01-01	Presidente del GAD parroquial El Cisne	8 de abril de 2016
02-02	Presidente de la Asociación de artesanías religiosas	30 de marzo de 2016
02-03	Presidenta de Asociación de velas Diego Robles	30 de marzo de 2016
02-04	Presidenta de Asociación de vendedoras de horchatas	31 de marzo de 2016
02-05	Secretario de Asociación vendedores de bocadillos	1 de abril de 2016
02-06	Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne	9 de abril de 2016
03-07	Participante de la iniciativa de mujeres emprendedoras	3 de abril de 2016
05-08	Encargado de la Fábrica de Velas El Cisne	1 de abril de 2016
04-09	Turista de la provincia de El Oro	2 de abril de 2016
04-10	Turista de la provincia del Azuay	2 de abril de 2016
03-11	Comerciante no asociado de velas	1 de abril de 2016
03-12	Comerciante que realiza labores como ambulante	9 de abril de 2016
03-13	Fotógrafo de la parroquia	2 de abril de 2016
05-14	Trabajador de la fábrica de velas	9 de abril de 2016
05-15	Propietario de restaurant	30 de marzo de 2016

Para identificar al entrevistado dentro del contenido de este trabajo se considera la numeración descrita en la tabla 9, donde los dos primeros dígitos corresponden al grupo social al que pertenecen como:

- 01.- Autoridad parroquial.
- 02.-Grupo de comerciantes formales
- 03.- Grupo de comerciantes informales
- 04.-Turistas
- 05.- Trabajadores independientes

El segundo par de dígitos es el número de entrevistados, teniendo que en total son 15 entrevistados.

Anexo 4. Entrevistas

Tabla 10. Entrevista a turista que visitan la parroquia

	<i>Turista 1</i>	<i>Turista 2</i>
<i>País de Origen</i>	Ecuador.	Perú.
<i>Sexo del entrevistado</i>	Mujer.	Hombre.
<i>Razones de la visita</i>	La gratitud a la Churona.	La devoción a la Churona.
<i>¿Cómo se enteró de la tradición de la parroquia?</i>	Pues yo desde que era niña venía con mis padres a la caminata y siempre vengo porque es nuestra madre que nos cuida.	Pues mi esposa es ecuatoriana y me conto de lo milagrosa que es la Imagen.
<i>Calificación de los servicios que se presta</i>	Buenos, pero la comida es un poco costosa y podría mejorar.	Bueno, la gente es muy amable.
<i>¿Volvería a visitar la parroquia?</i>	Si, cada año estamos visitando la parroquia.	Si claro.
<i>¿Qué otros servicios le gustaría que se ofreciera en la comunidad?</i>	Podría existir un mirador para visitar, mejorar los servicios de alimentación.	Se puede ubicar algún paradero para descansar después de recorrer la parroquia.

Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

Tabla 11. Entrevistas a comerciantes no asociados.

	<i>Ambulante</i>	<i>Comerciante no asociado</i>	<i>Fotógrafo</i>
<i>Tiempo de la actividad comercial.</i>	3 años	10 años	2 años
<i>Actividad</i>	Vendedor ambulante de velas	Propietaria de local de comida.	Fotógrafo.
<i>¿Cómo nace la iniciativa de negocio?</i>	De la necesidad de trabajo.	De la necesidad de trabajo, no alcanza con lo de mi esposo, y vimos que venían a	De la necesidad de trabajo.

