UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA

AUTORES:

Yadira Vanesa Toapanta Iza

Kevin Alexander Ortiz Curillo

DIRECTOR DE PROYECTO

Dra. C. María Victoria Reyes Vargas, PhD.

Pastaza-Ecuador

Febrero 2021

DECLARATORIA Y AUTORÍA DE CESIÓN DE DERECHOS.

Quienes suscriben Yadira Vanesa Toapanta Iza, Kevin Alexander Ortiz Curillo con C.I. 180454603-2,140099501-3 hacen constar que son autores del Trabajo de Integración Curricular titulado**:** Diseño de un producto turístico para diversificar la oferta del cantón Santiago de Píllaro, provincia de Tungurahua, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Dra. María Victoria Reyes Vargas. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 15 días del mes Febrero del 2021.





Yadira Vanesa Toapanta Iza

Nombre del Estudiante

CI: 1804546032

Kevin Alexander Ortiz Curillo

Nombre del Estudiante

CI: 140099501-3

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el Trabajo de Integración Curricular titulado:

"Diseño de un producto turístico para diversificar la oferta del cantón Santiago de Píllaro, provincia de Tungurahua".

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS

Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2021.02.20 21:28:21

Ing. María Germania Gamboa Ríos, Ms. C.
Presidenta del Tribunal

Firmado electrónicamente por:

MARIO JAVIER BARRERA CASTRO

Ing. Mario Javier Barrera Castro, Ms. C.
Miembro del Tribunal

RUBEN AUCANCELA CHIMBOLEMA

Firmado digitalmente por RUBEN AUCANCELA CHIMBOLEMA
Fecha: 2021.02.21 22:46:24 -05'00'

Ing. Rubén Aucancela Chimbolema, Ms. C.
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLALGIO

Quien suscribe el presente Dra. María Victoria Reyes Vargas con ID:171143886-9, certifica que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Diseño de un producto turístico para diversificar la oferta del cantón Santiago de Píllaro, provincia de Tungurahua"**, ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 4%.

En el cantón Pastaza, a los 19 días del mes febrero del 2021

MARIA VICTORIA REYES VARGAS

Firmado digitalmente por MARIA VICTORIA REYES VARGAS

Dra. María Victoria Reyes Vargas, PhD.

Tutora del Proyecto de Integración Curricular

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.

Yo, **Yadira Vanesa Toapanta Iza y Kevin Alexander Ortiz Curillo**, declaramos que el presente proyecto de investigación, es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y origínales. Los textos contantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citado y referenciados.

Como autores, asumimos las responsabilidades legales y académicas de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular.





Yadira Vanesa Toapanta Iza

Nombre del Estudiante

CI: 1804546032

Kevin Alexander Ortiz Curillo

Nombre del Estudiante

CI: 140099501-3

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios por la dicha y la bendición de tener a mi familia con salud, a mis padres, mi papi Pablo, mi mami Lidia quienes creyeron me supieron guiar y depositaron su confianza en mí, a mis queridos hermanos y tío Mario Iza, a mi abuelita Rosario Yanchatipan por todo el apoyo incondicional desde el primer día, y como no a mi hija Kailyn detonante de felicidad, de esfuerzo, fuiste mi motivo para concluir con éxito este proyecto de tesis y de mis ganas diarias de buscar lo mejor para ti.

Yadira Toapanta

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico principalmente a mi madre por ser el pilar de mi vida, por brindarme siempre su apoyo pese a los obstáculos que se nos han presentado en el camino, por ser una mujer dedicada a sus hijos buscando la manera que nunca nos falte nada, por saber guiarme por el camino de la vida, por ser un ejemplo de fortaleza para que así pueda afrontar cada una de las adversidades que se me presenten, es por ello que soy la persona que soy hoy en día.

A mis hermanos Jasminia, Edison, Cristoffer, Jens porque siempre me brindaron su apoyo en cada momento.

A mis tíos Iván, Nélida, Justo, Blanca, Darwin por siempre darme su apoyo en los momentos más difíciles en el transcurso de mis estudios, por estar siempre presentes en los momentos que más lo he necesitado y no dejarme decaer.

Kevin Ortiz

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a la Universidad Estatal Amazónica por haberme permitido formarme como profesional, de la misma manera a todas quienes la conforman, maestros quienes compartieron su conocimiento para conmigo.

A mis padres quienes fueron mis pilares fundamentales en cada paso, con su esfuerzo diario, su apoyo incondicional me forjaron alcanzar mis anhelos, gracias hermanos Darío, José Luis, por ser mis segundos padres por estar pendientes de mi brindándome sus palabras de aliento para afrontar obstáculos del diario vivir, al igual a ti hermano Jefferson mi motorcito para ser mejor persona para ti, a ti mi ángel guardián hermano Wilson que desde el cielo cuidas de mí.

De igual manera, agradezco a mi guía, compañero de vida universitaria querido tío Mario con su enseñanza diaria, su cariño, desde el primer día supo abrirme su corazón acogiéndome como su hija con ellos ese gran apoyo, a las personas que estuvieron a mi lado fortaleciéndome, ayudándome a seguir adelante a mi familia tíos, abuelita, primos, cuñadas, sobrinas, compañeros de aula, y a mi tutora Doctora María Victoria Reyes Vargas quien me brindo su tiempo y me ayudó con sus conocimientos para culminar así mi proyecto de tesis.

Yadira Toapanta

AGRADECIMEINTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de llegar hasta donde he llegado.

A la Universidad Estatal Amazónica por abrirme las puertas de su de sus instalaciones y acogerme en el seno de su alma mater para poder formarme profesionalmente.

A cada uno de mis docentes quienes me supieron compartir sus conocimientos y saber guiarme de una buena manera para así culminar mis estudios con éxito.

De igual manera a cada una de las personas quienes me supieron apoyar de una u otra manera, a mis compañeros que a lo largo de esta carrera supieron siempre brindarme su apoyo y amistad para poder seguir adelante en mi formación profesional.

Kevin Ortiz

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo el diseño de un producto turístico para diversificar la oferta en el cantón Santiago de Píllaro provincia de Tungurahua, busca apoyar el desarrollo del cantón a través de alternativas en ofertas, la generación de empleos para la población involucrada, principalmente pretende ubicar al cantón a nivel nacional como uno de los cantones con gran afluencia de turistas, investigando de qué manera influye un producto de ruta turística, se elaboró un diagnóstico situacional que permitió definir su estado actual, de la misma forma al recopilar información de sitios con potenciales turísticos de las parroquias involucradas, se selección aquellos que serán incluidos, promocionados y desarrollados en la ruta. Fueron seleccionados 13 atractivos turísticos tanto naturales como culturales, se propuso el diseño de una ruta turística, para lo cual se desarrolló un procedimiento metodológico con tipo de enfoque cualitativo con alcances exploratorio y descriptivo de diseño no experimental y de técnica inductiva, los mismos que fueron estructurados en fases, etapas y métodos aplicados en el desarrollo de la investigación, teniendo como referencia metodológica diferentes autores en los cuales ha sido sustentado el proyecto. El turismo esta incrementados y muchos de los destinos turísticos carecen de promoción, numerosos turistas llegan a la zona sin información, la misma que provoca baja demanda y con ello bajos ingresos. En Pillaro no se ha implementado un turismo predominante. La ruta pretende fomentar el desarrollo socio económico de la población, en tanto que se mejore la planta de servicios y se oferten nuevos productos con la finalidad de incrementar la influencia de visitantes.

Palabras clave: economía, desarrollo, ingresos, promoción.

ABSTRACT

The investigation has as an objective, the design of a tourist product to diversify the offer in Santiago de Píllaro downtown, Tungurahua province. It seeks to support the development of the downtown through alternatives in offers, generation of jobs for the population involved and it mainly pretends to place to the town at national level as one of the towns with a great influence of tourists, investigating how a tourist route product influences. A situational diagnosis was elaborated that allowed defining its current state; in the same way when collecting information on sites with potential tourism of the small towns involved. Those that will be included, promoted, and developed in the route. They were selected 13 tourist attractions both natural and cultural. It purposes the design of a tourist route, for which it develops a methodological procedure with a qualitative focus with exploratory and descriptive types of non-experimental design and inductive technique, the same ones that were structured in phases, stages and methods applied in the development of the research, having as a methodological reference different authors in which the project has been sustained. Tourism is increasing and many of the tourist destinations lack promotion. Many tourists arrive in the area without information, which causes low demand and low income. In Pillaro, a predominant tourism has not been implemented. The route pretends to promote the socio-economical development of the population, while the service plant is improved, and new products are offered in order to increase the influence of visitors.

Key words: economy, development, incomes, promotion

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN x
ABSTRACT xi
TABLA DE CONTENIDO xii
CAPÍTULO I 1
1. INTRODUCCIÓN 1
1.1. Planteamiento del Problema 3
1.2. Objetivos 6
1.2.1. Objetivo General 6
1.2.2. Objetivos Específicos 6
1.3. Justificación 6
CAPÍTULO II 8
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 8
2.1. Turismo 8
2.2. Sistema turístico 9
2.2.1. El sistema turístico y sus elementos 9
2.2.2. Oferta 10
2.2.3. Demanda 11
2.2.4. Espacio geográfico 12
2.2.5. Operadores del mercado 12
2.2.6. Atractivos Turísticos 13
2.3. Inventario de atractivos turísticos 13
2.3.1. Promoción turística 15
2.4. Manifestaciones culturales 15
2.4.1. Patrimonio Cultural material 16
2.4.2. Patrimonio Cultural Inmaterial 16
2.5. Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral. 16

2.5.1. Bienes Culturales Tangibles 17
2.5.2. Bienes Culturales Intangibles 17
2.5.3. Gastronomía 17
2.6. Turismo cultural 18
2.7. Turismo sostenible 18
2.8. Producto Turístico 19
2.9. Rutas y productos turísticos 20
CAPÍTULO III 21
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 21
3.1. Localización 21
3.2. Tipo o Diseño de Investigación 22
3.2.1. Enfoque Cualitativo 22
3.2.2. Alcance Exploratoria 22
3.2.3. Alcance Descriptivo 23
3.2.4. Investigación Documental o Bibliográfica 23
3.2.5. Diseño no Experimental 23
3.2. Métodos 23
3.2.1. Inductivo 23
CAPÍTULO IV 26
4. Análisis de resultados 26
4.1. Diagnóstico situacional basado en la revisión de estudios previos para definir su estado actual. 26
4.1.1. Análisis FODA 26
4.1.2. Análisis oportunidades y amenazas 28
4.1.3. Matriz MEFE 28
4.1.4. Matriz del perfil competitivo 30
4.1.5. Análisis e interpretación MPC 32

4.1.6. Formulación de estrategias 33
4.1.7. Análisis e interpretación 33
4.2. Recopilación de información de sitios con potencial turístico que existe en el cantón Santiago de Píllaro. 35
4.3. Propuesta de diseño de la ruta que permita incrementar el turismo en el cantón Santiago de Píllaro para generar alternativas económicas para la población. 64
4.3.1. Antecedentes 64
4.3.2. Diseño de la ruta turística cantón Santiago de Píllaro 64
4.3.3. Mapa de la Ruta Turística 64
4.3.4. Descripción de la ruta 65
4.3.5. Guion de visitas 65
4.3.6. Itinerario 69
4.3.7. Costos 72
Conclusiones 73
Recomendaciones 74
Referencias 75
ANEXOS 82
Anexo 1: Definición de conceptos de producto turístico 82
Anexo 2: Definición de conceptos de ruta turística 83
Anexo 3: Sitios turísticos 84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4 Análisis foda. **27**
Tabla 2-4 Análisis de Oportunidades y Amenazas **28**
Tabla 3-4 Matriz MEFE **29**
Tabla 4-4 Valores **30**
Tabla 5-4 Matriz MPC **31**
Tabla 6-4 Formulación de Estrategias **33**
Tabla 7-4 Inventario de Atractivos Naturales **35**
Tabla 8-4 Patrimonio **36**
Tabla 9-4 Inventario bienes culturales del cantón píllaro reconocidos por el I.N.P.C .. **36**
Tabla 10-4 Bienes inmuebles inventariados **37**
Tabla 11-4 Sitios y Potenciales Turísticos **38**
Tabla 12-4 Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales Prioritarios **40**
Tabla 13-4 Ruta Cara de Piedra **69**
Tabla 14-4 Ruta del Yaku (agua) **70**
Tabla 15-4 Ruta Pillalla (sol, trueno) **71**
Tabla 16-4 Costos **72**

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1-2 Gráfico 1 Mapa Turístico del cantón Santiago de Píllaro 22
Figura 2-4 Gráfico 2 Diablada Píllareña 42
Figura 3-4 Gráfico 3 Elaboración de máscaras de Diablo 44
Figura 4-4 Gráfico 4 Miradora de Rumiñahui 46
Figura 5-4 Gráfico 5 Museo de Rumiñahui 48
Figura 6-4 Gráfico 6 Danzante del Corpus Cristi 50
Figura 7-4 Gráfico 7 Elaboración de Guitarras 52
Figura 8-4 Gráfico 8 Tradicional Pato al Lodo 53
Figura 9-4 Gráfico 9 Cerro Hermoso 55
Figura 10-4 Gráfico 10 Laguna de Pisayambo 57
Figura 11-4 Gráfico 11 Cascada la Toma 59
Figura 12-4 Gráfico 12 Cascada Cañón Bravo 60
Figura 13-4 Gráfico 13 Cascada el Pugs 61
Figura 14-4 Gráfico 14 Parque Nacional Llanganates 62
Figura 15-4 Gráfico 15 Mapa georreferenciado de lugares turísticos cantón Pillaro 65

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El cantón Píllaro destacado por sus riquezas, tiene variedad de alternativas para la realización de actividades turísticas en las nueve diferentes parroquias que la conforman, 2 de ellas son urbanas y 7 son rurales, en cada una se puede encontrar incomparables paisajes, cultura y tradiciones que les confieren un gran potencial. Años atrás las diferentes entidades públicas no prestaban interés a este sector conllevándolo a ser un cantón desfavorecido en este ámbito, la importancia que le daban aledaños era tan solo en las festividades de la Diablada Pillareña, actualmente el gobierno descentralizado del cantón ha puesto importancia a la actividad turística a través de actividades emprendedoras muy poco conocido dentro del mercado turístico pero direccionadas a la viabilidad.

Dentro de la provincia de Tungurahua, el cantón Santiago de Píllaro es una zona especialmente dotada para el diseño de opciones turísticas de corte alternativo como ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, estas opciones no son aprovechadas debido a restricciones que dificultan el turismo. Estas restricciones son la deficiente capacitación de prestadores de servicios turísticos, guías y la ausencia de infraestructura turística por parte del sector público y privado (Pilco, 2012, pág. 205).

El turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y de la cultura. El turismo puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política.

Romero(2015) asevera que es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente. Por su propia naturaleza, el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas

de los visitantes, potencialmente conflictivas, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales (p. 287).

Morillo & Coromoto(2011) afirmaron que la actividad turística de acuerdo con su planificación y desarrollo puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma, dicha actividad incide en la generación del PIB (Producto Interno Bruto), balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países (p.159).

A nivel internacional, según la Organización Mundial del Turismo OMT (2019), Zurab Pololikashvili en la presentación de los resultados ha subrayado que "en estos tiempos de incertidumbre y volatilidad, el turismo sigue siendo un sector económico fiable". En un entorno de perspectivas económicas a la baja, de tensiones en el comercio internacional, de inestabilidad social y de incertidumbre geopolítica, "nuestro sector sigue adelantándose a la economía mundial y exige no solo crecer, sino crecer mejor" (Organización Mundial de Turismo , 2019).

