



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de licenciado en
Turismo

“La ruta de los gigantes y la identidad cultural del cantón Pelileo”

Autor: Luis Felipe Díaz Cují

Tutora: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg

Ambato-Ecuador

2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“La Ruta de los Gigantes y la Identidad Cultural del Cantón Pelileo”, del alumno, Luis Felipe Díaz Cují estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre del 2023

LA TUTORA

.....

Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

C.C.: 1803202827

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La Ruta de los Gigantes y la Identidad Cultural del Cantón Pelileo**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Diciembre del 2023

EL AUTOR



.....
Luis Felipe Díaz Cují

C.C: 1805317409

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Diciembre del 2023

EL AUTOR



.....
Luis Felipe Díaz Cují

C.C: 1805317409

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**La Ruta de los Gigantes y la Identidad Cultural del Cantón Pelileo**” de Luis Felipe Díaz Cují, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Diciembre del 2023

Para constancia firman

Lic. Carlos Iván Aguirre Pinos Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:1803381423

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:1803017365

DEDICATORIA

Esta tesis es el resultado de un largo camino de aprendizaje y esfuerzo, en primer lugar, me gustaría expresar mi gratitud y mi tesis a la memoria de mi madre Mariana de Jesús, espero se sienta orgullosa de que he finalizado este trayecto.

A mi abuelita María Cunalata, por todo su apoyo, por su amor, por las veces que me levanto los animo cuando sentía no poder seguir.

A mis hermanos, Mauricio, Jenny y Roció Díaz por apoyarme en todo lo que podían, han sido un pilar fundamental en este proceso y una de las razones que siempre motivo a seguir y culminar esta etapa de mi vida.

Luis Felipe Díaz Cují

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis profundos agradecimientos a la Universidad Técnica de Ambato, a la carrera de Turismo y a todas aquellas personas que han sido parte de mi formación académica, su guía y sus palabras de aliento han hecho posibles la culminación de esta etapa académica.

Como primera estancia, quiera brindar un agradecimiento a mi tutora Ing. Armas Arias Sonia, cuya orientación experta, paciencia y dedicación, fueron oportunos y fundamentales en cada etapa de mi proceso de titulación, su sabiduría fue una guía invaluable, agradezco infinitamente su disponibilidad para ofrecerme su guía y sugerencias en este proceso.

Asimismo, agradezco de manera especial a mi familia, en especial a mis hermanos que siempre estuvieron apoyándome y a mi abuela que siempre me demostró sentirse orgullosa de lo que estaba logrando, gracias por creer en mí, por darme esa fuerza que mucha veces necesitaba para seguir terminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también a mis amigos, que siempre me motivaron a seguir y sobre todo me hacían saber que podía conseguir terminar esta etapa y de manera especial a alguien que siempre vio más de lo que yo mismo veía en mí, Xiomara Chisag, gracias por tu paciencia, por esas palabras de aliento, por siempre motivarme a sacar lo mejor de mí, por dispersar mis dudas y por estar ahí hasta el final de este peldaño.

Luis Felipe Díaz Cují

ÍNDICE GENERAL

Índice

CAPITULO I.....	1
-Desarrollo teórico de la variable independiente: Ruta turística	5
Ruta	5
Ruta turística.....	5
Clasificación de la ruta turística.....	6
Rutas auto guiadas.....	8
-Desarrollo teórico de la variable dependiente: Identidad cultural	11
Tipos de identidad.....	13
Objetivos.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
CAPÍTULO II	17
2.1 Materiales.....	17
2.2 Métodos	18
Enfoque	18
Diseño.....	18
Alcance.....	18
-Alcance investigativo	19
Población y muestra.....	19
Técnicas.....	20
Instrumentos.....	20
Coordenadas:	22
Guía de entrevista	25
3.1 Análisis y discusión de los resultados	28

Análisis de resultados	28
Análisis de las fichas del INPC de los gigantes de Pelileo	41
3.2 Verificación de hipótesis	75
CAPITULO IV	76
4.1 Conclusiones	76
4.2 Recomendaciones	77
PROPUESTA	78
Título de la propuesta	78
Referencias bibliográficas	85
ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	9
Tabla 2.....	10
Tabla 3.....	17
Tabla 4.....	20
Tabla 5.....	25
Tabla 6.....	26
Tabla 7.....	29
Tabla 8.....	32
Tabla 10.....	82
Tabla 11.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	3
Figura 2	22

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	99
Anexo 2	101
Anexo 3	104
Anexo 4	106
Anexo 5	108
Anexo 6	110
Anexo 7	110
Anexo 8	111
Anexo 9	112
Anexo 10.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

Con el propósito de enaltecer la ruta de los gigantes como un atractivo cultural arraigado a la identidad de Pelileo, se busca preservar y enriquecer el significado simbólico de los elementos culturales de la ruta. El caso de estudio tiene como objetivo principal, investigar la identidad cultural en la ruta de los gigantes del cantón Pelileo, con la finalidad de desarrollar una estrategia de marketing de la ruta que permita reforzar el sentido de apropiación cultural y potenciar este atractivo turístico. La metodología aplicada en el tema de estudio se basa en un enfoque cualitativo, un alcance descriptivo fenomenológico, con un diseño de investigación no experimental de tipo transversal, en la que se aplicó técnicas e instrumento de recolección de datos como la entrevista para tener una perspectiva técnica sobre las variables y por medio de las fichas del INPC se pudo identificar las características de culturales de la ruta. Los resultados de la ruta y su identidad cultural son elementos centrales para la preservación y promoción de la identidad cultural de cantón Pelileo, la ruta es un eje principal para promocionar la cultura y de esta manera reforzar el sentido de identidad de sus pobladores, a la misma vez que se pueda atraer un mayor número de turistas, lo cual refutaría el efecto paraguas del turismo, por el beneficio de desarrollo que tendrán los habitantes de cada parroquia. Finalmente se concluyó que la promoción de la ruta de los gigantes es absolutamente necesaria para promover y preservar la identidad cultural de cada parroquia del cantón Pelileo, por esta razón se planteó la estrategia de marketing de contenido enfocado en la realidad aumentada.