		vender comida de Loja.	
<i>¿Cómo lo adquirió conocimiento del negocio? ¿Mantiene capacitaciones?</i>	No se necesita conocimiento previo.	De lo que sabemos cocinar. Si han existido capacitaciones para tratar los alimentos con higiene.	No se necesita conocimiento previo.
<i>Pertenencia a un grupo religioso u otra asociación dentro de la localidad</i>	No, ninguno.	Si, al grupo de hijas de María.	No, ninguno.
<i>Tipo de relaciones con otros grupos locales</i>	Bueno, a veces la asociación de vendedores de velas, nos llaman a reuniones para ponernos de acuerdo del lugar de trabajo que nos corresponde, igual con la Junta Parroquial cuando se acerca la fiesta de agosto.	Pues, nos reunimos cuando se trata de organizar en el grupo algún tipo de actividad.	Es limitada la participación con otros grupos, en algunas cosas nos invitan a participar de eventos en conjunto, pero poco respecto al negocio, más es en actividades como las fiestas de parroquialización.
<i>¿Se involucra la familia en el negocio?</i>	En vacaciones me acompañan mis hijos.	No, mis hijos ya están casados.	Si, aquí trabajamos mi papá y yo.
<i>Mejoras en el producto, innovación</i>	Ninguno.	Ninguno.	Tenemos estos animalitos (llamas, alpacas), para que a la gente se le haga llamativo tomarse una fotito.
<i>Considera importante pertenecer a una asociación local</i>	Si, para ya no tener el problema de ser correteados por los policías metropolitanos.	No, yo me limito a realizar mi trabajo.	Si, para que nos den un espacio para trabajar.
<i>Conoce planes de desarrollo del GAD</i>	No, ninguna.	No, las autoridades solo vienen en época	No, la verdad es que falta gestión de las

<i>parroquial o cantonal para ayudar en el desarrollo de su actividad.</i>		de la fiesta grande, el resto del año permanecemos en abandono.	autoridades a favor del pueblo.
<i>Recibe apoyo de instituciones estatales, o del sector privado para su negocio.</i>	No, los proveedores nos fían la mercadería.	No, con lo mismo que vendemos, volvemos a comprar las cositas para vender.	No, ninguno.

Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

Tabla 12. Entrevista con el presidente del GAD parroquial El Cisne.

<i>Presidente del GAD parroquial El Cisne.</i>	
<i>¿Cuál es la actividad principal dentro de la parroquia?</i>	La parroquia El Cisne es netamente turística, la romería de nuestra Madre de El Cisne promueve la visita de turistas a nuestra comunidad. Sin embargo, por parte del GAD parroquial se está apoyando al desarrollo de las actividades agrícolas.
<i>¿Existe algún tipo de promoción para fomentar el turismo religioso?</i>	Se está desarrollando un proyecto para potenciar la actividad turística, en este proyecto se contempla la publicidad de la parroquia.
<i>¿Cuál es el número de asociaciones existentes?</i>	No contamos con una actualización de las organizaciones sociales de la parroquia, es necesario realizar un inventario de las mismas.
<i>¿Existe algún tipo de ayuda de entidades gubernamentales para mantener el patrimonio y tradición de la parroquia?</i>	El GAD parroquial tiene el interés de trabajar con otras instituciones, sin embargo no se nos ha tomado en cuenta. Por ejemplo, el Ministerio de Cultura y Patrimonio ha declarado como patrimonio a nuestra parroquia, sin embargo no tenemos claridad del proceso, en que nos puede beneficiar o cual es el objetivo del planteamiento. El apoyo no hemos tenido y esperamos que alguna autoridad tome interés de nuestra parroquia, sobre todo porque es turística y recibimos cada año a cientos de peregrinos y necesitamos brindar las facilidades para el desarrollo de las fiestas.
<i>¿Existen acuerdos interinstitucionales para alcanzar los objetivos de desarrollo planteados?</i>	El trabajo en la actualidad se viene desarrollando en conjunto con el GAD cantonal de Loja, además del apoyo del Padre como representante de la iglesia, y la comunidad. Sin embargo se desea plantear algunos proyectos a ONG's como autogestión, sobre todo