Dada la posición del turismo como uno de los primeros sectores de exportación y creación de empleo, la OMT defiende la necesidad de un crecimiento responsable. El turismo ocupa, por lo tanto, un lugar primordial en las políticas mundiales de desarrollo, y puede aún alcanzar un mayor reconocimiento político e incidir.

Con la presente investigación el diseño de un producto turístico para diversificar la oferta en el cantón Santiago de Píllaro, busca principalmente apoyar el crecimiento y desarrollo turístico del cantón.

A través de la generación de alternativas en ofertas de aquellos destinos con potencial turístico, de la misma manera procurar llegar al posible consumidor nacional e internacional mediante la difusión de la ruta expuesta, llegando a crear en la mente del visitante una expectativa de lo que va a experimentar en la zona.

Además, favoreciendo a la creación de nuevas fuentes de empleo de los pobladores del cantón, consiguiendo mejorar su calidad de vida, teniendo presente que la conservación de las tradiciones y costumbres tiene un gran valor dentro y fuera del cantón y deben ser mantenidas vivas.

Los objetivos planteados permite aprovechar las potencialidades turísticas con las que cuenta, las mismas que se encuentran identificadas en los respectivos inventarios y

análisis de la zona, esto permite establecer el producto turístico más adecuado para encaminar el desarrollo de la actividad turística para lo cual se pretende elaborar nuevas promociones y programas las cuales brinden beneficios para la población utilizando de una buena manera la entrada de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

1.1.Planteamiento del Problema

El presente tema de investigación se ejecutó en el cantón Santiago de Píllaro, uno de los cantones que conforman la provincia de Tungurahua, se localiza al centro de la región interandina del Ecuador, en los flancos de la cordillera oriental de los Andes el mismo que es poco conocido dentro del mercado turístico a nivel nacional e internacional.

Calvopiña (2011) realizó un estudio previo sobre el marketing para promover el turismo en el cantón a lo cual se menciona que, la situación actual presenta un desarrollo limitado frente al potencial turístico, por lo que es necesario que el cantón Santiago de Píllaro haga de la actividad turística una herramienta adecuada, con el uso sostenible de los recursos, para progreso socioeconómico de la zona. El turismo ha sido desde años atrás una fuente valiosa de empleo e ingresos económicos para el país y para los habitantes del cantón Santiago de Píllaro, por lo que se debe desarrollar de forma más amplia para beneficio de sus habitantes (Calvopiña, 2011, p. 217).

De igual manera Torres (2018) da a conocer en su estudio realizado que, el turismo en el cantón presenta diferentes anomalías entre las cuales menciona: la escasa promoción del turismo. Por otra parte, la falta de espacios en los medios de comunicación y de difusión hace que este pensamiento inexacto se mantenga y la verdadera propuesta turística se pierda. Las propuestas de difusión existentes (redes sociales y páginas no oficiales) ofrecen un espacio limitado para la información, además de un diseño preestablecido que prácticamente limita la creatividad e imagen de cantón. Los turistas saben de la existencia de este cantón con gran potencial turístico, pero no saben cómo llegar al mismo, en el aspecto económico el cantón está perdiendo recursos por la ausencia de turistas, en el aspecto social darse a conocer como una ciudad que puede ser visitada tanto por turistas nacionales y extranjeros (Chicaiza, 2018, p. 107).

Tituaña (2019) en su estudio se basa principalmente en una aplicación móvil que surge por la necesidad de obtener información rápida, acerca de los lugares turísticos y culturales del cantón Santiago de Píllaro de aquí nace la idea de promover el turismo del cantón diseñando una app móvil. Es interesante conocer los sectores turísticos, lo cual ha

permitido descubrir un destino entretenido de los recursos naturales y ecológicos, en cuanto a la cultura cabe mencionar que el cantón Santiago de Píllaro es mundialmente conocido por su Diablada Pillareña (Ortega, 2019, p. 66).

Gonzales (2018) en su proyecto de titulación nos habla de dos punto muy importante en el área turística que es, la fidelización conjuntamente con la satisfacción, las mismas que son percibida por los turistas en un destino, estudios han demostrado que la satisfacción en los turistas se deriva de la calidad y amabilidad en los servicios; mientras que la ubicación y alimentación facilitan valorar la satisfacción, mismo que se lo desarrolla a largo plazo por medio de la creación de un perfil que sea interesante para el turista siendo esto una estrategia potencializada cuando de oferta turísticas se trata. La satisfacción se puede valorar en dos niveles, el primer nivel hace referencia a lo que al turista le gustaría recibir, el segundo nivel hace referencia a lo que es aceptable pare el turista recibir (González, 2018, p. 78).

Mesías (2014) en su modelo de gestión para el desarrollo de promoción turística nos menciona que la inadecuada gestión administrativa en esta área se evidencia, lo que ha provocado el poco crecimiento turístico, ya que al no realizar coordinadamente las actividades, éstas no logran concretarse a tiempo, existiendo un retraso en su desarrollo; además que no existe personal especializado en turismo para las funciones requeridas en el área, incitando que los proyectos sean poco pertinentes y por lo tanto su trabajo sea realizado de manera empírica y no técnica; por otra parte la poca difusión del potencial turístico origina la escatimada afluencia de turistas, a causa del reducido material publicitario y por lo tanto turistas no se sienten motivados a visitar el cantón; sin embargo hay que tomar en cuenta que el escaso presupuesto para actividades turísticas ha dado lugar al poco aporte económico que el sector turístico necesita para su desarrollo al mismo tiempo otro factor vulnerable lo constituyen los prestadores de servicios hoteleros y turísticos quienes no se sienten respaldados y a causa de esto ellos no cuentan con apoyo gubernamental para poner en marcha sus emprendimientos, desanimándolos y provocando una debilidad empresarial, finalmente el cantón al poseer una limitada gestión provoca un parcial desarrollo turístico, ya que las tareas no son ejecutadas por profesionales, evitando que estas puedan ser evaluadas y corregidas a tiempo. Por todas estas causas se concluye manifestando que es notable que el problema haya impedido el progreso turístico del cantón y sobre todo el fomento económico y social de las personas e instituciones involucradas, directa e indirectamente en esta actividad (Freire, 2014, p. 224).

López (2018) al elaborar una ruta turística en una de las parroquias del cantón Pillaro, demostró que no existe una ruta organizadas ni para su reestructuración, ni para su difusión, indicando así que dentro de las diferentes parroquias que conforman el cantón existe conformidad en su baja demanda de turismo, dado a que no cuentan con el apoyo de las diferentes autoridades vinculadas a esta área, por lo tanto, se vigoriza que la realización de inventarios de potenciales de atractivos culturales y el diseño de una ruta turística forja a mejorar al desarrollo e incremento de la actividad y con ello el mejoramiento económico de los habitantes. En conclusión, al tener la base fundamental como lo es el inventario se genera un conocimiento del potencial turístico que tiene la comunidad, y la forma de aprovechar los recursos y mantenerlos a perpetuidad (López, 2018, p. 90).

En esta localidad no se han evidenciado planes y proyectos en ejecución por parte de las instituciones de los diferentes niveles de gobierno, por lo cual resulta necesario implementar estudios que permitan demostrar la importancia que la zona tiene, con relación al aprovechamiento de escenarios importantes para desarrollar el turismo, considerando el alto potencial de atractivos naturales como culturales existentes, así como, en la baja demanda que tiene el cantón y la ausencia de productos turísticos, entre ellos las rutas o circuitos que pueden constituirse en espacios de diversificación de la actual oferta turística para la localidad; estos elementos han propiciado el planteamiento del diseño de un producto que contribuya con la diversificación de la oferta del cantón Santiago de Píllaro, con el propósito de contribuir a posibles escenarios que revivan la dinamicidad del sector turístico en la zona y buscando que la misma sea la principal herramienta de mejorar la economía local y progreso de la misma, al igual viéndose beneficiados sus habitantes.

En el cantón Pillaro actualmente no existe un estudio de diagnóstico
relacionado con un producto turístico, la información de sitios con potencial turístico que existe en el cantón no estuvo actualizado, ni existía el diseño de la ruta que permita incrementar el turismo en el cantón para generar alternativas económicas para la población.

Con la investigación realizada se comprueba que, actualmente el cantón tiene escasa oferta, aquellos productos y servicios existentes en las diferentes parroquias no son puestas a la venta causando una baja demanda, con ello se verifico pérdidas económicas así como también perdida de costumbres, tradiciones al igual que perdida de visitas, la cual se evidencio en los diferentes registros turísticos, partiendo de la información y datos

recopilados nuestro enfoque está en aquellos sitios que se priorizan o que en este caso tiene mayor afluencia de demanda, a lo cual se planteó como pregunta de investigación lo siguiente:

¿Qué potencial turístico puede ser aprovechado para el diseño de un producto turístico que permita diversificar la oferta del cantón Santiago de Píllaro provincia de Tungurahua?

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Diseñar un producto turístico para diversificar la oferta del cantón Santiago de Píllaro, provincia de Tungurahua.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional basado en la revisión de estudios previos para definir su estado actual.
- Recopilar información de sitios con potencial turístico que existen en el cantón Santiago de Píllaro.
- Proponer el diseño de la ruta que permita incrementar el turismo en el cantón Santiago de Pillaro para generar alternativas económicas para la población.

1.3.Justificación

Un producto turístico puede ser considerado como un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística, resultantes de un proceso productivo en el que se combinan servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de cierto precio (Nasimba & Cejas, Diseño de Productos Turisticos, 2015).

En los últimos años el turismo se ha convertido en una de las bases más importantes generadora de economía nacional e internacional, sin embargo, la falta de información de la oferta turística hacia los posibles consumidores ha originado que esta área no indague las bellezas turísticas existentes. (Morillo & Coromoto, 2011)

El tema de investigación presentado, busca fomentar el desarrollo turístico de la zona, a través de la oferta turística su promoción e implementación de una ruta, resaltando la

importancia que la caracteriza, destacando que el territorio posee atractivos de gran importancia, sobre todo en áreas naturales, manifestaciones-expresiones materiales e inmateriales que pueden ser aprovechados y potencializadas en el mercado turístico, la misma que redundará en el progreso del lugar, y por ende promoviendo el crecimiento económico y mejoramiento de calidad de vida de los pobladores.

Además, contribuye a que el cantón se reconozca como destino turístico cultural y natural adquiriendo prestigio a nivel nacional como potencial turístico generador de economía, innovando y enfocándonos en ser mejores cada día a través de planeaciones estratégicas, estudios de mercado que permitan recrear una visión clara de aquel turista y sus deseos de visitar nuestro cantón.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Turismo

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos" (Organisación Mundial de Turismo, 1994).

Las entidades de turismo, en sus conceptos relacionan a los viajes que realizan las personas con el lugar y tiempo. La Ley de turismo del Ecuador (2002), establece el siguiente concepto, "Es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos".

Sancho (2011) da a conocer que según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), "el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros".

Gordón & Goyes,(2013) señala que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generado múltiples interrelaciones de importancia social, económica.

Gordón & Goyes (2014) el turismo cultural son los desplazamientos motivados por las manifestaciones artísticas, arqueológicas, culturales, monumentales y todas las expectativas del ser humano que ayuden a enriquecerse culturalmente. Es la clase de turismo más antiguo.

El turismo es uno de los sectores que con su trayecto ha ido adquiriendo gran importancia y fuerza dentro de un país, llegando a ser considerado como el principal generador de economía nacional, se puede decir que el ser humano tiene la necesidad del descanso, en lo cual cuyo propósito vital es optar por mantenerse fuera de su residencia habitual y buscar nuevos espacios ya sean culturales o naturales en el cual pueda recrear y disfrutar de diferentes actividades generando directa e indirectamente una serie de beneficios.

2.2. Sistema turístico

El sistema turístico es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, (Sancho, 2011, p. 393) puntualiza como un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

El sistema turístico (sin llegar a ser extremadamente complejo) tiene algunas particularidades en su funcionamiento que se explicarán al detallar a continuación las características de las partes que lo componen (Boullón, 1990, p. 250).

Está formado por diferentes elementos cada uno de ellos forman parte de un todo es decir un sistema turístico completó, al analizar su complejidad cada uno de estos va definiendo al turismo de una manera más detallada capaz de generar posibles cambios de dichos sistemas.

El sistema turístico abarca diferentes elementos de gran importancia, cada una de ellas cumple funciones importantes para englobarlo y convertirlo en un todo con el fin de realizar la actividad turística.

2.2.1. El sistema turístico y sus elementos

El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social. Considerar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto. En la docencia, el modelo de sistema turístico se utiliza como enfoque básico de las asignaturas introductorias de la carrera de Licenciado en Turismo, a partir de los modelos tradicionales que relacionan la oferta y la demanda turística (Boullón, 1991), el destino emisor y el destino receptor (Acerenza, 1997) o el modelo integrado por la superestructura, la demanda, la comunidad receptora, los atractivos, el equipamiento e instalaciones, y la infraestructura (Molina, 1991). La presente investigación orienta al modelo de sistema turístico que ha sido fructífero para describir y analizar los impactos de la actividad en el medio. El pensamiento sistémico del turismo se basa en cuatro teorías fundamentales, la Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy, la Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester, la Teoría de Sistemas

Complejos de Rolando García y la Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann (Vázquez Ramírez, 2013).

En actividades de extensión, el modelo de sistema turístico resulta especialmente útil para realizar talleres y cursos de capacitación. Los subsistemas turísticos pueden describirse con un lenguaje simple, de inmediata referencia empírica, a la vez que sustentan una comprensión global del turismo como fenómeno complejo. Una de las limitaciones que se observa en el trabajo directo con los actores sociales, es la reiterada frecuencia con que la actividad turística se visualiza a partir de una visión sectorial excluyente. Desde el punto de vista empresarial, el turismo se concibe como sector de alojamiento y gastronomía; para el residente, en la mayoría de los destinos costeros, se trata de turistas y propietarios de viviendas; para el sector industrial, el turismo es una actividad que compite por la captación de recursos públicos.

El enfoque sistémico permite explicar el turismo como un conjunto amplio de actividades y actores interrelacionados, a la vez que pone de manifiesto las repercusiones, positivas o negativas, que puede generar en un territorio concreto.

El esquema muestra cinco subsistemas: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora. Este conjunto interrelacionado de elementos puede analizarse a partir de cinco dimensiones: económica, social, cultural, ambiental y política. No existe una correlación directa entre las dimensiones, que permiten analizar con mayor profundidad la relación del sistema con su entorno, y los subsistemas. (Varisco, 2013, p. 17)

2.2.2. Oferta

Boullón (1990) indica que la oferta turística es el análisis económico, se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado.

Una oferta está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística (Sancho, 2011, p. 393).

Mediano (2004), refiere que la oferta turística rural es el conjunto de bienes y servicios que se pueden comprar por un precio determinado, para su disfrute en un lugar y tiempo concretos y que constituye una experiencia de viaje completa, considera que la oferta

turística se configura a partir del producto turístico integrado por los diferentes recursos y equipamientos turísticos.

Oferta turística son las infraestructuras generales o de soporte. La existencia de unos recursos turísticos y la acción de las empresas, en muchos casos para atraer un número importante de visitantes si el destino no contara con unas condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo.

La oferta turística está compuesta por una serie de elementos como recursos, empresas e infraestructuras de soporte cuya combinación junto a otros factores como la promoción y el marco legal que regula la actividad turística, debe propiciar las condiciones adecuadas para que se desarrolle el fenómeno del turismo (Rodríguez Henry, 2014, p. 225).

Una oferta es un bien o servicio puesto a la venta dentro de un espacio geográfico la misma que será vendida por operadoras de mercados a un determinado precio.

2.2.3. Demanda

La demanda está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos (Sancho, 2011, p. 393). Demanda turística según Boullón(1990) puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

La demanda turística puede ser definida, según Martínez Roget y de Miguel Domínguez (2000), de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

Cooper et al. (1997) plantea que la definición de la demanda turística varía de acuerdo con la perspectiva subjetiva del autor, con lo que se deberían considerar visiones económicas, psicológicas o geográficas (Madrazo, 2009).