PALABRAS CLAVES: PATRIMONIO, TRADICIÓN, ATRACTIVO
TURÍSTICO, PROMOCIÓN, REALIDAD AUMENTADA

ABSTRACT

With the purpose of exalting the route of the giants as a cultural attraction rooted in the identity of Pelileo, we seek to preserve and enrich the symbolic meaning of the cultural elements of the route. The main objective of the case study is to investigate the cultural identity on the route of the giants of the Pelileo canton, with the aim of developing a marketing strategy for the route that allows reinforcing the sense of cultural appropriation and enhancing this tourist attraction. The methodology applied to the topic of study is based on a qualitative approach, a phenomenological descriptive scope, with a non-experimental cross-sectional research design, in which techniques and data collection instruments such as interviews were applied to have a perspective. technique on the variables and through the INPC sheets it was possible to identify the cultural characteristics of the route. The results of the route and its cultural identity are central elements for the preservation and promotion of the cultural identity of Pelileo canton, the route is a main axis to promote culture and in this way reinforce the sense of identity of its residents, to the At the same time, a greater number of tourists can be attracted, which would refute the umbrella effect of tourism, due to the development benefit that the inhabitants of each parish will have. Finally, it was concluded that the promotion of the route of the giants is absolutely necessary to promote and preserve the cultural identity of each parish in the Pelileo canton, for this reason the content marketing strategy focused on augmented reality was proposed.

KEYWORDS: HERITAGE, TRADITION, TOURIST ATTRACTION, PROMOTION, AUGMENTED REALITY.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

-Investigaciones antecedentes

Para el desarrollo de la presente caso de estudio, se recurrió a fuentes bibliográficas y antecedentes investigativos relacionados con la problemática planteada, en este contexto se analizarán estudios previos, realizados en destinos que han tenido desafíos similares y que abordan temáticas similares al presente caso de estudio, estas referencias sentaran las bases para elaborar esta investigación.

Siguiendo este orden **Narváez (2018)**, caso de análisis “Modelo de ruta turística patrimonial para impulsar bienes inmuebles patrimoniales culturales en el desarrollo turístico en el cantón Jipijapa, Ecuador” indica que una ruta turística enfocada a ámbito cultural, representa la posibilidad para impartir y dar formación en áreas como la cultura, historia y sobre todo los beneficios que representa para la ciudad donde se desarrolle, contribuyendo sobre todo a la gestión patrimonial y de este modo logrando exaltar la identidad cultural de sus pueblos, consolidando los saberes y costumbres por medio de esta oferta turística.

Así mismo, la investigación desarrollada por **Quevedo & López (2019)**, que tiene como título “De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio. La ruta de don vasco” indica que la potenciación turística de rutas culturales, ha llevado a generar una imagen que resalta los rasgos culturales de cada destino que involucra la ruta, por medio de la gestión de las actividades turísticas, se llegó a incidir en la percepción de estos destinos como un patrimonio cultural, en los gestores turísticos, el turista y toda la población local, generando de esta manera la motivación de conservar el significado cultural que se atribuye a cada destino de la tura.

La publicación realizada por **Ibarra (2021)**, caso de estudio “La ruta cultural Juan Rulfo (Jalisco, México): crónica de un proceso inacabado” Indica que una adecuada planificación de una ruta cultural puede desempeñar un elemento importante para el

reconocimiento y la valoración de la herencia cultural, al mismo tiempo que contribuye a la economía local.

En el caso de estudio publicado por (Zúñiga-Bravo, 2019), caso de estudio “Espacio turístico y turismo cultural a través de la ruta Don Vasco en Michoacán, México” Indica que, los elementos culturales que conforma una ruta, promueven el turismo cultural como un enfoque importante dentro de esta modalidad turística, permiten a la ruta destacar y posicionarse en un mercado tan competitivo, el autor destaca la importancia de la relación del factor cultural en la ruta, como ente de desarrollo socioeconómico y cultural.