	ahora que existen problemas económicos en nuestro país.
<i>¿Cuál es la visión de desarrollo del GAD parroquial?</i>	Bueno la labor que se viene desempeñando dentro de nuestras competencias es apoyar al desarrollo comercial en la parroquia, asimismo complementar con la parte de turismo de naturaleza, ya que la parroquia cuenta con sitios de interés como es el sector de Chaquircuña, que cuenta con clima templado, sin descuidar el sector de agricultura que se desarrolla en algunos barrios como Santa Teresita donde existen huertos familiares.
<i>¿Existen acciones coordinadas entre Junta Parroquial, y asociaciones locales?</i>	Si, se trabaja en conjunto sobre todo cuando se avecina la feria local, ya que se trata de garantizar el trabajo que desempeñan nuestros comerciantes, considerando que es el único ingreso que tiene nuestra población, pues a la parroquia llegan a vender de todas partes del país.
<i>¿Podría indicar acciones concretas que se hayan realizado?</i>	Bueno, el trabajo que se realiza es interinstitucional. Cuando se avecinan las fiestas en la parroquia se realizan reuniones de planificación de los distintos eventos a realizarse en la parroquia.
<i>¿Cuáles considera como situaciones conflictivas dentro de la parroquia?</i>	En ocasiones la población no tiene un espíritu de colaboración para desarrollar el trabajo en conjunto, falta de interés en actividades que organiza la institución, falta de visión para mejorar la presentación de los kioscos donde desarrollan la actividad comercial, no quieren invertir en sus propios negocios.
<i>¿Cómo es la participación e interacción de la población en general con la Junta Parroquial?</i>	Buena, se trabaja en conjunto, por ejemplo para el desarrollo de las fiestas de parroquialización se mantuvo algunas reuniones con los diferentes barrios para la organización. Según el PDyOT que recientemente se actualizó existen 34 asentamientos, que tienen por lo menos 2 personas habitando estas zonas. De las cuales 6 pertenecen a la cabecera parroquial. Es precisamente de la cabecera parroquia, denominada por el Municipio como urbana ya que cuenta con todos los servicios básicos, donde residen los comerciantes, o en su defecto se han trasladado a esta zona para desarrollar sus labores con mayor facilidad.
<i>¿Existe algún programa que promueva el mantenimiento de las tradiciones locales?</i>	El GAD parroquial trabaja en mantener las tradiciones, es por eso que apoyamos a las agrupaciones de baile folclórico de niños, jóvenes y adultos mayores.

Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016
 Tabla 13. Entrevista en la fábrica de velas

Encargado de fábrica de Velas

¿Cómo surge la iniciativa?

La iniciativa nace desde la iglesia como un aporte para la parroquia, ya que se desea ayudar con fuentes de trabajo.

Origen de los recursos

Pues lo que se realiza es el reciclaje de las velas desgastadas. Inicialmente los restos de las velas que los devotos dejaban en la basílica se botaban, ahora son aprovechadas para volver a producir nuevas velas de distintos tamaños y colores.

¿Cuántos empleados tienen en la fábrica?

Trabajamos seis personas durante todo el año.

¿Los empleados son oriundos de la parroquia?

Sí, todos somos de aquí mismo de la parroquia.

¿Cómo se aprende a realizar las velas?

Esta es una fábrica artesanal no se necesita de tener conocimientos para hacer este trabajo, en el principio las personas que vendieron las maquinas nos indicaron y de ahí nosotros mismos ya hacemos todo.

¿Se capacita a los empleados con regularidad?

No, como le dije no es necesario seguir cursos, ni estudiar para hacer este trabajo.

¿Existe algún tipo de apoyo institucional para la iniciativa (préstamos)?

No, aquí todo es de la iglesia. Ellos compraron las maquinas, y la materia prima es la que dejan aquí los devotos, se compran algunas cosas adicionales en Loja, pero todo lo pone la iglesia.

¿Origen de la materia prima?

Lo principal, la parafina es de las velas

desgastadas que se recoge de la basílica. Los complementos para empacar las velas se trae todo de Loja.

¿Tecnología utilizada, procedencia?

La verdad no conozco de donde serán las máquinas, pero la vendieron unos cuencanos, ellos son los que envían luego cualquier repuesto, o cualquier duda se les pregunta a ellos. Incluso una vez se dañó por ahí unas cosas y, ellos vinieron lo arreglaron y listo.