Gordón & Goyes,(2013) narra que entendemos por demanda turística, el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos. También

podemos definirla como la cantidad demandada por los consumidores a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. (Villena, 2003, p. 240)

La demanda es bien o servicio consumido por visitantes.

2.2.4. Espacio geográfico

Según Sancho (2011) un espacio geográfico es una base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

El espacio adaptado para satisfacer un estado de carencia o un deseo vinculado al ocio de los visitantes es el denominado espacio turístico. El espacio geográfico devendrá con un carácter turístico, a partir de la presencia de recursos culturales y naturales y por la disposición de cierto equipamiento específico e instalaciones que demanden los visitantes. Es decir, que la funcionalidad turística recreativa del mismo otorga tal connotación al espacio geográfico.

Antón, Fernández y González (2007, p.132) sostienen, los espacios turísticos son lugares donde confluyen el desarrollo de productos destinados al ocio, la recreación y el tiempo libre para visitantes no permanentes con el consumo de dichos recursos ya sean tangible e intangibles, a través de la vivencia de experiencias que generan satisfacción. De la combinación entre la organización de los componentes del espacio (lugar, recursos, productos y agentes) y la gestión del espacio turístico surge una mayor o menor calidad de la experiencia turística, que es percibida y traducida simbólicamente por el turista (Andrés Pinassi, 2017, p. 61).

Espacio físico donde se encuentran la oferta y la demanda, y donde se encuentra asentada la población es decir el atractivo o planta turísticos.

2.2.5. Operadores del mercado

Sancho (2011) en su libro define a las operadoras de mercado como aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte

regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico.

2.2.6. Atractivos Turísticos

Se entiende por atractivos turísticos a los sitios o lugares que poseen aptitud turística que motiva a las personas a visitarlo y permanecer en él, la aptitud es el potencial natural o cultural de un atractivo. El inventario es el registro ordenado de los atractivos (naturales e histórico culturales) con su descripción, valoración y jerarquización. Para la realización del inventario se utiliza cierta metodología homogenizada en el país por el Ministerio de Turismo (Yépez, 2015, p. 58).

La literatura turística generalmente equipara las categorías de recurso turístico, es importante explorar las diferencias. Por una parte, se señala que los recursos son, en castellano, elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. Recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos (DRAE, 2001). Se trata de un término de uso en varios ámbitos, como se desprende de la enumeración de la definición no es exclusivo del fenómeno turístico. Además, aplicado a bienes naturales y culturales, connota la idea de bienes en su estado original, como los naturales, hidráulicos y forestales de la definición.

Por otra parte, el diccionario indica que el adjetivo atractivo significa que atrae o tiene fuerza para atraer (DRAE, 2001). Y el verbo "atraer" significa, dicho de una persona o de una cosa: Hacer que acudan a sí otras cosas, animales o personas (DRAE, 2001). El diccionario castellano no prevé el sustantivo atractivo en el sentido de atractivo turístico, aunque indudablemente su uso está extendido en el mundo del turismo. En este caso, sí se trata de un término específico del ámbito turístico (Navarro, 2015, p. 24).

2.3. Inventario de atractivos turísticos

Un inventario debe ser integral, no sólo enfocado a enumerar plantas, animales o lugares, sino que debe describirse las características más sobresalientes, para poder catalogarlas como atractivos y así crear un buen producto turístico y ofertarlo de acuerdo con el tipo de visitante. En donde intervienen la naturaleza, se debe de tomar en cuenta

todas las especies que se encuentran presentes de flora y fauna, incluso dentro de plantas a determinar, si son árboles, arbustos, hierbas, y en dónde se encuentran, si en un bosque, montaña, etc., como menciona en su obra Ewaldo Sandoval, en donde establece normas para realizar inventarios y escribe sobre lo que debe de tomar en cuenta en el Ecoturismo (Sandoval, 2010, pág. 94).

En lo que se refiere al producto turístico no es sino, un conjunto de varios atractivos, servicios que se proveerán, y las actividades que se propone realizar con el visitante, dotando de una infraestructura mínima que permita la utilización y disfrute de los mismos. (Carchi 2006)

Esto demuestra que los servicios son indispensables y deben estar en constante mejora para satisfacer las necesidades de los turistas. Cuando existe una relación entre calidad de los servicios turísticos y la calidad de vida de sus habitantes, el producto es exitoso.

Para realizar un inventario de atractivos turísticos es necesario tomar en cuenta los lineamientos considerados, por los ministerios de turismo de cada país, para este trabajo se tomará como base a la "Metodología para inventarios turísticos" del Ministerio de Turismo del Ecuador, en el cual manifiesta: El inventario de atractivos turísticos, "Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país". Se toma en cuenta la información más importante para darle una categoría a la que pertenece y qué valor tiene para el turista y así pensar en la oferta, para que se amplíe la demanda.

Para que un inventario de atractivos turísticos, el MINTUR recomienda seguir los siguientes pasos:

- Clasificación de los Atractivos.
- Recopilación de información.
- Trabajo de Campo.
- Evaluación y jerarquización.

Para que las plantas y animales de hace miles de años, lleguen hasta la actualidad, deben de haber pasado por un proceso, que comienza cuando estos cuerpos se depositaron en una zona que produce sedimentación, que los ponen fuera del alcance de otros seres vivos que los podrían dañarlos (Gordón & Goyes, 2013, p. 215).

2.3.1. Promoción turística

La industria del turismo se difunde de manera notable y rápida, es una de las importantes fuentes de ingresos para países cuyos atractivos turísticos tienen gran demanda por la cantidad de personas que han iniciado sus propios emprendimientos asociados al turismo. Este tipo de promoción es una herramienta que hace referencia a planes de acción y a dar eficaces estrategias que contribuyen a hacer difusión para conocer un lugar como destino turístico en la llegada de visitantes. La promoción turística tiene una base conceptual, que hace referencia a planes de acción como difundir, fomentar e impulsar en la oferta de un lugar que oferta diversos tipos de atractivos, para captar la mayor cantidad de visitantes para el crecimiento de la industria turística. Este tipo de promoción se la realiza a través de anuncios, periódicos, radio, televisión, revistas, libros o guías turísticas (Carrasco, 2020, p. 116).

2.4. Manifestaciones culturales

Alexander (2001) manifiesta que "las manifestaciones culturales son de muy diverso orden. Aunque la lista puede ser extensa según el legado de especialización buscado". A las manifestaciones culturales se las puede clasificar de la siguiente manera:

- Personales: vestimenta, peinado, comida, creencias
- Familiares: fiestas, casamientos, velorios, conmemoraciones
- Sociales: bingos, ferias, homenajes
- Públicas: desfiles, ferias, deportes
- Institucionales: asociaciones, sociedades, organizaciones, fundaciones 29
- Monumentales: estadios, construcciones, fuentes, monumentos, edificios
- Espaciales: parques, paseos
- Autorales: artistas, escritores, artesanos.

Las manifestaciones culturales son muy diversas; es así que se puede manifestar que son actividades públicas cuya característica radica en producir un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se identifica" (Castillo, et. al. 2013). De esta manera se puede decir que constituyen todas las actividades que realiza un determinado grupo de personas y que son difundidas al público, estas pueden ser materiales o inmateriales, pues de esa manera contribuyen al desarrollo de la identidad de una determinada comunidad, pueblo o nación (Teca, 2017, p. 186).

2.4.1. Patrimonio Cultural material

Se considera patrimonio cultural material a todos los objetos muebles e inmuebles que tengan un valor histórico, estos pueden ser monumentos, monedas, edificios, instrumentos arqueológicos que requieren su preservación (Cruz, 2017, p. 114).

El patrimonio cultural cumple un rol destacado en una nación al permitir conocer el tránsito del ser humano en el tiempo y en el espacio como resultado de la simbiosis entre la naturaleza y la cultura. Es así como el patrimonio se manifiesta en las edificaciones arquitectónicas, en los restos arqueológicos, en los bienes documentales, en las obras de arte y remite al legado cultural de los pueblos ancestrales. El patrimonio cultural material es la herencia tangible de los pueblos ancestrales. Lastimosamente, estos bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por las condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física (Patrimonio Cultural Material, 2014, p. 24).

2.4.2. Patrimonio Cultural Inmaterial

El patrimonio cultural inmaterial o "patrimonio vivo" se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación.

Proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales (UNESCO, 2019).

Llamamos Patrimonio cultural inmaterial aquellas creencias, historias antiguas basadas a hechos reales que actualmente son recordadas y compartidas con generaciones actuales y varios relatos más, es decir aquellos que no se puede percibir con los sentidos tan solo imaginarlas escucharlas, recrearlas en nuestra mente.

2.5. Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral.

Patrimonio cultural Constituido por todos los bienes, materiales e inmateriales, muebles e inmuebles. Con especial interés histórico y valores culturales que expresan nacionalidad (tradición, costumbres, hábitos). El Instituto Nacional de Patrimonio a

través de un convenio con instituciones educativas superiores realizó un inventario de bienes patrimoniales en el Cantón Pillaro (PDyOT, 2014).

2.5.1. Bienes Culturales Tangibles

La UNESCO define los bienes culturales tangibles como "inestimables e irremplazables", pues representan un testimonio y simbología histórico-cultural para los habitantes de una cierta comunidad. (Chaparro, 2018, p. 13) narra que al ser elementos de valor excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico, requieren su conservación, rehabilitación y difusión, donde se cuente la historia, se validen sus recuerdos y se afirme y enriquezca las identidades culturales, y el legado común, confiriendo rasgos característicos a cada lugar. (UNESCO, 1972)

Los Bienes culturales tangibles son aquellas riquezas que nuestro país posee monumentos históricos, catedrales entre otros que pueden ser visualizados y tocados es decir percibido por todos los individuos de diferentes maneras.

2.5.2. Bienes Culturales Intangibles

Los logros y progresos humanos derivan de los bienes intangibles, del conocimiento, dado que son las ideas las que motivan a las personas a crear el patrimonio, material o inmaterial. Razón por la que hay que valorar, más que los productos y las creaciones, a los productores y creadores. (Arévalo, 2010)

2.5.3. Gastronomía

La gastronomía típica se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico. Conocer y degustar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial. (Mogollon & Lopez, 2013) en la gastronomía se identifica un vehículo de la identidad y la autenticidad de un territorio. Extremadura puede contar con una gastronomía variada, con productos de calidad elaborados con técnicas tradicionales. Todo ello, unido a la creciente sensibilidad de los turistas modernos hacia los patrimonios alimentarios, justifica la necesidad de reconocer una mayor importancia a este recurso.

La gastronomía ecuatoriana es un factor de gran importancia en el ámbito turístico, ya que conjuntamente recrean la cultura culinaria de los pueblos o comunidades del destino.

La gastronomía típica se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico. Conocer y degustar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial. En la gastronomía se identifica un vehículo de la identidad y la autenticidad de un territorio. Extremadura puede contar con una gastronomía variada, con productos de calidad elaborados con técnicas tradicionales. Todo ello, unido a la creciente sensibilidad de los turistas modernos hacia los patrimonios alimentarios, justifica la necesidad de reconocer una mayor importancia a este recurso (Hernandez & Lopéz, 2014).

2.6. Turismo cultural

El turismo cultural constituye actividades como la arquitectura, folklore, costumbres, tradiciones y religión que son realizadas en zonas rurales y urbanas. En este tipo de turismo incluye encantadoras actividades como: demostraciones de folklore, festivales para probar vino y rodeos que recuerdan las culturas campesinas. (Carrasco, 2020, p. 116)
Turismo cultural son todos aquellos legados heredados y conservados de generación en generación, historias, costumbre, religión entre otras encontradas dentro de un país o región, en ella prevalece su gran valor histórico.

2.7. Turismo sostenible

El desarrollo de la sostenibilidad dentro del turismo es una necesidad para un mejor cuidado de los recursos existentes y su avance socio económico que protege y fomenta las oportunidades para su desarrollo en el futuro. De acuerdo con el razonamiento de los anteriores autores, se llega a la conclusión que el turismo sostenible es una actividad empresarial que controla el cuidado de los recursos existentes y su avance socio económico, para alcanzar valores de sostenibilidad en una industria comprometida en los medios naturales, culturales y sociales, que tiene en cuenta las consecuencias actuales y futuras. (Carrasco, 2020, p. 116)
El turismo sostenible busca minimizar aquellos impactos en ámbitos ambientales y culturales, tienen como principal objetivo brindar un turismo amigable con el ambiente y equitativamente justo con la población.

2.8. Producto Turístico

Morillo y Coromoto (2011) en su sitio web nos menciona sobre la definición que Díaz y otros (2006), nos dice que ellos ven al producto turístico como el turismo que se nutre del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y la combinación de aspectos medioambientales, socioculturales y económicos pueden transformar el ámbito territorial y cultural de la actividad.

Los productos turísticos se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos. De esta manera en términos de la temática referida a los productos turísticos, es importante destacar que el turista generalmente compra la combinación de paquetes turísticos que incluya no solamente los atractivos de interés para él, sino también aquellas actividades que son complementarias en el país o región que pretende conocer.

Pavón y Sánchez (2012, p. 125) mencionan que los productos y servicios turísticos se caracterizan por ser un gran entramado de relaciones con sistemas de transporte, infraestructuras, servicios generales, equipamientos de ocio y deportivos, etc., lo cual hace necesario que se haga una buena gestión para optimizar los recursos y alcanzar los objetivos propuestos. Así mismo en el Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Perú (MINCETUR, 2014), se define al producto turístico como el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos en conjunto como parte de la experiencia turística.

González (2013, p. 151) coincide con Pavón y Sánchez (2012) al destacar que uno de los conceptos más utilizados en el ámbito del turismo es el expuesto por Kotler, quien menciona que un "Producto turístico es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas".

Por su parte, Colina (2009) señala que, desde el punto de vista del marketing, el producto es la primera y más importante de las variables de Artículo de revisión. Cristina Nasimba y Magda Cejas Qualitas. Vol. 10: 22-39. diciembre 2015. 26 marketing - mix. Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. En este sentido, el especialista indica que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing. Por tanto, desde el

punto de vista comercial, como producto se designa a cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que posee un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades (Nasimba & Cejas, 2015, p. 18).

2.9. Rutas y productos turísticos

Espin (2016) remite que una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo (la ruta del café, la ruta del vino). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren, una serie de placeres y actividades con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, y lenguaje comunicacional.

Una ruta turística está conformada por señaléticas básicas y necesarias característica del lugar es decir lo que el turista debe visualizar y conocer previamente, es decir donde inicia y donde finaliza su trayectoria, además permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando así la actividad turística.

Ruta turística se conoce al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia (Villasante W. M., 2016).

Una ruta turística está constituida por una serie de atractivos en una zona geográfica homogénea, que se ofrecen a los turistas. Se configura la ruta con los atractivos de mayor jerarquía, estos deben guardar homogeneidad con el eje temático del que trata la ruta (ruta del sol, ruta del café (Yépez, 2015, p. 10).

Una ruta turística está conformada por señaléticas básicas y necesarias característica del lugar es decir lo que el turista debe visualizar y conocer previamente, es decir donde inicia y donde finaliza su trayectoria, además permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando así la actividad turística.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Localización

El cantón Santiago de Píllaro se encuentra ubicado al noreste de la provincia de Tungurahua, a 1°10' de latitud Sur y a 78°32' de longitud Occidental, su altitud fluctúa entre 2210 a 4300 msnm, se encuentra limitada al Norte con la provincia de Cotopaxi, al sur el cantón Pelileo y Patate, al este con la provincia de Napo (cantón Tena), y al oeste con el cantón Ambato, su población es de 38.357 habitantes según el INEC (2010), tiene una extensión de 472,2 km2, su clima en su medida anual se encuentra entre los 13 y 15°C.