-Teoría, modelo o posición filosófica

Modelo de elección de los destinos de Crompton

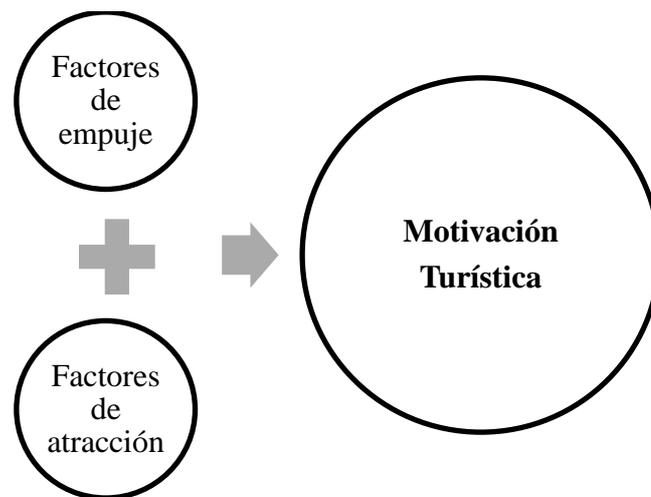
Para el desarrollo de esta investigación se eligió el modelo Crompton, que engloba la variable independiente ruta turística, porque la ruta es la elección final después de un proceso de selección de posibles destinos, en este contexto, el modelo de Crompton plantea que el turista evaluara distintos factores de la ruta turística como la accesibilidad, la distancia entre atractivos, la atracción de un producto, entre otros aspectos, para al final, elegir un ruta que maximice la experiencia personal del turista. De igual manera se relaciona con la variable dependiente, la identidad cultural, porque la misma puede considerarse como un factor de motivación para la toma de decisiones de visita a un destino, aspectos culturales y de identidad de un pueblo, pueden generar apreciación e interés de visita al turista, bajo esta primicia, la identidad cultural puede influir en la decisión de experiencias y destinos, de manera que el turista priorice destinos que les permita conocer y conectar con la cultura local.

La característica principal de este modelo, es qué, resume la motivación turística en elementos que permite comprender las motivaciones que influyen en la decisión del turista, por esta razón - plantea los siguientes factores: Factor de empuje y atracción, dinámica homeostática y la multicausalidad.

Factor de empuje y atracción- estos dos factores reflejan los elementos que conforma la motivación turística, el empuje hace referencia a aspectos internos como el deseo intrínseco del viajero, el deseo de relajación, aventura, conocer nuevos destinos, etc. por otra parte la atracción se relaciona con lo externo y lo cognitivo, en otras palabras, se relaciona directamente con lo que va percibir y experimentar a través de los elementos tangibles que posee el destino.

FIGURA 1

MODELO DE MOTIVACIÓN TURÍSTICA SEGÚN CROMPTON



Fuente: Fuente Luis Díaz (2023), tomado de Portillo (2013).

Dinámica homeostática- comprende las motivaciones psico-sociológicas que establecen la conducta y la decisión de desplazarse, sin embargo el viaje por sí solo no logra satisfacer todas las necesidades del viajero, sino que cada turista aporta con una motivación propia durante el desarrollo del viaje, es decir el viaje y el turista convergen y forman un equilibrio entre el sistema turístico y la experiencia turística, logrando de esta manera satisfacer gran parte de las necesidades del turista (**Emeri, 2012**). En otras palabras la dinámica homeostática surge cuando el viaje pierde su armonía y se genera un estado de insatisfacción del turista, por esta razón es el mismo turista quien actúa de determinada manera para recuperar la armonía perdida. A diferencia del factor de empuje que motiva al turista por medio de las características propias de un destino.

La multicausalidad- el autor propone la siguiente razón que explica este factor, la principal razón es que la motivación por sí sola no es un elemento determinante en la decisión de viaje, sino que la motivación en conjunto con los elementos sociales, culturales y la propia percepción de la persona, hacen elegir un destino (**Emeri, 2012**). Es decir, la motivación es multidimensional cuando el viajero enfoca su decisión de viaje influido por los diversos factores que actúan en forma conjunta con el destino.

Para el autor este modelo plantea el proceso que el turista atraviesa para decidir qué destino va visitar posteriormente, un proceso complejo donde el viajero evalúa los distintos atributos y características de los posibles destinos que pretende visitar, en este contexto **Crompton (1992)**, citado por **Panosso (2012)**, redacta que se da un estrechamiento en la cantidad de los posibles lugares que el turista considera potenciales destinos, para de esta mane a al final del proceso poder elegir los más idóneos. En este modelo, la selección de un destino está influenciada por rasgos internos como, los conocimientos previos del destino y de manera externa se ven influenciado por información que recibe de fuentes como, publicidad, programas culturales y amigos.

Para el desarrollo de este modelo **Crompton (1992)**, citado por **Panosso (2012)**, considera distintas teorías, una de ellas plante que los destinos turísticos se clasifican en dos tipos: por un lado están los destinos que el turista desconoce totalmente y por el otro, están los destinos que el viajero ya tiene conocimientos previos, el modelo descarta al grupo de destinos desconocidos y resalta la importancia de promover los destinos a través de campañas de marketing o por una calidad de servicio para que sea difundido por los turistas, también establece que los modelos con conocimiento previo se dividen entre los que el turista desea conocer y los que se excluyen por distintas razones. De esta manera el autor a través del modelo de elección de los destinos, establece las consideraciones que el turista tiene para elegir o descartar un destino, de igual manera este modelo es una forma de evaluar y reducir el número de destinos que serán considerados.

Bajo esta premisa, el modelo permite comprender los factores que influyen en la toma de decisión del turista, con relación a su propia percepción del destino, lo que también

permite comprender y desarrollar recomendaciones para promocionar un destino desde un punto de vista cultura.

-Desarrollo teórico de la variable independiente: Ruta turística

Ruta

Para tener una visión más amplia y comprender de mejor manera la ruta turística, hay que partir desde su base; Ruta, se percibe como un trayecto o camino físico que busca conectar dos o varias ubicaciones, las mismas que pueden ser utilizadas para diversos fines como la logística, comercio, ciclismo, etc., (**Segura, 2019**).

Es decir, puede ser utilizado de diversas maneras poco relacionadas con el turismo debido a que en la mayoría de los casos no fueron diseñadas con un enfoque turístico, más sin embargo también contribuyen al desarrollo turístico. Por otra parte, **Puebla (2023)**, redacta que un camino como una herramienta de desarrollo, creados por el tránsito frecuente de las personas, creados con la finalidad para el uso del público. Por esta razón, se considera a un camino como recurso turístico, elemento principal en una ruta y las actividades turísticas en general.