¿Qué se busca con la iniciativa?

El objetivo principal es dar trabajo a la población de El Cisne, aquí no hay fuentes de trabajo y eso produce problemas sociales como el alcoholismo y eso se trata de evitar. Por eso se les da un poquito más barato a los que son de aquí de la parroquia, para que vendan y saquen su ganancia.

¿Algún tipo de Modernización, innovación realizada?

Ninguno desde la compra de las máquinas, solo cuando se daña se llama a los que vendieron las máquinas para que las arreglen y nada más.

Fuente: Entrevistas El Cisne, 2016

Glosario

COOTAD.- Código Orgánico de Organización Territorial

FODA.- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

GAD.- Gobierno Autónomo Descentralizado

PDyOT.- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

PNBV.- Plan Nacional del Buen Vivir

SENPLADES.- Secretaria Nacional de Planificación

SEPS.- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Lista de Referencias

- Almaguer La Rosa, David. Avila Albear, Adaris y Pérez Rangel, Mercedes. 2012. *El potencial de desarrollo local y las ventajas de su visión desde una perspectiva de redes*. Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social. Universidad de Málaga 12. <http://www.eumed.net/rev/oidles/12/rar.pdf>
- Albuquerque, Francisco. 2004. *El enfoque del desarrollo económico local*. Cuaderno de capacitación No. 1. Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad Programa AREA - OIT en Argentina - Italia Lavoro Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo.
http://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_d_el_0.pdf
- Boisier, Sergio. 1999. “El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico: una contribución al tema del capital intangible del desarrollo”. En: *Instituciones y actores del desarrollo territorial en el marco de la globalización*. LC/IP/L, 167, 273-298. Talcahuano, Chile: Cosmigonon Ediciones.
<http://www.gobernabilidad.cl/documentos/Capital%20sinergetico.pdf>
- 2001. “Desarrollo local ¿de qué estamos hablando?” En *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Editado por Madoery Oscar y Vázquez Barquero Antonio, Editorial Homo Sapiens, Rosario.
http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1245948918.Desarrollo_Local_De_que_estamos_hablando__2_.pdf
- 2011. *¿Si el desarrollo fuese una Emergencia Sistémica?* Cuadernos de Administración, 19(29), 47-80.
https://scholar.google.com.ec/scholar?q=boisier+emergencia+sistemica&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwjT6qWnisHLAhUBFT4KHxvTCt8QgQMIGDAA.
- Cánoves Valiente, Gemma y Blanco Romero, Asunción. 2011. “Turismo religioso en España: ¿la gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente”. *Cuadernos de Turismo*, nº 27: 115-131. Universidad de Murcia.
<http://geografia.uab.cat/cv/T%20religioso%202011%20%20Canoves.pdf>
- Cañada, Ernest. 2012. “Turismo y cooperación al desarrollo”. En *El turismo en el inicio del*

- milenio: una lectura crítica a tres voces, editado por Joan Buades, Ernest Cañada, y Jordi Gascón, 135-174. Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Pícu Rabicu y Espacio por un Comercio Justo. Madrid.
http://www.economiasolidaria.org/files/El_turismo_en_el_inicio_del_milenio.pdf
- Castaño, Carlos y Quecedo, Rosario. 2002. *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Revista de Psicodidáctica. Universidad del País Vasco, España, 14, 5-39.
 <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>> ISSN 1136-1034
- Fernández Poncela, Anna. 2010. *El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso*. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 8(2), 375-387.
http://www.pasosonline.org/Publicados/8210/PS0210_10.pdf
- Flores, Murilo. 2007. “La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible”. *Revista Opera*, núm. 7, 35-54. Bogotá, Colombia.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500703>
- Gascón, Jordi. 2012. Introducción a *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*, de Joan Buades. Ernest Cañada y Jordi Gascón. Colección Thesis, 3. Madrid.
http://www.economiasolidaria.org/files/El_turismo_en_el_inicio_del_milenio.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de El Cisne. 2011. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Loja (PDyOT)*. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1160035890001/PDyOT/18022013_130835_pdotpc1.pdf
- 2015. *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Loja (PDyOT)*. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160035890001_PDO_T_EL_CISNE_2015_30-10-2015_07-01-50.pdf
- Gudynas, E y Acosta, A. 2011. “El buen vivir o la disolución de la idea del progreso”. En *La medición del progreso y del bienestar*, editado por M. Rojas, Foro Consultivo Científico y Tecnológico, 103-110. México.
<http://www.gudynas.com/publicaciones/capitulos/GudynasAcostaDisolucionProgresoMx11r.pdf>.
- Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. 2010. *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2012. *Primeras estadísticas oficiales sobre filiación religiosa en el Ecuador*.