Píllaro proveniente de dos voces pre-quichuas Pillalla que significa "rayo o trueno", y aroque que significa "Altar"**,** por lo tanto, es denominado **"El Altar del Dios Rayo y Trueno"** es el cantón más diverso de la provincia de Tungurahua, reconocido a nivel nacional e internacional por la Diablada Pillareña declarada en el 2009 como Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador (Pillaro, 2019).

Sus múltiples ecosistemas, encierran paisajes exuberantes desde sus fríos páramos hasta sus cálidos valles, en los que la naturaleza se muestra exuberante y prodigiosa, por ubicarse en la cordillera andina, su suelo es fértil y es aprovechado por sus habitantes como un excelente recurso de producción (PDyOT, 2014).

En la actualidad este cantón está conformado por las parroquias urbanas de: La Matriz y Ciudad Nueva, además de las parroquias rurales de: Baquerizo Moreno, San José de Poaló, Emilio María Terán, San Miguelito, San Andrés, Marcos Espinel, Presidente Urbina. Píllaro cuenta con un hermoso paisaje los 365 días del año, la agricultura y ganadería son sus principales fuentes de trabajo, en este cantón se produce la mayor cantidad de productos como frutas y legumbres que son distribuidas en todo el país (Cruz, 2017, p. 114).

En esta área privilegiada se encuentran diferentes sitios turísticos tanto gastronómicos como arquitectónicos, artesanías únicas del lugar, lagunas, cerros, cascadas, cascadas de aguas subterráneas, un mirador de los volcanes, Cotopaxi, Tungurahua, Iliniza y Chimborazo, cultura, tradición y el prodigioso parque Nacional Llanganates donde se

puede disfrutar de la flora, fauna y todos los atractivos que ofrece el sector. El turismo de este cantón se encuentra centralizado en el turismo religioso, agroturismo, deportes extremos, observación de aves y espiritualidad.



Figura 1-2 Gráfico 1 Mapa Turístico del cantón Santiago de Píllaro
Fuente: PDyOT de Pillaro
Elaboración: Departamento de Cultura GAD Municipal Santiago de Píllaro

3.2. Tipo o Diseño de Investigación

3.2.1. Enfoque Cualitativo

La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Mata, 2019).

Las investigaciones cualitativas suelen ser multimetódicas en recopilación de información para luego proceder a su interpretación, enfocándose en aspectos culturales e ideológicos que nos permita verificar datos de tipo descriptivo.

3.2.2. Alcance Exploratoria

Tienen como objetivo examinar un tema desconocido, poco estudiado o novedoso, sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, pocas veces constituyen un fin en sí mismo y ofrecen la base para otros estudios. Son más flexibles, más amplios y dispersos que otros estudios, requieren más paciencia y receptividad por parte del investigador (Rusu, 2011, p. 19).

3.2.3. Alcance Descriptivo

Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a la que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Roberto, 2013, p.101).

3.2.4. Investigación Documental o Bibliográfica

La investigación bibliográfica consiste en la búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información de datos bibliográficos, se caracteriza por la utilización de los datos secundarios como fuente de información.

Pretende encontrar soluciones a problemas planteados por una doble vía, relacionando datos ya existentes que proceden de distintas fuentes y proporcionando una visión, panorámica y sistemática de una determinada, abarca una realidad espacio temporal (UNIR, 2018, p. 3).

3.2.5. Diseño no Experimental

Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los mismos son observados en su ambiente natural y dependiendo en que se va a centrar la investigación, se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador (Dzul, 2010, p. 13).

3.2. Métodos

3.2.1. Inductivo

Está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 27).

Para el cumplimiento de los objetivos específicos se aplicó la siguiente metodología.

Objetivo 1. Elaborar un diagnóstico situacional basado en la revisión de estudios previos para definir su estado actual. Para el cumplimiento de este objetivo se realizó una exhaustiva revisión y recopilación de antecedentes bibliográficos de información secundaria (Planes de desarrollo turístico, tesis relacionadas, aspectos teóricos del turismo, páginas web, etc.), además de la utilización de herramientas de análisis y sistematización de información como el análisis FODA, Matriz MEFE y MPC los mismos que se encuentran detallados en análisis de resultados y que equitativamente aportaron a reflejar un diagnostico óptimo de su estado actual.

Objetivo 2. Recopilar información de sitios con potencial turístico que existen en el cantón Santiago de Píllaro**.** Mediante la revisión de información existente, se determinó los sitios turísticos que cuentan con un alto potencial de visitas, atractivos naturales, Patrimonios, inventario de bienes culturales del INPC, bienes inmuebles, sitios con mayor afluencia de turistas, sitios priorizados tanto en atractivos naturales como culturales, los mismos que se encuentran detallados a continuación en las diferentes tablas, tabla 1 análisis FODA, Tabla 2 análisis de Oportunidades y Amenazas, tabla 3 matriz MEFE, tabla 4 valores ponderados de factores externos, tabla 5 matriz MPC, tabla 6 formulación de Estrategias, tabla 7 inventarios de atractivos naturales, tabla 8 Patrimonios, tabla 9 inventario de bienes culturales reconocidos por INPC, tabla 10 bienes inmuebles, tabla 11 sitios y potenciales turísticos, tabla 12 atractivos naturales y manifestaciones culturales prioritarios. De la revisión de información existente, se determinó los sitios turísticos que cuentan con un alto potencial de visitas, así como, la existencia de planta turística, infraestructura y principalmente el interés de la población local, características que permitieron priorizar los sitios para ser integrados en una ruta turística un total de 13 atractivos los mismos se encuentran descritos conjuntamente con su clasificación con la utilización del manual de para la realización de inventarios atractivos turísticos del MINTUR.

Objetivo 3. Proponer el Diseño de la Ruta que permita incrementar el turismo en el cantón Santiago de Pillaro para generar alternativas económicas para la población. El diseño de esta ruta permitirá incrementar la oferta y demanda dentro del cantón Santiago de Píllaro, dotará de diferentes alternativas en mejoramiento y crecimiento económico para la población, del mismo modo al progreso y restauración de aquellos puntos que abarcan la ruta a visitar. El diseño y estructura de la Ruta turística se realizó mediante un bosquejo, se definió la ruta con 13 atractivos priorizados, su descripción general, guion,

descripción de actividades a realizar en los tres días, itinerario, los tiempos en ruta, tiempo en visita, paradas y costos, atreves de 4 pasos con base al modelo de diseño de producto (Turismo, 2018).

- **Analís del destino** es el punto de inicio para el desarrollo de una ruta turística, cuyos resultados proveerán la información necesaria que permita definir el concepto y estructura del producto final, en virtud del análisis de diferentes aspectos que conforman el destino oferta, demanda y que deben ser revisados de manera prioritaria**.**
- **Diseño** con el análisis inicial oferta, demandas existentes en el destino, y una vez identificados geográficamente los principales atractivos turísticos, es necesario iniciar con la etapa operativa del diseño de ruta, considerando factores que permitan contar con todos los elementos de estructura y manejo de la ruta turística.
- **Desarrollo e implementación** el desarrollo de una ruta, enmarca varias actividades de intervención y mejoramiento de condiciones para la operativización, que en la mayoría de los casos requiere de algún tipo de atención lo que permitirá contar con una experiencia de recorrido realmente agradable.
- **Monitoreo** diseñar un formato de gestión y control al largo de la ruta, estableciendo indicadores simples que se van a controlar, los mismos deben ser diseñados en función de la información que se requiere obtener de este seguimiento o monitoreo.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de resultados

4.1. Diagnóstico situacional basado en la revisión de estudios previos para definir su estado actual.

Al estudiar y diagnosticar la situación actual del cantón a través de la aplicación de diferentes métodos de investigación como el enfoque cualitativo, se analizó a profundidad aquellos hechos que forman parte de la realidad, esto nos permitió verificar dato de alcance exploratorio y descriptivo los mismos que son pocos estudiados, acopiando información, familiarizándose con lo desconocido y analizando propiedades de manera independiente, de igual manera la indagación documental o bibliográfica, organizando datos secundarios encontrando solución al problema de investigación, consecutivamente la aplicación del método inductivo pasando de un conocimiento particular a uno mas general llegando a conclusiones de forma empírica, concretando el estado actual que el cantón Santiago de Pillaro posee.

A más de la identificación de situación actual, particularizamos que por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal existe una alta despreocupación, existe carencia de planes de desarrollo turístico con perspectivas a un turismo sostenible con identidad cultural y conocimiento ancestral, de la misma manera hay ausencia de publicidad, lo cual ha conllevado a la ausencia de información sobre productos turísticos (oferta de bienes y servicios) y por tanto no han sido puestos en venta al posible consumidor.

4.1.1. Análisis FODA

La matriz de análisis dafo o foda**,** es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz dafo divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa. En definitiva, se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis dafo trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa. Fortalezas todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Debilidades aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejora (Espinosa, 2013).

La realización de la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) permitió analizar los puntos fuertes y débiles, tanto internos como externos existentes en la zona para la implantación futura de la ruta turística, conforme detalle de la Tabla 1.

Tabla 1-4 Análisis foda.

Fortalezas	**Debilidades**
F1: Ubicación y clima idóneo para vivir experiencias magníficas. F2: Cantón prodigioso al poseer riqueza natural y cultural. F3: Un pueblo con memoria e identidad propia mitos y leyendas. F4: Destino con mucho potencial biodiversidad flora y fauna única a más de su gastronomía tradicional.	D1 Falta de apoyo por parte del GAD Municipal e instituciones públicas y privadas. D2: Débil publicidad, marqueteo insuficiente oferta poco identificada dentro del mercado D3: Falta de recursos, fallo de rutas, señalética, información turística, senderos. D4: Inexistencia de planificación turística a futuro.
Oportunidades	**Amenazas**
O1: Innovación de nuevas directrices para demandas turísticas que permitan abrir nuevos mercados turísticos. O2: Descubrimiento de aspectos valiosos de su historia captación de nuevos turistas. O3: Mercado competitivo con producto novedoso un turismo de calidad, no masivo. O4: Generación de empleo y mejora de la calidad de vida.	A1: Inadecuado manejo de recursos por parte de los gestores locales. A2: Ausencia de planeación sustentable A3: Inseguridad. A4: Deficiencia en colaboración publico privado a largo plazo.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

4.1.2. Análisis oportunidades y amenazas

Se logró estructurar los resultados en base a la identificación de los factores externos del Cantón Santiago de Pillaro a través de un análisis realizado en donde se logró realizar la Matriz de Evaluación de factores externos en donde se pudo identificar las siguientes oportunidades y amenazas.

Tabla 2-4 Análisis de Oportunidades y Amenazas

Oportunidades	Amenazas
1. Innovación de nuevas directrices para demandas turísticas que permitan abrir nuevos mercados turísticos.	1. Inadecuado manejo de recursos por parte de los gestores locales.
2. Descubrimiento de aspectos valiosos de su historia captación de nuevos turistas.	2. Ausencia de planeación sustentable.
3. Marco competitivo con producto novedoso un turismo de calidad, no masivo.	3. Inseguridad.
4. Generación de empleo y mejora de la calidad de vida.	4. Deficiencia en colaboración público privado a largo plazo.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

4.1.3. Matriz MEFE

La matriz de factores externos es la encargada de analizar las oportunidades o amenazas fuera de la organización. Permite evaluar a través de un sistema de ponderaciones, en donde se clasifican del 1 al 4 los determinantes, donde 4 es lo mejor, y 1 malo. Además, nos permite comparar información y situaciones externas, ya sea en el sector político, social, económico, etc., que influyan en el objetivo de la organización.

Tabla 3-4 Matriz MEFE

FACTORES EXTERNOS CLAVE				
	Oportunidades	**Valor**	**Clasificación**	**Valor ponderado**
1.	Innovación de nuevas directrices para demandas turísticas que permitan abrir nuevos mercados turísticos.	0,09	3	0,27
2.	Descubrimiento de aspectos valiosos de su historia captación de nuevos turistas.	0,09	3	0,27
3.	Marco competitivo con producto novedoso un turismo de calidad, no masivo.	0,06	3	0,18
4.	Generación de empleo y mejora de la calidad de vida.	0,09	3	0,27
	Amenazas	Valor	Clasificación	Valor poderado
1.	Inadecuado manejo de recursos por parte de los gestores locales.	0,05	2	0,1
2.	Ausencia de planeación sustentable.	0,04	2	0,08
3.	Inseguridad.	0,04	2	0,08
4.	Deficiencia en colaboración público privado a largo plazo.	0,03	3	0,09
	Total	1.37		1,34

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

Tabla 4-4 Valores

Valor	
0,0	Sin importancia
1,0	Muy importante
Clasificación del factor externo clave	
1	Deficiente
2	Nivel promedio
3	Arriba del promedio
4	Excelente
Valor ponderado	
4	Muy bueno
	Responder de una buena manera a las oportunidades y amenazas que se presentan.
	Aprovechar de forma eficiente las oportunidades existentes.
	Reducir al mínimo los factores potenciales de las amenazas externas.
3	Bueno
	Manejar de una manera oportuna las amenazas presentes.
2	Promedio
1	Malo
	No aprovechar las oportunidades ni evitar las amenazas.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

El valor ponderado de los factores externos clave se encuentra en el valor malo, es decir, no aprovecha las oportunidades que se presentan , sobre todo por las amenazas relacionadas con el entorno actual dentro del sector turístico, se denota que el sector tiene un limitado apoyo económico y la crisis económica actual del país ha sido muy determinante, por tal razón se debe tomar acciones rápidas con entidades locales del sector para que de esta manera pode trabajar en la reactivación del turismo.

El análisis realizado de las fortalezas y debilidades en la actualidad en los diferentes sitios turísticos muestra que se ubica en un nivel muy malo, por lo cual requieren de la reactivación económica para poder tomar acciones correctivas y de esta manera poder hacerle frente a la pandemia de una forma adecuada evitando el cierre de estos lugares.

4.1.4. Matriz del perfil competitivo

Para el análisis del perfil competitivo se seleccionó 4 oportunidades y 4 amenazas que se comparan en cada uno de los sitios turísticos y se realizó la evaluación según el diagnóstico elaborado para poder establecer la situación actual.