Ruta turística

Partiendo de lo ya mencionado se comprende que una ruta turística conecta un destino con otro, en ese sentido, **Ruiz (2020)**, expone que una ruta posea su propia esencia, mientras se la recorre permite ver, conocer y sobre todo sentir experiencias, la misma que cuenta, con un inicio y un final ya planificado, de manera que una ruta turística se convierten en un motor de desarrollo de los destinos donde se desenvuelven, pueden considerarse como un producto o un destino que está constituido por varios productos similares o productos que sean necesarios para su funcionamiento, teniendo como resultado final rutas que se caracterizan una de otra por los componentes que las conforman.

Las rutas pueden surgir de manera espontánea, por parte de los mismos turistas o pueden ser creadas por propietarios de los destinos y a menudo son promovidas por agencias de viaje. Una ruta turística al igual que los caminos rurales que se crean debido al constante tránsito de vehículos y personas, estas rutas se desarrollan a raíz de una logística que involucra los servicios esenciales, la promoción y la ubicación, de manera que el conjunto de estos componentes contribuyan a la consolidación de este producto turístico que concentra una extensa variedad de actividades turísticas que se desarrollan en un territorio específico (**Gascón, 2022**).

Bajo esta misma premisa **Lino (2021)**, define a la ruta turística como un itinerario que cuenta con un punto de partida, una delimitación territorial y cuenta con una composición estructural específica que tiene como fin, el conectar destinos, productos turísticos, actividades y servicios a demás permite recorrer y conocer de una forma organizada un destino concreto en una localidad y toda ruta debe poseer un nombre que la identifique. Es decir, la ruta turística es una modalidad de turismo que permite el disfrute organizado de un destino.

La ruta turística está planificada esencialmente para guiar a los turistas por medio de una serie de productos, destinos y experiencias turísticas, la que se desarrolla dentro de un área geográfica determinada, estas rutas están configuradas para resaltar aspectos naturales, históricos, gastronómicos, culturales, etc. Se debe mencionar que las rutas busca contribuir con experiencias únicas que motiven al turista, lo que implica, la promoción de destinos poco conocidos, la misma que debe contar con una narrativa relacionada con la historia del lugar donde se desarrolla (**Moreira, & Baque, 2021**).

Por otro lado, la **OMT (2021)**, considera que los criterios ya mencionados resaltan la ruta turística y fomentan el desarrollo y la integración de turistas y habitantes de una localidad.

Clasificación de la ruta turística

Es fundamental distinguir entre diferentes categorías de rutas turísticas. Conforme a lo que establece **Fernández (2021)**, las rutas se clasifican en tres tipos, en primer lugar,

están las rutas se plantean con el objetivo de atraer a los turistas a través de la promoción de los recursos turísticos, tanto naturales como culturales que posee una región, estas rutas se enfocan en resaltar las particularidades y la autenticidad de los destinos que se visitan, ofreciendo a los viajeros experiencias genuinas que reflejan la esencia única de la región. Por otro lado, existe otro tipo de rutas que se distinguen por ofrecer productos turísticos que han sido concebidos de manera deliberada, es decir de manera artificial, en la que podrían incluir destinos temáticos, monumentos, eventos, entre otros, por último, las rutas mixtas son aquellas que no se enfocan en una sola manera de atraer al turista, es decir no adoptan un enfoque único.

Criterio de clasificación- **Amador (1996)** citado por **Puebla (2023)**, a conceptualizado la capacidad de carga de una ruta turística, como forma de distinguir una de otra, determinar el límite de uso, asegura un punto de equilibrio entre el aprovechamiento de los recursos y la satisfacción del visitante, en este contexto el autor clasifica a la ruta de acuerdo a su composición, los elementos considerados son: capacidad de carga real, física y efectiva o de manejo. Los criterios considerados anteriormente son esenciales para evaluar y determinar el área que se destina a la ruta, de manera que se conserve el atractivo a largo plazo y a la vez los visitantes tengan una experiencia de calidad.

Tipos de rutas turísticas

Determinar el segmento al que corresponde una ruta turística, garantiza el correcto desarrollo y el adecuado uso de parte del turista y el prestador de servicios. Siguiendo esta premisa **Ibarra & Valdez (2016)**, clasifica las rutas turísticas de acuerdo a los atractivos con las que están informadas, la disposición con relación a la demanda y las metas que busquen alcanzar, las rutas turísticas buscan ajustarse a las preferencias de la demanda y la singularidad de cada sector turístico. Lo que significa que las tipologías de las rutas turísticas llegan hacer muy vastas, a de más de que sus características pueden variar considerablemente una de otra, aunque pertenezcan a la misma tipología.

Cada ruta se encuentra clasificada según las características y enfoque que posee, pese a la diversidad de rutas existentes, todas poseen elementos en común de proyección y comercialización turística de un territorio, en búsqueda del consumo turístico mediante

un trayecto establecido y son consolidadas y diseñadas por diversos actores involucrados en la actividad turística (**Duque & Muñoz, 2022**). El autor considera que las rutas recrean la geografía del lugar con la implementación de ciertos productos turísticos, mismos que definen la clasificación de la ruta, las cuales se sintetizan en:

Rutas gastronómicas

Este tipo de ruta busca guiar a los viajeros y amantes de la gastronomía en un destino específico y están diseñadas para motivar a los visitantes a través de una oferta culinaria, permitiendo explorar y disfrutar experiencias mediante el deguste de una extensa variedad de alimentos, que a menudo son alimentos o platos locales, la visita de restaurantes, de este modo se da una inmersión en las técnicas culinarias y la cultura alimentaria de un lugar (**Valiente, 2019**).