- http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_religion.pdf.
- Klein, Juan. 2005. *Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal*. Revista eure, XXXI (94), 25-39, Santiago de Chile. <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v31n94/art02.pdf>
- Landesmann, Mónica, trad. 1979. *Los Tres Estados del Capital Cultural*. Sociológica, UAM-Azcapotzalco, México, 5, 11-17. <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>.
- Long, Norman. 2007. La construcción de un marco conceptual e interpretativo. En *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. Traducción del inglés: Horacia Fajardo, Magdalena Villarreal y Pastora Rodríguez, 107-148. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social: El Colegio de San Luis.
- Lozares Carlos. 1996. La teoría de redes sociales. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Papers 48. Barcelona, España, 103-126. www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/25386/58613%3E.
- Maak, Katharina. 2009. *El camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburg*. Cuadernos de Turismo, 23, 149-171. Universidad de Murcia. <https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/15448/1/67551.pdf>
- Martínez Mahr, Bertha Lucía. 2010. *Identificación de indicadores de desarrollo endógeno en comunidades campesinas Nóesis*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 19(37), 148-179. Instituto de Ciencias Sociales y Administración Ciudad Juárez, México. http://www.redalyc.org/pdf/859/Resumenes/Resumen_85919842006_1.pdf.
- Martínez Cárdenas, Rogelio. 2012. “Desarrollo Regional Cimentado en el Turismo religioso”. En *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*, Academia Mexicana de Investigación Turística, 409-427. University of Guadalajara https://www.researchgate.net/publication/264933744_Desarrollo_Regional_Cimentado_en_el_Turismo_Religioso
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). 2000. Ley de economía popular y solidaria. http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org6.pdf
- Ministerio de Turismo. 2007. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020*: <http://www.undp.org/ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. 2011. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf.