Tabla 5-4 Matriz MPC

		Danzante Corpus Cristi		Gastronomía Pato al Lodo		Mirador y Estatua de Rumiñahui		Cerro Hermoso		Museo Rumiñahui		Taller de Guitarras		Cascada Baquerizo Moreno		Elaboración Mascara del Diablo		Parque Nacional Llanganates		Llanganates Antigua Toma		Laguna de Pisayambo	
Factores importantes para el éxito	**valor**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**Clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**	**clasificación**	**valor ponderado**
Innovación de nuevas directrices para demandas turísticas que permitan abrir nuevos mercados turísticos.	**0,09**	**3**	**0,27**	**2**	**0,18**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**2**	**0,18**	**2**	**0,18**	**4**	**0,36**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**
Descubrimiento de aspectos valiosos de su historia captación de nuevos turistas.	**0,09**	**3**	**0,27**	**1**	**0,09**	**1**	**0,09**	**2**	**0,08**	**3**	**0,27**	**1**	**0,09**	**2**	**0,18**	**3**	**0,27**	**4**	**0,36**	**4**	**0,36**	**3**	**0,27**
Marco competitivo con producto novedoso un turismo de calidad, no masivo.	**0,06**	**2**	**0,12**	**3**	**0,18**	**3**	**0,18**	**3**	**0,18**	**3**	**0,18**	**2**	**0,18**	**2**	**0,12**	**4**	**0,24**	**3**	**0,18**	**3**	**0,18**	**2**	**0,12**
Generación de empleo y mejora de la calidad de vida.	**0,09**	**4**	**0,36**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**2**	**0,18**	**1**	**0,09**	**2**	**0,18**	**3**	**0,27**	**3**	**0,27**	**2**	**0,18**	**2**	**0,18**
Amenazas																							
Inadecuado manejo de recursos por parte de los gestores locales.	**0,05**	**2**	**0,10**	**2**	**0,10**	**2**	**0,10**	**2**	**0,10**	**2**	**0,10**	**2**	**0,10**	**3**	**0,15**	**3**	**0,15**	**3**	**0,15**	**3**	**0,15**	**3**	**0,15**
Ausencia de planeación sustentable.	**0,04**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**3**	**0,13**	**3**	**0,12**	**2**	**0,08**	**3**	**0,12**	**3**	**0,12**	**4**	**0,16**	**3**	**0,12**	**3**	**0,12**
Inseguridad	**0,04**	**3**	**0,12**	**3**	**0,12**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**	**2**	**0,08**
Deficiencia en colaboración público privado a largo plazo.	**0,03**	**2**	**0,06**	**2**	**0,06**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**	**2**	**0,06**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**	**3**	**0,09**
TOTAL	**0,49**		**1,38**		**1,08**		**1,16**		**1,20**		**1,29**		**0,86**		**1,10**		**1,58**		**1,56**		**1,43**		**1,28**

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

4.1.5. Análisis e interpretación MPC

Los sitios turísticos seleccionados se basaron en los diferentes atractivos con los cuales cuenta el Cantón Santiago de Pillaro dentro de sus parroquias urbanas y rurales. Las ponderaciones se obtuvieron en base a la información de revisiones bibliográficas.

Establecimiento de objetivos

- Promocionar estratégicamente los atractivos turísticos con base a su pluriculturalidad.
- Capacitar a las personas del sector para la aplicación de medidas de seguridad ante la pandemia y la prevención de enfermedades.
- Implementar una estrategia de promoción con una campaña de comunicación para la promoción del Cantón Santiago de Pillaro.
- Trabajar con entidades públicas locales en la reactivación económica en el turismo con medidas de prevención Covid-19.
- Fomentar reuniones de trabajo periódicamente para definir los diferentes procesos de gestión aplicables al área turística.

4.1.6. Formulación de estrategias

Atreves de la formulación de estrategias se puede tener claro sobre el producto a ofertar a que segmento esta dirigió a través del diagnóstico ya realizado tanto interno como externo.

Tabla 6-4 Formulación de Estrategias

Estrategia externa	Sub estrategia	Descripción
PENETRACION DE MERCADO: Los sitios turísticos requieren promocionar sus atractivos para de esta manera poder reactivar la economía local, cuando exista un control sobre la pandemia y poder seguir manteniéndose en la mente del visitante.	Implementación de herramientas promocionales como redes sociales acerca de los sitios turísticos.	Crear publicidad como videos, imágenes, blogs y espacios de discusión sobre las medidas de seguridad y el trato al visitante.
	Cursos en línea sobre las medidas de seguridad y prevención sobre la pandemia durante la visita del turista.	Talleres online para concientizar sobre las medidas de seguridad que se deben tomar para prevenir contagios y salvaguardar la seguridad del visitante.
	Campañas de comunicación sobre la calidad del servicio brindado y sobre las medidas de prevención ante el contagio por Covid-19.	Actividades que estén basadas en la planificación de los diferentes recursos de marketing en los cuales incluyan una serie de destinos promocionales.
Trabajo en conjunto con entidades públicas: (dado a que no se puede asumir un proyecto en solitario, se llega a acuerdos y alianzas)	Búsqueda de convenios con entidades públicas locales y nacionales para la reactivación de la economía local.	Búsqueda de apoyo de entidades públicas con financiamiento que ayuden a cada sitio turístico su visita gradual hasta el control de la pandemia.
Reunirse y trabajar juntamente con instituciones públicas o privadas para de esta manera poder reactivar la economía local y así poder trabajar de manera mancomunada y poder integrar acciones de prevención.	Implementar normas de seguridad para cada área las cuales sean visitadas por el turista.	Elaborar diferentes normas de seguridad en los diferentes lugares visitados, de manera obligatoria para la prevención del Covid-19.
	Realización de reuniones estratégicas entre autoridades y organizaciones para de esta manera poder generar un valor agregado al turismo local.	Reuniones de trabajo en las cuales se decidan acerca de las acciones para la prevención del contagio del Covid-19.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

4.1.7. Análisis e interpretación

Las estrategias seleccionadas buscan intervenir ante los factores externos e internos tanto sociales, económico, culturales y ambientales dentro del Cantón Santiago de Pillaro, teniendo en cuenta que la crisis actual por la que se atraviesa requiere una alta difusión y

promoción de lugares turísticos, buscando la mejor manera en donde el emprendedor local pueda buscar alternativas para generar economía.

En base a la revisión de información brindada por las diferentes páginas web, noticas e informes emitidos por el GADM se detalla diferentes alternativas de crecimiento, en el ámbito social, actualmente buscan fortalecer los liderazgos y el desarrollo como seres humanos siendo lideres para emprender, en lo económico se hace énfasis al turismo como principal generador de economía a nivel cantonal, en lo cultural, un cantón con diversidad en tradiciones, costumbre, creencias en rescatar sus orígenes mantener vivas sus historias y sobre todo sus festividades, en lo ambiental al contar con una área protegida con diversidad de flora y fauna los técnicos ambientales cuentan con planes de manejo ambiental, manejo de residuos orgánicos puestos como alternativa de abonos al ser una zona agrícola ganadera.

4.2. Recopilación de información de sitios con potencial turístico que existe en el cantón Santiago de Píllaro.

Frecuentando el sitio web del Municipio de Pillaro obtuvimos información actualizada sobre proyectos que el Alcalde del cantón pretende realizar en el sector turístico, entre ellos enfatizamos que, actualmente el cantón Pillaro se encuentra realizando una consultoría denominado, diseño de productos turísticos, con la que pretenden priorizar y emprender el turismo, con la finalidad de estructurar un catálogo de productos turísticos nuevos, teniendo como principal propósito conocer la oferta turística local, la demanda de turistas entre otros, el trabajo a realizarse estará articulado entre los tres niveles de gobierno; parroquial, cantonal y provincial, de allí saldrán nuevas rutas turísticas que serán promocionadas con estrategias de marketing, destacando el beneficio hacia la población en general (Campaña, 2020).

Tabla 7-4 Inventario de Atractivos Naturales

Inventario de Atractivos Naturales			
Parroquia	Denominación	Número	Cantón
Marcos Espinel	Atractivos Naturales	1	Pillaro
Baquerizo Moreno	Atractivos Naturales	4	Pillaro
E. María Terán Rumipamba	Atractivos Naturales	6	Pillaro
San Andrés	Atractivos Naturales	5	Pillaro
San José de Poalo	Atractivos Naturales	4	Pillaro
San Miguelito	Atractivos Naturales	6	Pillaro
Urbina	Atractivos Naturales	4	Pillaro

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Toapanta Y.2021

Conforme la revisión de literatura consultada se visualiza, en la (Tabla 8) el resumen de sitios inventariados como bienes patrimoniales, bienes muebles, tanto tangibles e intangibles reconocidos por el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) con los que cuenta el cantón.

Tabla 8-4 Patrimonio

BIENES MUEBLES INVENTARIADOS			
Parroquia	Denominación	Número	Cantón
Cabecera Cantonal	Vivienda	117	Pillaro
Baquerizo Moreno	Vivienda	14	Pillaro
E. María Terán	Vivienda	17	Pillaro
San Andrés	Vivienda	22	Pillaro
Marcos Espinel	Vivienda	14	Pillaro
San Miguelito	Vivienda	137	Pillaro
Presidente Urbina	Vivienda	11	Pillaro

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio INPC
Elaborado: Equipo Consultor PDyOT 2014

Acorde a la información recabada, existe un total de 332 bienes muebles inventariados en las 9 parroquias que conforma el cantón Píllaro con denominación vivienda, destacamos que la parroquia San Miguelito cuenta con el mayor número de bienes y la parroquia Presidente Urbina con un menor número de bienes muebles.

Tabla 9-4 Inventario bienes culturales del cantón píllaro reconocidos por el I.N.P.C

Inventarios culturales del cantón Píllaro reconocidos por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	
Bienes	Número
Inmuebles	325
Muebles	72

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultura
Elaborado: Equipo Consultor del PDyOT 2014

En la presente tabla se detalla que el cantón cuenta con un total de 397 bienes reconocidos por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), entre ellos 325 bienes inmuebles y 72 bienes muebles.

Tabla 10-4 Bienes inmuebles inventariados

Bienes Inmuebles inventariados			
Parroquia	Denominación	Número	Cantón
Cabecera Cantonal	Bienes Culturales	21	Pillaro
Baquerizo Moreno	Bienes Culturales	5	Pillaro
E. María Terán Rumipamba	Bienes Culturales	6	Pillaro
San Andrés	Bienes Culturales	14	Pillaro
San José de Poalo	Bienes Culturales	1	Pillaro
San Miguelito	Bienes Culturales	25	Pillaro

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio INP
Elaborado: Equipo Consultor PDyOT 2014

De igual forma se procedió a revisar otras fuentes bibliográficas sobre la oferta turística del cantón, cuya información se resumen que, cuenta con un total de 72 bienes culturales, en su mayoría encontradas en la parroquia San Andrés y en su minoría con un bien cultural en la parroquia San José de Poaló, los mismos se hallan en los archivos del Instituto Nacional de Patrimonio INP y Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Municipio del Cantón Santiago de Píllaro.

Tabla 11-4 Sitios y Potenciales Turísticos

Parroquia	Sitios Turísticos	Sitios con demanda Turística
Baquerizo Moreno	Complejo recreativo Plazuela Cascadas; La Toma, Caños Bravo y Pugs	Cascadas; La Toma, Caños Bravo y Pugs
Terán	Complejo Monte Verde y Paradero Don Omero Pesca deportiva Tarabita (quillan) Quillan alemania el excuartel donde elaboraban jugo de uva y Vino. Canopy y cabañas. Las 7 cascadas (este atractivo se encuentra limitada entre las Parroquia Terán y San Miguelito.) frontera	Quillan alemania el excuartel donde elaboraban jugo de uva y Vino. Canopy y cabañas. Las 7 cascadas (este atractivo se encuentra limitada entre las Parroquia Terán y San Miguelito.) frontera.
Marcos Espinel	Laguna (aluleo angascocha)	Laguna (aluleo angascocha)
San Miguelito	Huaynacuri (plaza de la resistencia Indígena) Museo en San Juan Paraderos señor. Campaña y señor Moposita Cabaña Quinta María Soledad Las 7 cascadas (este atractivo se encuentra limitada entre las Parroquia Terán y San Miguelito.) La Gruta/mirador	Las 7 cascadas (este atractivo se encuentra limitada entre las Parroquia Terán y San Miguelito.) La Gruta/mirador
San José de Poalo	Parque Nacional Llanganates, Asociación de turismo Comunitario Asociación "paisaje Andino" Granja Agroecológica	Parque Nacional Llanganates Granja Agroecológica
San Andrés	Piscinas Complejo Municipal Huapante Complejo recreacional Agua Azul Complejo el Porvenir Carlosanto (criadero de truchas) Sitios Turísticos Andagualo San Isidro	Piscinas Complejo Municipal Huapante Carlosanto (criadero de truchas) Complejo el Porvenir Sitios Turísticos Andagualo San Isidro
Urbina	La playa y trochi playa, tentadero	La yungulla Fuentes de aguas termales Molinos viejos
Pillaro Cabecera Cantonal	Piscinas turco Burbujas Complejo el Olimpo	Complejo el Olimpo

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Yadira T. 2021

El cantón Píllaro al contar con sus parroquias ricas en producción agrícola, una biodiversidad incomparable y abundancia de atractivos turísticos con alto potencial turístico en historia cultural, natural así como arquitectónica, actualmente ha ido tomando fuerza durante el transcurso de los últimos años a través de la oferta turística responsable y segura, además de su mejora en su infraestructura, instalaciones y equipamiento, calidad en servicios de atención al cliente, aumento de señaléticas, productos y servicios estructurados para ser promocionado entre otros, trayendo con ellos un crecimiento en su demanda, se crean vínculos con la sociedad privada y con ello el fortalecimiento de seguir desarrollando y alcanzando metas de crecimiento dentro del área turística.

De la investigación realizada, a continuación, se resaltan los sitios que han sido considerados.

Tabla 12-4 Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales Prioritarios

Atractivo turístico	Categoría	Tipo	Sub tipo
Diablada Pillareña	Manifestaciones culturales	Folklore	Música y Danza
Elaboración de máscaras de la Diablada Pillareña	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Monumento
Mirador Estatua de Rumiñahui	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Monumento
Museo de Rumiñahui	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Museo
Danzante del Corpus Cristi	Manifestaciones culturales	Folklore	Música y Danza
Elaboración de Guitarras	Manifestaciones culturales	Folklore	Artesanías y Arte
Tradicional Pato al Lodo	Manifestaciones culturales	Folklore	Gastronomía
Cerro Hermoso	Atractivos Naturales	Montañas	Media Montaña
Laguna Pisayambo	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
Cascada la Toma	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas
Cascada Caños Bravo	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas
Cascada el Pugs	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas
Parque Nacional Llanganates	Atractivos Naturales	Bosques	Paramo

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado: Toapanta Y.2021

Dentro del cantón Píllaro existe una gran variedad de atractivos turísticos naturales, manifestaciones culturales, bienes muebles e inmuebles dispersas en las 9 parroquias, por muchos años al turismo no lo veían como un ente generador de economía, razón por la cual no fueron promocionados ni visitados, muchos de ellos actualmente ya no existen, otros están olvidados por diferentes motivos. Actualmente podemos decir que este sector del turismo ha ido tomando mayor importancia, el actual alcalde ha visto en cada uno de estos sitios una viabilidad para que el cantón surja y encaje como potencial turístico, los trece atractivos priorizados descritos a continuación fueron tomados para establecerlos en la ruta turística.

Diablada Pillareña



Figura 2-4 Gráfico 2 Diablada Píllareña
Fuente. Guachi.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Folcklore

Sub tipo: Música y danza

Origen de la diablada en Píllaro, nace la parroquia Marcos Espinel en la familia Córdova en ese entonces era muy poderosa y no permitía que la gente extraña llegue a enamorar a las bellas chicas de su tierra, hasta que un día con ingenio utilizaron calabazas dando forma fantasmal, forradas con papel de color rojo en las cuales internamente ponían velas que daban impresiones feas y desagradables, sin obtener resultado alguno, por lo que comenzaron a vestirse de Diablos o fantasmas para lograr su propósito. Otra versión narra que por los años de 1930 en Píllaro la gente era muy temerosa a Dios, en varios sectores comenzaron a mencionar que aparecen la loca viuda, el duende, la uña guille, el hombre de las cadenas, el fantasma, y el Diablo aprovechando de esta situación empezaron a disfrazarse por las noches para no ser reconocidos, ocultándose en los callejones, caminos, casa viejas, cementerios, bosques y quebradas para asustar a la gente que caminaba por la noche cuidando su ganado, o cuando salían de las fiestas, reuniones, comenzaron a bailar y golpear los asieles contra el suelo y pronunciando palabras de achachay, arrarray, silbidos, gritos, por lo que corrían despavoridos a sus casas.

Iniciándose de esta forma la Diablada Pillareña, un baile organizado en un inicio con 19 personas, sus propios pasos al ritmo de la música banda, sus vestimentas originales constituida por, caretas, pañuelos, capas, animales disecados, zapatos especiales, guantes, alas, pelucas, cabestros, etc. (Cruz, 2017, p. 114).