Rutas temáticas

Estas rutas se enfocan en un tema de interés específico dentro de una localidad, son diseñadas para encaminar a los turistas a través de diversos lugares o actividades que se relacionan con una temática específica, mediante la cual permite la comprensión de la cultura y el entorno social de una manera más clara, estas rutas ofrecen a los viajeros experiencias personalizadas (**Fernández, 2021**).

Rutas auto guiadas

Disco de otra manera una ruta auto guiada, es viajar por tu cuenta, viajar a tu ritmo pero con un itinerario ya establecido, involucrando todos los elementos necesario como el alojamiento transporte y de más, esta rutas ofrecen la flexibilidad de elegir al turista de cómo y cuándo realizar su viaje, a menudo son rutas que se desarrollan utilizando recursos como folletos, aplicaciones móviles entre otras que proporcionan información del trayecto (**Cruz, 2021**).

Rutas guiadas

Una ruta guiada está diseñada para facilitar al turista una experiencia enriquecedora a través de un itinerario organizado con los puntos de interés para el visitante. Toda ruta da inicio con una breve introducción, con una explicación de la estructura y la presentación de los involucrados, las diversas paradas programadas y por último el tiempo estimado que durara el recorrido (Cajas, 2019).

Elementos de la ruta turística

La planificación de una ruta involucra diversos elementos, los miso que son parte importante para la conformación de la experiencia de viaje, estos componentes de la ruta turística están gestionados con el fin de proporcionar una experiencia de calidad, para de esta manera motivar al turista al realizar el trayecto (Vásquez, 2023). Una ruta solo se considera completa cuando está estructurada con elementos como los medios de transporte, también debe poseer un nombre distintivo, una descripción clara de las actividades y puntos de interés que se visitaran y una forma de comercialización (Rodríguez, 2021). Dicho de otra manera, una ruta debe estar constituida con todos los elementos ya mencionados, para poder atraer al turista, permitir que el viajero tenga una estancia y recorrido satisfactorio.

En este contexto, los componentes mencionados anteriormente se combinan para formar una ruta, con el fin de ofrecer una experiencia de viaje satisfactoria, Calderón, (2018), plantea en la siguiente tabla, la ruta turística está conformada por los siguientes elementos:

TABLA 1

ELEMENTOS DE UNA RUTA TURÍSTICA

Elementos	Ruta Turística
Origen	Creación de un producto turístico.
Finalidad	Cohesión de atractivos con la misma finalidad.
Valor Patrimonial	Los atractivos involucrados, adquieren más valor al conformar un producto con la misma finalidad.

Uso Turístico	Comercialización de la ruta por organismos públicos y privados.
Creación	Libertar para la creación, su temática y sus servicios.

Fuente: Fuente Luis Díaz (2023), tomado de **Calderón, (2018)**,

Elaboración de la ruta

El diseño de una ruta se refiere al proceso estratégico y creativo de planificar y estructurar un itinerario turístico o recorrido que ofrezca a los viajeros una experiencia enriquecedora y coherente, este proceso implica la selección y organización de atracciones, destinos, actividades y servicios a lo largo de un trayecto específico, con el propósito de atraer a un público objetivo y cumplir con objetivos turísticos particular **(Rodríguez, 2021)**. En esencia, el diseño de una ruta busca no solo proporciona una estructura para la exploración y el disfrute de un destino o región, sino que ofrece también una narrativa coherente que conecta los diversos elementos de la ruta, lo que a su vez contribuye a la satisfacción.

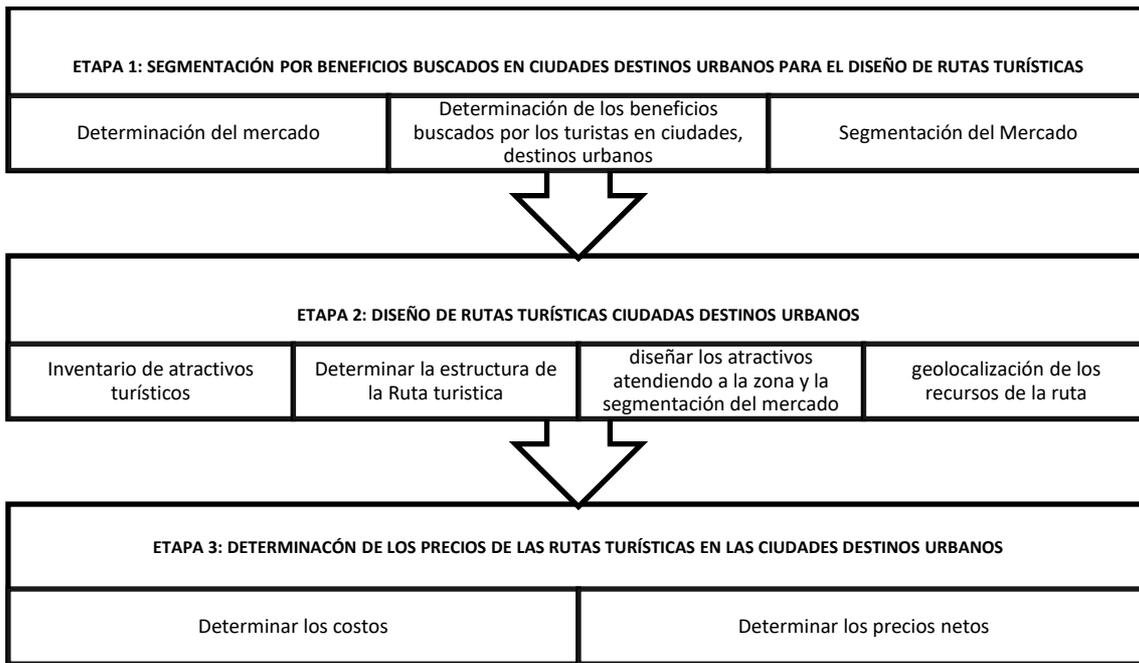
En este contexto el proceso de diseño de la ruta turística comprende una tarea compleja, en este contexto el proceso de elaboración de la ruta involucra diversos factores complejos, como se reflejan en la siguiente gráfica:

TABLA 2

PROCESO DE DISEÑO DE RUTA TURÍSTICA

<p>RUTAS TURÍSTICAS COMO PARTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO EN CIUDADES DESTINOS URBANOS</p>





Nota: La imagen detalla el proceso para elaborar una ruta, Fuente **Rodríguez Yanlis (2021)**.

-Desarrollo teórico de la variable dependiente: Identidad cultural

Identidad

La identidad abarca conceptos amplios, **Fernández (2021)**, comprende que la identidad es un derecho de libertad e igualdad, permite distinguir a las personas de entre un grupo social, es un derecho individual y de igualdad moral, que permite a la persona expresarse sin que se le imponga renunciar a su cultura. En este contexto la identidad permite un reconocimiento moral, de manera contextual ampara las diversas características culturales que poseen las sociedades humanas

La noción de identidad hace referencia al producto del proceso simbólico de apropiación de las múltiples viviendas que el individuo ha atravesado durante el desarrollo de su vida. Este proceso se ve reflejado durante el tiempo en que la persona va actuando i desarrollándose como individuo en un ámbito social (**Mancilla, 2023**). En palabras simples, la identidad se refiere a cómo una persona comprende reflexivamente quién es y cómo se interpreta a sí mismo en función de su vida, lo que implica la

relación entre el tiempo vivido y el espacio donde se desarrolla. Sin embargo, esta relación en la identidad personal se interpreta de manera reflexiva por el individuo.

Es imprescindible resaltar que la identidad no es un proceso automático, sino más bien la estructuración del concepto de sí mismo y este concepto puede variar de acuerdo a la cultura y las experiencias individuales. Además, **(Mancilla, 2023)**, resalta que la identidad no es uniforme para todos los miembros de un grupo o comunidad, debido que se desarrolla a través de la interacción del individuo con los demás miembros de la sociedad. Por lo tanto, la identidad no es estática ni puede ser comprendida a través de la pregunta "¿quién soy yo?" sino que es una construcción más amplia y dinámica que evoluciona en el contexto de la interacción entre miembros de la misma sociedad.

Características de la identidad

Alude **Olivares (2020)**, que la identidad cultural es una estructura compleja y fluida que se desenvuelve en un entorno social, es un proceso que está en constante evolución, es una característica inherente de la vida humana y la identidad misma, que se ve influenciada por las decisiones personales y por la sociedad en integra el individuo. En este contexto **Azema (2020)**, establece que la identidad es lo que hace distinto una cultura con otra, el apropiarse de su propia identidad es fundamental para la comprensión de somos como seres humanos con relación a la sociedad y representado aquello que nos representa ante los demás, de esta manera el autor considera las siguientes categorías que comprende la identidad:

- Identidad compuesta
- Identidad dialéctica
- Identidad dinámica

Por otra parte **Azema (2020)**, menciona la identidad es dinámica y cambiante, por esta razón el autor caracteriza la identidad en dos tipos que se relacionan entre sí, la primera, identidad sustancial, que se construye a través del tiempo y se mantiene de la misma forma, también en ocasiones la persona puede llegar a reafirmar sus características de identidad en respuesta a factores externos que inciten un cambio, por otra parte está la identidad situacional, al contrario de la anterior característica, esta identidad posee

elementos transitorios que se ven influenciados por factores externos. En otras palabras, la identidad sustancial se no varía ante influencia externa, lo contrario del a identidad situacional que es cambiante ante a influencia de grupos o individuos.

Tipos de identidad

Identidad personal

De acuerdo a **Conca (2021)**, la identidad personal comprende un proceso cambiante y complejo sobre la percepción propia de cada individuo, hace referencia a la construcción de la individualidad personal, desarrollada e influenciada por una variedad de factores, la imagen de una persona se forma a partir de las creencias, valores y experiencias personales. Es decir, la identidad personal las construye el propio individuo y se ve reflejada mediante las emociones y sentimientos, sin embargo, esta se encuentra en constante evolución, mediante la persona va madurando y experimentando ms experiencias.

Por otra parte, **Barreneche (2019)**, considera que la identidad está influenciada por la vida cotidiana del individuo, las prácticas rutinarias se vinculan directamente en la formación de la identidad de una persona. En términos básicos la identidad personal es un proceso, que se construye a medida que el sujeto va desarrollándose en si vida diaria.

Identidad cultural

Salazar (2021), considera que la identidad cultural es, un tesoro inestimable que resalta el valor cultural y distingue a los pueblos de entre la sociedad en general, esta particularidad perteneciente a cada cultura permanece a lo largo del tiempo y se ve reflejada en la diversidad de tradiciones y costumbre, es la conexión entre grupos pertenecientes a un mismo pueblo, una serie de características sociales que comparten sus miembros. En búsqueda de dar sentido a la identidad cultural, el autor menciona que la identidad cultural es la percepción de la sociedad hacia el individuo, lo que puede influir en la percepción propia.