- Molano, Olga. 2007. "Identidad cultural un concepto que evoluciona". *Revista Opera*, núm. 7, 69-84. Bogotá, Colombia.
<http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/viewFile/1187/1126>
- Paccha, Floril. 2006. *El Cisne: fabula & realidad. Síntesis Histórica de la Parroquia El Cisne y su santuario desde sus orígenes hasta nuestros días*. Editorial OFFSET IMAGEN.
- Palafox, Alejandro y Martínez, María. 2015. *Turismo y nueva ruralidad: camino a la sustentabilidad social*. Letras Verdes. *Revista Latinoamericana de Estudios Socio ambientales* 18, 138-159. <http://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/view/1608>
- Petrizzo María, Aldana Elis y Ochoa Alejandro. 2006. "Pautas para comprender al Desarrollo Endógeno". En "*Aprendiendo en torno al Desarrollo Endógeno*", editado por Alejandro Ochoa Arias, 37-50. <http://www.rebellion.org/docs/35115.pdf>
- Pilonieta, Claudia y Ochoa, Alejandro. 2006. "El Desarrollo Endógeno Sustentable. Una Aproximación Conceptual". En "*Aprendiendo en torno al Desarrollo Endógeno*", editado por Alejandro Ochoa Arias, 21-34. <http://www.rebellion.org/docs/35115.pdf>
- Prazeres, Joana y Carvalho, Adão. 2015. "Turismo religioso: Fátima no contexto dos santuários marianos europeus". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol 5, 1145-1170.
https://scholar.google.com.ec/scholar?cluster=16818454327933537176&hl=es&as_sdt=0,5.
- Quintana, Alberto. 2006. "Metodología de Investigación Científica Cualitativa". En *Psicología: Tópicos de actualidad*. Editado por Quintana, A. y Montgomery, W, 47-84. Lima: UNMSM. <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/3634305-Metodologia-de-Investigacion-Cualitativa-A-Quintana.pdf>
- Ramírez Velásquez, Blanca Rebeca. 2014. "Lefebvre y la producción del espacio. Sus aportaciones a los debates contemporáneos". *Revista Veredas* nro. 8: 61-73.
http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/12-264-4135hoz.pdf.
- Santana Talabera, Agustín. 2003. "Patrimonio culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol 1, nro.1: 1-12.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/1103/PS010103.pdf>
- Sautu, Ruth. Paula Boniolo, Pablo Dalle y Rodolfo Elbert. 2005. *Manual de metodología. El análisis crítico de investigaciones como insumo para el diseño de un proyecto de investigación*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES. 2013. *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*.
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Sen, Amartya. 2004. "How Does Culture Matter?". En *Culture and Public Action*. Traducido por Marianela Santoveña. Letra Verdes, 23-30.
<http://www.letraslibres.com/revista/convivio/como-importa-la-cultura-en-el-desarrollo>.
- Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). 2014. Basado en encuesta urbana de empleo y desempleo 2010 del INEC.
<http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>.
- Slee, Bill. 1993 Endogenous development; a concept in search of a theorie. En: Van Der Ploeg J. (Ed). Strengthening endogenous development patterns in European agriculture. Chania: CIHEAM, Méditerranéennes: Série A. Séminaires, 23, 43-54.
<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI000373>
- Toselli, Claudia. 2006. "Algunas reflexiones sobre el turismo cultural". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 4. 175-182.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- Uricoechea, Fernando. 2002. "División del trabajo y organización social: una perspectiva sociológica" Bogotá; Editorial Norma, 262. Colección Vitral.
<http://www.bdigital.unal.edu.co/1308/3/02CAPI01.pdf>
- Valencia, Lidia Guillén y Ramón García, Aurelio. 2015. *Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13 (3), 491-508.
http://www.pasosonline.org/Publicados/13315/PS0315_4.pdf.
- Vargas Llosa, Mario. 1983. "*Dependencia y Desarrollo en Debate*", Instituto Libertad y Democracia. Lima. http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1762_28/rev13_vargasllosa.pdf
- Vázquez Barquero, Antonio. 2007. *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial*. Investigaciones Regionales 11, 183-210 Asociación Española de Ciencia Regional Madrid, España. <http://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf>
- Weber, Max. 1999. Contribución a la Sociología de las Religiones Mundiales. En *Sociología de la religión*, 3-47. <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Weber%20-%20Sociologia%20de%20la%20Religion.Pdf>.

Entrevistas

- Comerciante no asociado de velas. 1 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Comerciante que realiza labores como ambulante. 9 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Cooperativa de camionetas Santuario de El Cisne. 9 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Encargado de la Fábrica de Velas El Cisne. 1 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Fotógrafo de la parroquia. 2 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Participante de la iniciativa de mujeres emprendedoras. 3 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Presidente del GAD parroquial El Cisne. 8 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Presidente de la Asociación de artesanías religiosas. 30 de marzo de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Presidenta de Asociación de velas Diego Robles. 30 de marzo de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Presidenta de Asociación de vendedoras de horchatas. 31 de marzo de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Propietario de restaurante. 30 de marzo de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Secretario de Asociación vendedores de bocadillos. 1 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Trabajador de la fábrica de velas. 9 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Turista de la provincia de El Oro. 2 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.
- Turista de la provincia del Azuay. 2 de abril de 2016. Entrevistadora: Thalía Barraqueta. El Cisne, Loja.