Elaboración de Mascaras de la Diablada Píllareña



Figura 3-4 Gráfico 3 Elaboración de máscaras de Diablo
Fuente. Vive Tungurahua2021(foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Folcklore

Sub tipo: Artesanía y Arte

Ángel Gabriel Velasco Esparza, estuvo alejado de su amado Píllaro por 13 años ya que estaba viviendo en Joya de los Sachas, pero regresó, se casó y se quedó en la tierra que nunca pudo olvidar.

Nos cuenta que su experiencia con las máscaras empezó en su juventud, así, la primera vez que participó en la "diablada pillareña" alquiló los implementos porque no tenía nada, sin embargo, para la segunda ocasión ya hizo su primera máscara, sin saber cómo hacerla, a punto intuición, sin molde y sin técnica.

A sus 22 años elaboro su primera mascara conllevándolo desde ese momento a ser pionero en el cantón, nos cuenta con gran humildad, que su momento de más "fama", fue cuando el gran artista ecuatoriano, el maestro Oswaldo Guayasamín llegó a Píllaro, y le pidió que le vendiera sus máscaras. Ángel le vendió varias máscaras, incluyendo las primeras que hizo. El maestro Guayasamín le invitó a Quito, para que viese sus máscaras en la Capilla

del Hombre, también nos cuenta que le encargaba realizar máscaras, pero solo en el "color del papel", porque Guayasamín las pintaba.

Su temporada más alta, cuando más vende, es previos a la diablada, sin embargo, suelen llegar personas de todo el país a comprarle sus máscaras, puesto que lo han visto en varios de los reportajes de televisión en los que ha sido entrevistado.

Ángel oferta máscaras, coronillas, pelucas, que son las que se usan para la diablada. Las que más se venden son las máscaras y las coronillas. Las mejores máscaras, las que él hace con total dedicación, las vende en su local puesto que piensa que el cliente que ha llegado hasta ahí debe llevarse algo bien hechitos (Vive Tungurahua, 2019).

Mirador Estatua de Rumiñahui



Figura 4-4 Gráfico 4 Miradora de Rumiñahui
Fuente. Toapanta Y.2021(foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Arquitectura

Sub tipo: Área Patrimonial/Arqueológica

Este sector es un estupendo mirador, adecuado para realizar camping o simplemente para tomarse un pequeño descanso en medio de la naturaleza. Pero más allá de eso, es el lugar natal del mítico héroe indígena Rumiñahui en cuyo honor se ha edificado un monumento de granito al cual acuden sus habitantes año a año a celebrar las fiestas del Inti Raymi durante los meses de mayo y junio.

En el Mirador de Huaynacuri, se conserva imponente y misterioso del cual se cuentan mil leyendas en diferentes épocas de la historia. Un mirador natural conformado por el paisaje que se puede admirar. Es una amplia meseta con apariencia de un balcón natural, sitio

desde donde se contemplan, los atractivos de la ciudad, al llegar al mirador puede realizar camping o simplemente descansar.

Actualmente el I. Municipio de Píllaro se encuentra trabajando en un gran proyecto en el sector el mismo que comprende un gran parque con monumentos de todos los héroes indígenas de este cantón, este gran parque comprende primeramente una plazoleta en la cual se realizarán eventos socio – culturales los fines de semana. Un mirador con una belleza única, para llegar a la cima hay que recorrer un hermoso recorrido que poco a poco va mostrando la belleza de la ciudad de Píllaro; desde el mirador se puede contemplar algunos lugares de historia de la ciudad, donde las coloridas y coloniales casas dan vida al irregular relieve sobre el cual las han edificado.

A este sitio se iban en peregrinación los puruháes y los panzaleos a realizar los rituales para enseñar a los adolescentes sobre la pesca, la confección de armas, el manejo de lanzas para las guerras, las artesanías, las cosechas y la cacería de animales.

Se habla de que en los Llanganates fue enterrado por Rumiñahui una parte del tesoro impagado por el rescate de Atahualpa. Este erario, que un ejército de indígenas llevaba a Cajamarca, fue ocultado en lugares que solamente el Ati Rumiñahui conoció muy bien (Viajando X, 2021) .

Actividades que se puede realizar: Caminatas, fotografía.

Museo de Rumiñahui



Figura 5-4 Gráfico 5 Museo de Rumiñahui
Fuente. Toapanta Y.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Arquitectura

Sub tipo: Museo

A cinco minutos de Píllaro (Tungurahua), en el caserío San Juan de San Miguelito, está localizado el Museo Rumiñahui, un lugar acogedor en medio del páramo, donde es posible conocer buena parte de la historia de la cultura pillareña.

El museo es uno de los sitios más interesantes fantásticos novedosos y llenos de cultura, tradiciones e historia de todo el país, aquí está la galería que lleva 20 años exponiendo la historia y prehistoria de los pueblos Panzaleo, Puruhá y Cosanga Píllaro, mediante una extensa exhibición de objetos antiquísimos encontrados en todo el cantón, tales como vasijas de barro, piedras talladas, murales, armas de piedra, huesos y pinturas de esta cultura.

El museo pertenece a Luis Alberto Lara Arcos, de 49 años de edad, respetado arqueólogo y maestro de la localidad, quien ha dedicado su vida a realizar excavaciones y expediciones a sitios poco conocidos como las vertientes del Parque Nacional

Llanganates o los vestigios de Huaynacuri. La galería está divida en tres salas adjuntas, en la primera sala se puede observar una gran colección prehispánica de vasijas, pondos, ollas y recipientes de barro y arcilla, en las cuales se muestran dibujos y jeroglíficos de las culturas Panzaleo y Puruhá, extensa colección de vasijas funerarias, recipientes de barro lo suficientemente grandes para los príncipes y caciques indígenas. En la segunda habitación, se exhibe una amplia compilación de huesos, conchas y corazas de animales prehistóricos que habitaron el altiplano hace más de 5.000 años. Madera petrificada, resinas con insectos en su interior y restos vegetales, entre otros. En el Museo Rumiñahui existe una cantidad de restos fósiles petrificados de animales y vegetales hallados en el cantón, entre los que consta una gran piedra que pesa unos 3 quintales, además de un pedazo quizá de algún meteorito, encontrado en la comunidad pillareña de Huapante. A esta colección se incluyen las armas y herramientas de piedra, entre cuchillos de oxidiana, agujas de hueso y otras piedras que se cuenta tienen poderes curativos, en algunos casos sacadas de tumbas de hasta cuatro metros de profundidad (Vive Tungurahua, 2019).

Danzante del Corpus Cristi



Figura 6-4 Gráfico 6 Danzante del Corpus Cristi
Fuente. Guachi.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Folcklore

Sub tipo: Música y Danza

En Píllaro los danzantes, así como los guacos, sanjuanitos y más bailarines, según la monografía de Píllaro, del padre Coba Robalino, data del tiempo incaico.

En ese entonces, Atahualpa con su esposa, la reina Cori Duchicela, salía a recorrer y conocer las provincias del Reino de Quito, y en Píllaro era recibido por Atipillaguazo, con desfiles y bailes alrededor del danzante.

Esta tradición se la conserva con fidelidad en la parroquia de San Andrés de Píllaro por parte de los habitantes, que lo emulan en las festividades del Corpus Christi, los Danzantes de San Andrés se presentan limpia y lujosamente vestidos; llevan en la cabeza cuatro penachos de plumas de pavo real, cuya armazón se cubre con una superficie adornada con infinidad de objetos brillantes, descansando todo esto en un sombrero. Ellos se cubren la cara con una careta de malla metálica, en la que de la frente penden sartas de monedas de plata pequeñas. El rostro de la cabeza este cubierto con un pañuelo de seda.

El danzante se viste con una túnica semejante a la vestimenta llamada alba, que los sacerdotes se ponen para celebrar misa. Al frente, de la cintura para abajo, se coloca una tela-espejo totalmente cubierta de monedas grandes de plata antigua. En el pecho llevan una superficie ovalada cubierta de piedras brillantes. En cada pierna se atan una sarta de cascabeles que suenan al caminar y bailar.

Sus pies están protegidos con zapatos de madera llamados zuecos. En la cintura, por la parte posterior, llevan, suspendidas telas de variados colores.

Completa el adorno posterior una faja ancha de tela que baja desde los penachos. En la mano derecha llevan una espada y en la izquierda un pañuelo; luego cambian el pañuelo por una paloma que en cierto momento la suelta al público.

La música triste que acompaña al danzante es interpretada por un conjunto de tambores y flautas típicas. La esposa del bailarín le sirve de vez en cuando una taza con un batido especial, a fin de que soporte el trajín y el peso que lleva sobre su cabeza (Hora, 2006).

Elaboración de Guitarras



Figura 7-4 Gráfico 7 Elaboración de Guitarras
Fuente. El Comercio.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Folcklore

Sub tipo: Artesanía y Arte

En los cantones de Píllaro y Tisaleo, en Tungurahua, tres artesanos mantienen vigente el arte de la elaboración de las arpas y las guitarras. Ellos se resisten a dejar esa actividad que heredaron de sus padres o que aprendieron como un oficio en su niñez. Su historia se guarda en el taller de Víctor Siza, de 58 años, en su natal parroquia San Miguelito de Píllaro, considerada la cuna de los artesanos que construyen guitarras y arpas. En el lugar el olor a madera aromatiza el ambiente. Es uno de los músicos y artesanos más reconocidos de este poblado de Tungurahua.

A dos kilómetros, frente al parque central de la parroquia San Miguelito, se levanta el taller de Rafael Robalino, uno de los últimos artesanos en la elaboración de guitarras. El oficio aprendió de su padre Filoteo, uno de los artesanos reconocidos a escala nacional e internacional por la calidad de sus guitarras (Moreno, 2021, p. 9).

Tradicional Pato al Lodo



Figura 8-4 Gráfico 8 Tradicional Pato al Lodo
Fuente. Google 2021 (foto)

Descripción

Categoría: Manifestaciones Culturales

COD: MC

Tipo: Folcklore

Sub tipo: Gastronomía

En Píllaro**,** Tungurahua, nació un plato considerado único y original. Es una preparación que revive tras ocho siglos de historia**,** pues es originaria de la gastronomía ancestral de los Panzaleo, además de un legado preincaico de un pueblo cargado de tradiciones que identifican a los pueblos andinos.

Junto con el Museo Rumiñahui, el Parque Nacional Llanganates y la 'Diablada Pillareña', es lo más significativo que trascendió a través de los tiempos de esa importante cultura de la Sierra central del Ecuador.

Ángel Amores, tuvo la idea de poner un restaurante y preparar algo original y diferente motivado por ese deseo, investigó la historia, realizó excavaciones en busca de restos arqueológicos que le aclararan su idea de emprendimiento, descubrió que sus antepasados cocinaban las aves que cazaban envueltas en barro. Fue dándole forma al plato y cumplió el propósito que quería, hacer una comida completamente diferente.

Antiguamente una de las costumbres que tenían los panzaleos era enterrar a los muertos con vasijas y cosas valoradas por los difuntos, entre ellas comidas. "Una de esas era el

pato al lodo, como se veía en la imagen", refirió Amores. Entonces fue cuando se le ocurrió intentar rescatar e innovar el plato ancestral, el barro negro lo obtienen en la parte alta del Parque Nacional Llanganates.

La materia prima fue llevada a un laboratorio para analizarlo y comprobar la riqueza en minerales de la tierra, y que no tenga en su composición metales pesados. Concluyeron que los minerales transformaban a la preparación en nutritiva, saludable y de buen sabor (Expreso, 2020).

Atractivo Cerro Hermoso



Figura 9-4 Gráfico 9 Cerro Hermoso
Fuente. Google 2021(foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Montaña

Sub tipo: Media Montaña

Conocida como una de las montañas más lindas del Ecuador. Tiene una altitud de 4571 m s. n. m. ideal para ascensiones especialmente a partir del mes de septiembre. Es considerada como un sitio, donde se celebraban ceremonias de adoración indígena.

Desde siempre Píllaro ha sido el punto de partida hacia Llanganati y resulta que no existe otra entrada que ésta. Los antiguos habitantes bautizaron así a la zona quizá asombrados por la sublime apariencia de sus cumbres cuando son iluminadas por el sol de la tarde.
El Cerro Hermoso es la montaña central de la cordillera de Llanganati, que no es exactamente una cordillera sino un sistema raro de tres sierras agrupadas, metidas en una parte del callejón interandino y que salen como ramificaciones de la Tercera Cordillera de los Andes ecuatorianos.
La montaña es de origen cretáceo y en su interior alberga una gran reserva de piedras preciosas**,** entre ellas oro, cuarzo, pirita, ferrita, cobre y otros minerales. Se cree que la

concentración de este material no es exclusiva de Cerro Hermoso sino de todo el territorio. Muchos montañistas que han ascendido a los Llanganates aseguran que allí las agujas de las brújulas son afectadas por la presencia de dichos minerales (Viajando X, 2021).

Laguna Pisayambo



Figura 10-4 Gráfico 10 Laguna de Pisayambo
Fuente. Toapanta Y.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Ambiente Lacustre

Sub tipo: Laguna

La Laguna de Pisayambo se encuentra ubicada en las inmediaciones del Parque Nacional Llanganates, por la vía que conduce a la parroquia San José de Poalo.

La Laguna de Pisayambo se encuentra ubicada en las inmediaciones del Parque Nacional Llanganates, por la vía que conduce a la parroquia San José de Poaló, el acceso es fácil y se la puede apreciar desde la carretera misma.

En los meses de agosto y septiembre se pueden apreciar oleajes producto de los fuertes viento que hay en la zona.

La Laguna Pisayambo tiene forma elipsoidal, es la más grande e importante del sector, razón por la cual se ha considerado su dimensión para denominarlo lago; sus aguas son aprovechadas para la generación eléctrica, una vez turbinadas las mismas son reutilizadas en el canal de riego Píllaro.

Desde la Laguna de Pisayambo, en las partes más altas es posible observar la Cordillera de los Llanganates, la irregularidad del suelo, la flora y la fauna asociada y los causes de agua más pequeños lo que le confiere ciertas características especiales (Viajando X, 2021).

Actividades: fotografía de la biodiversidad y del paisaje existente recorridos para realizar estudios de flora, se puede definir un área de camping cercana a la laguna.

Cascada la Toma



Figura 11-4 Gráfico 11 Cascada la Toma
Fuente. Baquerizo M.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Ríos

Sub tipo: Cascada

La cascada "la Toma" se encuentra a 3259 msnm. Presenta dos caídas de agua de cristalina, la más lejana y pequeña de 10m de altura aproximadamente y la más cercana de 15m de altura. Debido a la buena calidad de agua que posee la cascada la población capta agua para riego desde esta vertiente, por ello su denominación como "La Toma". El trayecto en caballo o a pie, es una verdadera aventura, observación de flora donde predomina pajonal y almohadillas, fauna como conejos y con mucha suerte es posible observar huellas recientes de la presencia de osos de anteojos.

Cascada Cañón Bravo



Figura 12-4 Gráfico 12 Cascada Cañón Bravo
Fuente. Baquerizo M.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Ríos

Sub tipo: Cascada

Es una de las cascadas que existen en la parroquia. Baquerizo Moreno es otra de las parroquias de Tungurahua que le apunta al turismo al aire libre con el objetivo de ofrecer a los visitantes espacios seguros para conocer en medio de la emergencia sanitaria (Entorno Inteligente, 2020).

Cascada el Pugs



Figura 13-4 Gráfico 13 Cascada el Pugs
Fuente. Baquerizo M.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Ríos

Sub tipo: Cascada

La cascada "el Pugse" debe su nombre a la planta del mismo nombre pues en sus cercanías existe presencia mayoritaria de esta especie, que ha no ser por sus espinos, podría ser usada a manera de paraguas, pues algunas hojas alcanzan un diámetro mayor a 3 metros. La cascada nace a una altura de 3316 msnm y presenta una caída de agua de cristalina de 20m de altura aproximadamente. El recorrido hacia la cascada en caballo o a pie, se convierte en una verdadera aventura de ascenso moderado, con observación de flora donde predomina pajonal y almohadillas fauna como conejos y con mucha suerte es posible observar huellas recientes de la presencia de osos de anteojos (Baquerizo Moreno , 2020).