Otro autor como **Gómez (2020)**, plantea que la identidad cultural es la relación que poseen los miembros de un mismo grupo social, se construye a través de la interacción entre los habitantes y sus actividades cotidianas, por medio de reproducir el proceso una y otra vez, es un símbolo de identidad que nace gracias a un trabajo colaborativo entre los miembros de una comunidad, pese a tener un valor ser intangible, otorga un sentido de pertenencia al individuo. En este sentido, el autor destaca, la relación que existe entre identidad y cultura, las conjunciones de estos dos términos otorgan pertenencias he inclusión de los miembros participes, es una concepción de identidad cultural como una herramienta que promueve la colaboración comunitaria y la sostenibilidad social.

Identidad nacional

Por su parte **Cruz (2022)**, establece a la identidad nacional como sentido de pertenencia compartida entre miembros de un mismo estado, en este sentido la identidad nacional se ancla directamente a la estructura política de cada país, basándose en la aceptación y entendimiento de los derechos y obligaciones que posee cada ciudadano. Dicho de otra manera, es la identificación que otorga un estado político, a sus ciudadanos, con el fin de garantizar derechos y responsabilidades.

Ahora bien, **Guamán (2020)**, considera que la identidad nacional es un hecho histórico, contextualmente la identidad nacional es “un sentimiento de apropiación y un proceso de experimentación de la persona” en términos básicos este tipo de identidad se condiciona por las normas que rigen la interacción entre individuos de la misma sociedad. Es decir, el individuo reconoce formar parte de un grupo social, se identifica con el mismo y se diferencia de otros grupos sociales, de manera que la identidad nacional de una persona está determinada la identidad colectiva de un grupo social.

Elementos culturales

Alude **Guamán (2020)**, que las características culturales están arraigadas a los valores éticos de cada cultura, por esta razón cada pueblo tiene elementos característicos, que los representa, son componentes de una estructura social, que varían entre cada cultura, contribuyendo a la diversidad cultural de una región, es decir cada sociedad posee sus

propios elementos distintivos que nutre su identidad cultural, el autor considera que los elementos principales de una cultura son los siguientes:

Creencias- en un contexto cultural las creencias se convierten en una gran influencia sobre la perspectiva y la forma de actuar del individuo, son saberes que se han transmitido entre generaciones de una misma comunidad y que se van impregnando dentro de cada grupo familiar, también estas tradiciones son determinantes para comprender el comportamiento y la forma de pensar de una persona (**Vargas & Monjardín, 2019**).

Por otra parte, están los valores culturales de un pueblo, los mismos forman parte de su identidad y de igual forma son rasgos que se van heredando de padres a hijos, es la percepción de lo bueno y lo malo con relación a su forma de actuar con otras personas o sociedades. En este sentido **Mestizo (2022)**, menciona que los valores inculcados por la familia contribuyen a la formación en sociedad, una sociedad comprometida con valores de libertad, éticos, solidaridad y de conservación de sus tradiciones culturales. Por tal razón es importante mencionar que dichos valores promueven a un desarrollo en sociedad sin discriminación de ningún tipo y a una convivencia más idónea para todas las personas.

Objetivos

Objetivo general

Investigar la identidad cultural en la ruta de los gigantes del cantón Pelileo.

Objetivos específicos

- Interpretar las cualidades de los monumentos de la ruta de los gigantes.

Se realizó el levantamiento de información a través de la investigación de campo utilizando las fichas del “INPC” Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la ficha aplicada fue la A5, la misma que se aplicó a los once gigantes de madera que conforman la ruta, se pudo identificar las características físicas y simbólicas

década uno, tras su análisis se pudo seleccionar los gigantes principales para la identificar la identidad cultural de Pelileo.

- Caracterizar la identidad cultural del cantón Pelileo.

Se realizó entrevistas a 5 personas, las mismas que integraban las variables ruta turística e identidad cultural, se aplicó a expertos en el área turística y también a conocedores sobre la identidad cultural que está representada en la ruta de los gigantes. Los resultados obtenidos facilitó la caracterización de la identidad patrimonial del cantón, de identifico características culturales como, artesanales, artísticas, tradiciones ancestrales, festividades, entre otras.

- Proponer estrategias de promoción turística de la ruta de los gigantes como eje de fortalecimiento de la identidad cultural del cantón Pelileo.

Una vez levantada la información y su posterior análisis, se desarrolló una propuesta de marketing turístico a través de una proyección en realidad aumentada, en la que se representa los 5 gigantes más representativos, con detalles de sus características culturales en audio, lo cual, a más de promocionar la ruta, también ayuda al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón Pelileo.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1 Materiales

TABLA 3

MATERIALES

RECURSOS	COSTOS
Humanos	
-Investigador	
-Diseñador grafico	2000,00\$
Institucionales	
-Universidad Técnica de Ambato	
-GAD Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pelileo	
Materiales	
Tecnológicos	
-Computadora	800,00\$
-Celular	600,00\$
-Impresora	250,00\$
-Cámara	500,00\$
Materiales de apoyo	
-Hojas	2, 00\$
-Cuaderno	0,70\$
-Esfero	0.50\$
-Carpeta	0.65\$
Económicos	
Transporte	30,00\$
Alimentación	20,00\$
TOTAL	4203.85 \$

Fuente: Luis Díaz (2023)

2.2 Métodos

Enfoque

La presente investigación se llevará a cabo utilizando un enfoque Cualitativo, debido que esta investigación se centra en la exploración de los fenómenos sociales y la interpretación profunda de cualidades, características y la perspectiva externa del fenómeno de estudio, sin embargo, no realiza intervención alguna en las variables de estudio, para posteriormente ofrecer un resultado de manera holística. En su investigación **Nizama (2020)**, define la investigación cualitativa como un proceso metodológico que emplea textos, relatos, dibujos e imágenes, como fuente de recolección de información. En otras palabras, esta investigación analiza diversos aspectos que permiten comprender el fenómeno social que se desarrolla en el lugar de estudio.