Parque Nacional Llanganates



Figura 14-4 Gráfico 14 Parque Nacional Llanganates
Fuente. Toapanta Y.2021 (foto)

Descripción

Categoría: Atractivos Naturales

COD: AN

Tipo: Bosque

Sub tipo: Páramo

"El Parque Nacional Llanganates es famoso por "El Tesoro de la Llanganatis" según la leyenda, en esta zona está escondido el tesoro del Reino de Quito el cual fue enterrado para alejar de la codicia a los conquistadores. Es por ello por lo que desde la época de la Colonia, personas aventureras y expedicionarios han ido a buscar el mítico tesoro. (José, 2011, pág. 126)

Fue declarado Parque Nacional el 18 de enero de 1996 y se encuentra ubicado entre las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Napo y Pastaza. Esta reserva natural es un maravilloso refugio de vida silvestre, en la que existe una gran concentración de biodiversidad, hoy en día son los visitantes buscan estudiar las plantas y las aves los que más acuden a este Parque Nacional Llanganates ya que la biodiversidad existente les permite desarrollar sus investigaciones a cabalidad.

Por su riqueza de historia y leyendas, muestra un gran potencial de desarrollo de turismo histórico cultural, Píllaro puerta de un mundo desconocido para la geografía, ignorado por la historia, e inadvertido por las ciencias naturales (Saquinga, 2016, p. 158).

4.3. Propuesta de diseño de la ruta que permita incrementar el turismo en el cantón Santiago de Píllaro para generar alternativas económicas para la población.

4.3.1. Antecedentes

Themis (2017) menciona "una ruta se transformará en un producto turístico en el momento en el que se conforma una oferta comprable en algunos de los canales de comercialización turística, integrando una oferta" (p.73), para el caso queda claro que la estructuración de una ruta turística debe concebirse como el diseño de un producto turístico en si o de varios productos turísticos concatenados (SENA, 2013).

Ibarra & Velarde (2011) definen que la creación de una ruta puede significar el inicio de una nueva visión en el futuro del turismo que se desea en la región, cuya prioridad sería la sustentabilidad, por medio del aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales. La evolución de los mercados turísticos y la motivación de los turistas para visitar un destino turístico determinado ha cambiado en el tiempo, y en la actualidad un buen número de turistas viajan con el deseo no sólo de ser un espectador sino con el interés de conocer e involucrarse con la conservación de la naturaleza, la cultura y tradiciones de la localidad visitada.

La finalidad de toda ruta turística es, el incremento, en su conjunto, de la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolla, en este contexto, a continuación, se muestra los pasos para establecer la ruta turística.

4.3.2. Diseño de la ruta turística cantón Santiago de Píllaro

Se propone una ruta que permitirá incrementar el turismo, con ello el compartimiento de aquellos hechos históricos, leyendas, cultura, tradición los mismos que serán narrados en su recorrido y conjuntamente la generación de empleos y alternativas de crecimiento económico para la localidad.

4.3.3. Mapa de la Ruta Turística

La siguiente ilustración indica el recorrido total de la ruta, abarcando los diferentes atractivos (Grafico 16).



Figura 15-4 Gráfico 15 Mapa georreferenciado de lugares turísticos cantón Pillaro
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

4.3.4. Descripción de la ruta

Se elaboró un mapa turístico con los atractivos más representativos que tiene el cantón Santiago de Píllaro y que forman parte de la ruta turística, determinando su localización y el acceso hacia cada uno de ellos en función de la potencialidad en turismo.

Se considero 13 atractivos turísticos en total, entre ellos están sitios naturales y culturales con más relevancia tanto en oferta y demanda dentro del cantón y el buen estado en que se encuentran su infraestructura.

4.3.5. Guion de visitas

El presente diseño de ruta turística dentro del cantón se ejecuta en tres días ya que cierto de los lugares turísticos tienen caminatas de largas horas.

- Protocolo de Bienvenida

Buen día, el día de hoy realizaremos un recorrido dentro del cantón Santiago de Pillaro, donde disfrutaremos del contacto directo con la naturaleza, reseñas históricas, arqueología etc. Se ofrecen una gran cantidad de productos que son muestra de la diversidad del cantón.

El recorrido tendrá una duración aproximada de 6 horas, durante el mismo les invito a disfrutar de los productos que se comercializan.

Pueden registrar sus momentos más emotivos con sus cámaras, celulares o videograbadoras, por favor no descuiden sus objetos personales y recuerden que estaremos atentos a responder sus inquietudes.

- Introducción

Píllaro es un excelente destino gracias a su ubicación y su clima, un cantón privilegiado por poseer maravillas escondidas de naturaleza y cultura, conocido por propios y extraños por la diablada pillareña, al igual por ser las puertas al Parque Nacional Llanganates, donde escritos históricos mencionan que ahí fue donde el general Rumiñahui escondió el tesoro de Atahualpa y su gran diversidad en flora y fauna, en el recorrido de la ruta se realizara diferentes actividades recreativas, de aventura y deportes extremos como senderismo, acampadas, acenso y descenso de cascadas, gastronomía típica, actualmente el cantón recibió el sello Safe Travels como destino turístico seguro el 8 de Septiembre del 2020.

- Actividades

Dia 1. Salida del cantón Píllaro hacia nuestra primera para, el taller del señor Ángel Velasco uno de los personajes que es reconocido por su trayectoria en la elaboración de máscaras de la Diablada Pillareña, en este punto escucharemos una breve reseña de su recorrido, nos dará a conocer su momento de fama al recibir en su taller al maestro Oswaldo Guayasamín, posteriormente nos dirigimos a la comunidad Huapante de la misma manera la comunidad nos dará la bienvenida un pequeño recibimiento propio del lugar, el líder nos relatara una breve charla sobre cómo nace los Danzantes del Corpus Cristi y como elaboraron sus trajes, consiguiente visitaremos la parroquia San Miguelito donde encontraremos tres interesantes sitios, la estatua del general Rumiñahui plaza de la resistencia indígena ubicado en el barrio Huaynacurí considerado por expertos como el primer centro de adoración de los indígenas Puruháes, consecutivamente el museo de Rumiñahui ubicado en el barrio San Juan donde nos recibirá el Lic. Luis Lara, aquí apreciaremos una galería con restos arqueológicos la misma que ya lleva 20 años exponiendo la historia y prehistoria de los pueblos Panzaleos, continuamos con nuestra visita y tenemos nuestra parada técnica en el paradero delicias de la Pachamama donde degustaremos del plato típico el pato al lodo acompañado con su chicha y ají, de la misma forma don Ángel nos explicará como logro rescatar este plato ancestral de la cultura

panzaleo, posteriormente finiquitamos con la elaboración de guitarras, en este lugar nos relataran una breve reseña histórica y como ha transcendido este legado hasta su generación actual.

Día 2 (se pone a consideración que se realizará esfuerzo físico y recorrido de larga distancia por cual se dota de alimentación predecible, equipo de primeros auxilios y principalmente de una adecuada vestimenta**.)**

Salida del cantón Píllaro hacia el recorrido visitaremos la parroquia Baquerizo Moreno donde guías locales nos recibirán, a continuación, representarán los puntos relevantes que se debe considerar antes y durante el recorrido, amas de una pequeña charla de seguridad, en este punto realizaremos la visita al tres diferentes cascadas la Toma, Pugs y Cañón Bravo.

En el transcurso se realizará observación de aves, flora y fauna, se hará referencia a plantas medicinales.

Dia 3 (se pone a consideración que se realizara esfuerzo físico y recorrido de larga distancia por cual se dota de alimentación predecible, equipo de primeros auxilios y principalmente de una adecuada vestimenta**.)**

Salida del cantón Píllaro hacia los puntos finales de la ruta, nos dirigimos al Parque Nacional Llanganates donde guardaparques nos dotara de información generales del parque, su plan de manejo, medidas de seguridad y los puntos de emergencia que se encuentran dentro de esta área posteriormente nos encaminaremos a dos sitios emblemáticos, nos orientamos al primer punto que nos conllevara un estimado de 2 a 3 horas de caminata en el transcurso percibiremos diversidad de flora y fauna, plantas de uso medicinal puntos de descanso e historia del lugar, al llegar al sitio experimentaremos una de los más grato paisaje, aquí se realiza un lunch, se prosigue con una caminata hacia la Laguna de Pisayambo uno de las zonas de interés económico y generador de energía eléctrica ,se realizara una caminata alrededor de la laguna en la misma podrán realizar fotografía y su respectivo lonch. Posteriormente se emprenderá el regreso a Píllaro.

- Lugares para visitar estarán en el siguiente orden:
    1. Diablada Pillareña
    2. Elaboración de máscaras de la Diablada Pillareña
    3. Danzante del Corpus Cristi
    4. Mirador Estatua de Rumiñahui
    5. Museo de Rumiñahui
    6. Elaboración de Guitarras

7. Tradicional Pato al Lodo
8. Cascada la Toma
9. Cascada Caños Bravo
10. Cascada el Pugs
11. Cerro Hermoso
12. Laguna Pisayambo
13. Parque Nacional Llanganates

4.3.6. Itinerario

Tabla 13-4 Ruta Cara de Piedra

Hora	Actividades	Lugar
8h30 am	Salida del centro del cantón Pillaro Taller, Elaboración de máscaras de Diablo.	Centro del cantón Santiago de Pillaro.
8h45 am	Ingreso, charla generalizada del lugar, enseñanza de la elaboración y toma de fotografías.	Centro del cantón Santiago de Pillaro.
9h15 am	Salida comunidad Huapante Danzante del Corpus Cristi.	Parroquia San Andrés.
9h30 am	Recorrido dentro de la comunidad, compartimiento de conocimientos ancestrales, reseña histórica sobre nacimiento del Danzante del Corpus Cristi	Parroquia San Andrés
10h20 am	Salida al mirador y estatua Rumiñahui	Parroquia San Miguelito
10h40 am	Caminata dentro del mirador, toma de fotografías, vista panorámica.	Parroquia San Miguelito, barrio Huaynacuri
11h10 am	Salida Museo de Rumiñahui	Parroquia San Miguelito, barrio San Juan
11h20 am	Recibimiento por el Lic. Luis Lara, ingreso a las instalaciones, exposición de las diferentes piezas, leyenda del lugar.	Parroquia San Miguelito, barrio San Juan
12h00 am	Salida Taller Elaboración de Guitarras	Parroquia San Miguelito
12h15 am	Ingreso al taller, demostración de su manufactura y relato de su transcendencia hasta la actualidad, toma de fotografías	Parroquia San Miguelito
13h30 pm	Almuerzo típico de la zona Demostración empírica de su elaboración y degustación del tradicional Pato al Lodo	Parroquia San Miguelito, barrio San Vicente
14h30	Retorno al centro del cantón Píllaro	Cantón Píllaro
Requisitos para el recorrido: ropa cómoda, zapatos deportivos, gorra o sombrero, protector solar, cámaras fotográficas y de video, bebidas hidratante. **Restricciones para el recorrido:** llevar fuertes cantidades de dinero, bebidas alcohólicas.		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Toapanta Y.2021

Tabla 14-4 Ruta del Yaku (agua)

Hora	Actividades	Lugar
5h45 am	Concentración y preparación para la salida a los diferentes atractivos naturales.	Centro del cantón Santiago de Pillaro
6h00 am	Salida a la parroquia Baquerizo Moreno	Centro del cantón Santiago de Pillaro
6h45 am	Llegada, recibimiento de guías locales, breve charla sobre el recorrido a realizarse y medidas de seguridad.	Parroquia Baquerizo Moreno
7h00 am	Salida a la cascada la Toma.	Parroquia Baquerizo Moreno
11H20 pm	Se realiza fotografía y recorrido interpretativo de su paisaje natural.	Parroquia Baquerizo Moreno
12h00 pm	Parada técnica Almuerzo	Parroquia Baquerizo Moreno
12h30 pm	Salida a la cascada Pugs.	Parroquia Baquerizo Moreno
13h20 pm	Se realiza fotografías, caminata con interpretación de su flora y fauna.	Parroquia Baquerizo Moreno
13h50 pm	Salida a la cascada Cañón Bravo.	Parroquia Baquerizo Moreno
14h30 pm	Se realiza fotografías, recorrido guiado reconocimiento de especies de flora y fauna típicos del lugar.	Parroquia Baquerizo Moreno
15h00 pm	Retorno al centro del cantón.	Centro del cantón Santiago de Pillaro
Requisitos para el recorrido: ropa cómoda, zapatos deportivos, gorra o sombrero, protector solar, cámaras fotográficas y de video, bebidas hidratante. **Restricciones para el recorrido:** llevar fuertes cantidades de dinero, bebidas alcohólicas.		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Toapanta Y.2021

Tabla 15-4 Ruta Pillalla (sol, trueno)

Hora	Actividades	Lugar
5h00 am	Concentración y preparación de implementos necesarios para el recorrido.	Centro del cantón Santiago de Pillaro
5h30 am	Salida hacia la parroquia San José de Poalo	Centro del cantón Santiago de Pillaro
6h30 am	Llegada al Parque Nacional Llanganates bienvenida de guardaparques charla sobre medidas medio ambientales, protocolos de seguridad, conocimiento de puntos estratégicos dentro de la zona y plan de manejo.	Parroquia San José de Poalo
7h00 am	Nos orientamos hacia el punto final de la carretera, de donde emprenderemos una caminata hacia Cerro Hermoso.	Parroquia San José de Poalo
10h00 am	Llegada realización de diferentes actividades; fotografía, pequeñas caminatas dentro del atractivo, vista panorámica hacia los Ilinizas, al volcán Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.	Parroquia San José de Poalo
11h00 am	Salida a la Laguna de Pisayambo	Parroquia San José de Poalo
12h00 pm	Parada técnica Almuerzo	Parroquia San José de Poalo
14h00 pm	Se realizan actividades recreacionales, fotografías, reconocimiento de flora y fauna.	Parroquia San José de Poalo
15h00 pm	Retorno al cantón.	Centro del cantón Santiago de Pillaro
Requisitos para el recorrido: ropa cómoda apta para largas caminatas, zapatos adecuadas, gorra o sombrero, protector solar, cámaras fotográficas y de video, bebidas hidratante. **Restricciones para el recorrido:** llevar fuertes cantidades de dinero, bebidas alcohólicas.		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Toapanta Y.2021

4.3.7. Costos

Para la realización de la tabla de costo, se detalla gastos estimados en cada atractivo los mismos que incluye guía, alimentación y transporte, además se consideró la capacidad de pago de los turistas y el número mínimo de cada pax.

Tabla 16-4 Costos

Atractivos	Precios	Incluye	Variante
Cascadas de Baquerizo Moreno	$50 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Cerro Hermoso	$70 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Danzante de Corpus Cristi	$30 mínimo 8 pax	Guía Alojamiento Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Laguna Pisayambo	$60 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Llanganates Antigua Toma	$50 mínimo 8 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Elaboración de máscaras de la diablada	$30 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Gastronomía Pato al Lodo	$30 mínimo 5 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Mirador y Estatua de Rumiñahui	$35 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Museo de Rumiñahui	$30 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Parque Nacional Llanganates	$40 mínimo 8 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas
Elaboración de Guitarras	$30 mínimo 10 pax	Guía Alimentación Transporte	El precio varía por el número de personas

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Toapanta Y.2021

Conclusiones

- Mediante el diagnostico situacional estudiado se pudo definir el estado actual del cantón Santiago de Píllaro comprobando que es una zona con gran diversidad que no es promocionado, causas por la cual se evidencia una decreciente demanda, y con ellos pérdidas económicas, al ser un cantón multicultural por sus tradicionales festividades Píllaro al no contar con páginas web propia, con información tanto del cantón como de los destinos turísticos, no es fructífera en el desarrollo e incremento del turismo, la inexistencia de información causa perdida, ya que los posibles consumidores no pueden informarse de aquellos atractivos turísticos con el que cuenta, el mismo repercuta a la creación de métodos estratégicos de venta, orientados y encaminados a la promoción turística.
- Por medio de la recopilación de información de los diferentes sitios con los que cuenta el cantón a través de la utilización de distintas herramientas de investigación metodológicas analizamos aquellos conceptos definiendo los potenciales turísticos existente dentro del Cantón Santiago de Píllaro, por tal motivo, concluimos que es fundamental que el GAD cantonal preste mayor interés en lo que respecta a la generación de diferente proyectos turísticos los cuales cuenten principalmente con el levantamiento de información e inventarios de los sitios turísticos, ya que los mismos tiene gran valor e importancia, son utilizados como base para generar alternativas en creación de planes deseosos dentro del cantón, consigo convertirse en un destino de interés a nivel nacional.
- El análisis realizado para el diseño de la ruta turística la misma que permitirá incrementar el turismo generando alternativas en economía y mejoramiento de la calidad de vida, nos indica que, el cantón no cuenta con rutas turísticas estructuradas y promocionadas generando negativismo, creando poca incentivación para la actividad turística, es por esto que el diseño de una ruta es de vital importancia enfocada aquellos lugares de mayor interés y potencial turístico llegando a ser el plus en expandir el mercado dentro del cantón, el turista sabrá y se informara cómo llegar al lugar que pretende visitar y se generara difusión.

Recomendaciones

- Se recomienda al GAD promover e indagar la adecuada actualización de información sobre atractivos turísticos, ya que se ha evidenciado en las diferentes páginas web que la información se encuentra incompleta o distorsionada la cual para quienes las lean o las visiten crear una idea errónea de lo que realmente se pretende saber**.**
- El ministerio de Turismo del Municipio del cantón Píllaro debe enfatizar y promover la actualización y el levantamiento de información inventariando adecuadamente aquellos atractivos turísticos que están distribuidas en sus diferentes parroquias de igual manera es necesario que se mejore el sistema turístico, con el fin de vender al visitante producto de calidad, manteniendo una interrelación e interacción entre actores públicos y privados para el desarrollo turístico del cantón.
- La Administración Pública y el sector Privado de la localidad, es importante que conciban al turismo como una zona sin límites administrativos y se enfoquen en promover el desarrollo turístico, acogiendo proyectos, planes y trabajos de estudiantes que realizan sus investigaciones hacia diseños de rutas, productos nuevos e innovadores, marketing, aplicaciones app, entre otros buscando proponerlas y desarrollarlas dentro del cantón.

Referencias

Pedersen, A. (2005). *Gestión del Turismo en sitios de Patrimonio Mundial.* París Francia: Centro de Patrimonio Mundial de la Unesco.

Andrés Pinassi, S. E. (25 de Julio de 2017). *TURISMO Y ESPACIO TURÍSTICO.* Abril: Processo Editorial / Editorial Process. Obtenido de file:///C:/Users/PC0127/Downloads/3157-Texto%20do%20artigo-19372-1-10-20170725%20(1).pdf

Arévalo, J. (2 de Abril de 2010). *El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales*. Obtenido de Gazeta de Antropología: http://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html?affid=b521622dc42f464d377382b732e0e81f

Baquerizo Moreno . (2020). Obtenido de https://www.baquerizomoreno.gob.ec/

Boullón, R. C. (1990). *Planificacion del Espacio Turistico* . Mexico : Editorial Trillas, México, 1990. Bunge.

Calvopiña, V. V. (2011). *PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER EL TURISMO*. Obtenido de Repositorio Digital UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1651/1/43597_1.pdf

Camara, C. G. (2016). *mcn.* Obtenido de http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=ruminnahui

Campaña, C. (03 de Diciembre de 2020). *ESTRUCTURA UN NUEVO CATÁLOGO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS*. Obtenido de GADM Santiago de Píllaro: https://www.pillaro.gob.ec/?p=4223

Carrasco, E. A. (Enero de 2020). *Desarrollo de una guía turística para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santiago de Píllaro basada en Realidad Aumentada.* Obtenido de Repositorio PUCESA: https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2959

Chaparro, M. C. (03 de Enero de 2018). *Patrimonio cultural tangible*. Obtenido de Retos y Estrategias de Gestión: http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf

Chicaiza, T. D. (Abril de 2018). *APLICACIÓN WEB GEORREFERENCIADA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.* Obtenido de Repositorio UNIANDES: http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8639/1/PIUASIS015-2018.pdf

Cruz, N. (Abril de 2017). *ANÁLISIS DOCUMENTAL DE LAS LEYENDAS DE LA DIABLADA DE PÍLLARO Y SU CAMBIO EN LA HISTORIA*. Obtenido de ESPOCH: http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/6615/1/88T00219.pdf

Dzul, E. M. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Obtenido de UAEH: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Entorno Inteligente. (20 de Septiembre de 2020). Obtenido de https://www.entornointeligente.com/tres-cascadas-para-visitar-en-baquerizo-moreno-de-pllaro/#

Espin, M. (2016). *Diseñode Rutas Turísticas*. Obtenido de Academia: https://www.academia.edu/32072886/Ruta_Tur%C3%ADstica_Inventario_Tur%C3%ADstico

Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La Matriz de análisis DAFO(FODA)*. Obtenido de Roberto Espinosa : https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda

Expreso. (10 de Junio de 2020). El pato al lodo: un plato con sabor y aroma a la Pachamama. *expreso*, pág. 15. Obtenido de https://www.expreso.ec/ocio/cultura/pato-lodo-plato-sabor-aroma-pachamama-13278.html

Freire, D. C. (Enero de 2014). *MODELO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO ADMINISTRATIVO DEL ÁREA DE PROMOCION TURISTICA.* Obtenido de Repositorio UNIANDES: http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2638

González, S. A. (22 de Mayo de 2018). *Diagnóstico de la gestión turística con enfoque de desarrollo local participativo en el cantón Santiago de Píllaro.* Obtenido de Repositorio UTA: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28184

Gordón, O., & Goyes, W. (8 de Febrero de 2013). *"Inventario de atractivos Turísticos y Elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi para promover*. Obtenido de Repositorio digital UPEC: http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/179

Hernandez, J. M., & Lopéz, T. (2014). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico.* Obtenido de Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385975

Hora, L. (30 de Julio de 2006). Los danzantes, tradición milenaria. *La Hora lo que nessecitas saber*, págs. 1-15. Obtenido de https://lahora.com.ec/noticia/457332/los-danzantes-tradicin-milenaria

Ibarra, J. P., & Velarde, M. (2011). RUTAS TURÍSTICAS SUSTENTABLES COMO ALTERNATIVA PARAEL DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES. En *RUTAS TURÍSTICAS SUSTENTABLES COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES* (pág. 2009). México: Universidadde Guadalajara.

José, C. T. (05 de Enero de 2011). *Repositorio ITI.* Obtenido de http://repositorio.iti.edu.ec/handle/123456789/326

López, B. M. (Febrero de 2018). *ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA INTEGRAL EN LA PARROQUIA PRESIDENTE URBINA.* Obtenido de Respoitorio UNIANDES: http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8083

Madrazo, R. M. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 9.

Mata, S. L. (28 de Mayo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Obtenido de investigalia: https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/

Mogollon, J., & Lopez, T. (30 de 10 de 2013). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico*. Obtenido de Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385975

Moreno, M. (19 de Enero de 2021). Quiénes son los últimos tres artesanos del arpa y la guitarra en Tungurahua. *El Comercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/artesanos-arpa-guitarra-ecuador-tungurahua.html

Morillo, M., & Coromoto, M. (01 de Enero de 2011). *Turismo y producto turístico.* Venezuela: redalyc.org.

Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). Diseño de Productos Turisticos. *Qualitas*, 5-18. Obtenido de https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Nasimba, C., & Cejas, M. (1 de Diciembre de 2015). *Diseño de productos turísticos y sus facilidades* . Obtenido de Universidad Iberoamericana del Ecuador: https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Navarro, D. (25 de Junio de 2015). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos*. Obtenido de Cuaderno de Turismo: https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641/173171

Organisación Mundial de Turismo. (1994). *Tendencia de los mercados Turísticos.* Madrid España: OMT.

Organización Mundial de Turismo . (20 de Enero de 2019). *EL TURISMO INTERNACIONAL SIGUE ADELANTANDO A LA ECONOMÍA GLOBAL*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019

Ortega, T. K. (2019). *APLICACIÓN MÓVIL PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SANTIAGO DE PILLARO.* Obtenido de Repositorio UTA:

https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31038/1/1850522119_Titua%c3%b1a_Ortega_Katherine_Elena.pdf

Patrimonio Cultural Material. (2014). *Patrimonio Cultural Material.* Loja: Gráficas Hernández.

PDyOT. (07 de 09 de 2014). *PDyOT Canton Santiago de Pillaro*. Obtenido de PDyOT: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1860000720001_PDyOT%20Pillaro%202014-2015_16-03-2015_22-55-27.pdf

Pilco, W. (24 de Septiembre de 2012). *Proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo turístico en el sector de Quillán del cantón Píllaro*. Obtenido de Repositorio ESPE: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6035/1/T-ESPE-034492.pdf

Pillaro, G. (15 de 03 de 2019). *pillaro.gob.ecr*. Recuperado el 13 de 08 de 2020, de https://www.pillaro.gob.ec/?page_id=171

Roberto, S. (2013). *Definicion de alcanzes dela investigacion.* México: McGraw Hill.

Rodríguez Henry, E. M. (17 de Noviembre de 2014). *ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA MICROEMPRESARIAL DE LAS PARROQUIAS DE LA ZONA DE INTAG, CANTÓN COTACACHI, IMBABURA*. Obtenido de Repositorio digital UTN: http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4149

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación. *EAN*, 27. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf

Romero, C. (2015). *LA GESTION DEL TURISMO EN LOS SITIOS CON PATRIMONIO SIGNIFICATIVO.* México: ICOMOS. Obtenido de iaph: https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/1233923470073_ph14.carlos_romero.pdf

Rusu, C. (2011). *Metodología de la Investigacion*. Obtenido de Metodología de la Investigacion: http://www.formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/El%20Alcance%20de%20la%20Investigacion.pdf

Sancho, A. (2011). *Introduccion al Turismo.* Valencia: content-españa.

Santamaría, P. G. (s.f.). *escolme.* Obtenido de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido_u4.pdf

Saquinga, E. E. (1 de Febrero de 2016). *"HISTORIAS Y LEYENDAS DEL PARQUE NACIONAL LLANGANATES COMO ELEMENTO PREPONDERANTE EN EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN PÍLLARO*. Obtenido de Repositorio UTA: http://192.188.46.193/bitstream/123456789/20113/1/HISTORIAS%20Y%20LEYENDAS%20DEL%20PARQUE%20NACIONAL%20LLANGANTES.%20FIRMAS.pdf

Teca, E. (2 de Agosto de 2017). *MANIFESTACIONES CULTURALES INMATERIALES COMO EJE DEL TURISMO SUSTENTABLE* . Obtenido de Repositorio digital UTN: http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7245

Turismo, M. d. (2018). Manual Generacion de Rutas e Intinerarios Turisticos. *Ministerio de Turismo*, 20.

Turistico, E. (08 de 06 de 2017). *Entorno Turistico* . Obtenido de https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/

UNESCO. (2019). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de UNESCO: https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial#:~:text=El%20patrimonio%20cultural%20inmaterial%20o,comunidades%20de%20generaci%C3%B3n%20en%20generaci%C3%B3n.

UNIR. (12 de 10 de 2018). *Introducción a la metodología de investigación*. Recuperado el 18 de 08 de 2020, de UNIR: http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/ss/wp-content/uploads/2018/10/12.pdf

Vargas Cordero, Z. R. (2009). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA. *Educacion*, 12.

Varisco, C. (2013). *SISTEMA TURÍSTICO. SUBSISTEMAS, DIMENSIONES Y CONCEPTOS TRANSDISCIPLINARIOS*. Obtenido de Unversidad Nacional de Mar del Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf

Viajando X. (2021). Obtenido de https://ec.viajandox.com/pillaro/laguna-pisayambo-A1053

Viajando X. (2021). *Cerro Hermoso*. Obtenido de Viajando X: https://ec.viajandox.com/pillaro/cerro-hermoso-A1054

Villasante, L. W. (26 de 03 de 2016). *Asesores en Turitismo para Empresas e Instituciones Publicas.* Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/

Villasante, W. M. (26 de 03 de 2016). *Asesores en Turismo para empresas e intituciones publicas*. Obtenido de Turismo: https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/

Vive Tungurahua. (2019). *Museo Rumiñahui, Píllaro*. Obtenido de Vive Tungurahua: https://tungurahuaturismo.com/es-ec/tungurahua/pillaro/museos/museo-ruminahui-pillaro-a69yv4a2g#5n8hp3dz

Yépez, C. (11 de Septiembre de 2015). *METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS*. Obtenido de ESPOCH: file:///C:/Users/PC0127/Downloads/3091-Texto%20do%20artigo-19022-2-10-20150922.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Definición de conceptos de producto turístico

No	Año	Autor	Concepto
1	2006	Díaz	Dice que el producto turístico es el turismo que se nutre del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y la combinación de aspectos medioambientales, socioculturales y económicos pueden transformar el ámbito territorial y cultural de la actividad.
2	2012	Pavón y Sánchez	Mencionan que los productos y servicios turísticos se caracterizan por ser un gran entramado de relaciones con sistemas de transporte, infraestructuras, servicios generales, equipamientos de ocio y deportivos, etc., lo cual hace necesario que se haga una buena gestión para optimizar los recursos y alcanzar los objetivos propuestos.
3	2013	Gonzáles	Destaca que uno de los conceptos más utilizados en el ámbito del turismo es el expuesto por Kotler, quien menciona que un "Producto turístico es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas".
4	2009	Colina	Señala que, desde el punto de vista del marketing, el producto es la primera y más importante de las variables de Artículo de revisión. Cristina Nasimba y Magda Cejas Qualitas. Vol. 10: 22-39. diciembre 2015. 26 marketing - mix. Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

Anexo 2: Definición de conceptos de ruta turística

No	Año	Autor	Concepto
1	2016	Espín	Remite que una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre.
2	2016	Villasante W. M.	Ruta turística se conoce al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia
3	2015	Yépez	Una ruta turística está constituida por una serie de atractivos en una zona geográfica homogénea, que se ofrecen a los turistas. Se configura la ruta con los atractivos de mayor jerarquía, estos deben guardar homogeneidad con el eje temático del que trata la ruta

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021

Anexo 3: Sitios turísticos

Nombre del Atractivo		Dirección
Diablada Píllareña		Píllaro
Elaboración de Mascaras de la Diablada Pillareña		Píllaro
Museo Estatua de Rumiñahui		Parroquia San Miguelito, Barrio San Juan
Museo de Rumiñahui		Parroquia San Miguelito, Barrio San Juan
Danzante del Corpus Cristi		Parroquia San Andrés

Elaboración de Guitarras		Parroquia San Miguelito
Tradicional Pato al Lodo		San Miguelito
Cerro Hermoso		San José de Poalo
Laguna Pisayambo		San José de Poalo
Cascada la Toma		Parroquia Baquerizo Moreno
Cascada Cañón Bravo		Parroquia Baquerizo Moreno

Cascada el Pugs		Parroquia Baquerizo Moreno
Parque Nacional Llanganates		San José de Poalo

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Ortiz, Toapanta 2021