Un modelo se puede interpretar como una serie de pasos a seguir con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos, en este contexto, para la investigación cualitativa se hizo uso del método inductivo, el cual pretende llegar a las conclusiones generales por medio del análisis específico del caso de estudio. En otras palabras, este enfoque tiene como objetivo obtener conclusiones significativas que sirvan como guía para futuras investigaciones.

Diseño

La investigación posee un diseño no experimental de tipo transversal, donde **Arias & Rodríguez (2021)**, establece que este diseño no altera o manipula de manera deliberada las variables de estudio. Y transversal debido que las variables fueron estudiadas únicamente una vez y durante un momento determinado. Por lo tanto, este diseño se caracteriza por hacer énfasis en el análisis y exploración de información en su forma natural, en un momento particular de tiempo y que se relacione con las variables de estudio, pero sin hacer alteraciones.

Alcance

-Alcance investigativo

Entonces, la investigación se basará en un alcance descriptivo fenomenológico, porque se centra en la perspicacia profunda y la práctica subjetiva de las personas desde su primera impresión, claro si esta tiene relación con la comunidad CITA, bajo aquella premisa se utilizó este alcance porque esta analogía permitirá conocer el verdadero sentir del visitante y con ello expresar un estudio preciso que tenga una dirección acorde a los objetivos de la investigación (**Laza Vásquez et al., 2012**).

-Alcance territorial

Dentro del alcance territorial se consideró al cantón San Pedro de Pelileo, considerando las parroquias de Cotaló, El Rosario, García Moreno, Huambaló, Chiquicha, Bolívar, Pelileo Grande, Benítez, Salasaca y Teligote, que son las parroquias donde se desarrolla la ruta. Posee el 3% de su territorio arriba de los 3.400 msnm y el resto de su territorio varía hasta su punto más bajo que llega a los 2.000 msnm, con una superficie territorial de 202km² y limitando al norte con Pillaro, con la provincia de Chimborazo al sur, en el este con Baños y Patate y al oeste con los cantones de Quero, Cevallos y Ambato, su población vive de la producción textil y la agricultura (**Jerez & Cantonal, 2018**).

Población y muestra

La presente investigación recolectará datos de la población, misma que está conformada de los profesionales especializados en el ámbito turístico, habitantes conocedores de la información histórica de la identidad cultural del Pelileo y forma específica personas que conozcan el desarrollo de la ruta de los gigantes.

El muestro propuesto es no probabilístico, se aplicó a un segmento determinado de la población por las cualidades de la investigación. Este tipo de muestreo porque no toda la población que involucra el caso de estudio posee la información necesaria para el desarrollo del caso de estudio propuesto, por esta razón, este tipo de muestreo permite seleccionar a los sujetos de análisis de acuerdo a criterios que el investigador considere

idóneas en el momento del levantamiento de información, sin embargo los resultados son poco reproducibles (Otzen & Manterola, 2017).

TABLA 4

PARTICIPANTES DE LA ENTREVISTA

Nombres y Apellidos	Ocupación
Lic. Dennis Alberto Medina Araujo	Analista de turismo del GAD municipal del cantón Pelileo.
Ing. Daniel Oña	Analista de Ambiente #1 del GAD municipal del Pelileo.
Ing. Leonardo Maroto	Participa principal de la creación de la ruta de los gigantes.
Jairo Hernán Zúñiga Villalba	Constructor de las cabezas de los gigantes de la ruta.
Wellington Saúl Rodríguez Villarroel	Constructor del cuerpo de los gigantes de la ruta.

Nota: datos de los entrevistados, Fuente Luis Díaz (2023)

Técnicas

La técnica utilizada en esta investigación es la observación, que implica la inmersión directa en el fenómeno de estudio con el fin de recopilar datos de manera detallada. Esta investigación que posee un modelo cualitativo se respalda en la aplicación de una entrevista estructurada, la misma que presenta una estructura organizada con preguntas planteadas de acuerdo a indicadores previamente establecidos, estos indicadores propuestos por el investigador se diseñaron con la finalidad de servir como guía de discusión, con relación al entorno social en cuestión y así recopilar información eficaz para el desarrollo del caso de estudio.

Instrumentos

Entonces, los instrumentos implementados para la presente investigación fueron la ficha y la encuesta, mismos que permitieron llegar a los resultados correctos, a continuación, se describe su uso, aplicación y aporte.

Alude **Sánchez Bracho et al. (2021)**, las fichas son un instrumento de recolección de información, donde se guarda un registro escrito detallado, donde puede incluir datos generales, la descripción del caso de estudio, un análisis y un criterio personal como sugerencias, lo permitirá al investigador reconocer y analizar distintas perspectivas del objeto de estudio.

En este sentido uno de los instrumentos utilizados en el estudio planteado, son las fichas A5 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural como, documentación que permite la recolección de conocimientos artesanales, técnicas y tradiciones que aún están presentes en una localidad. En este ámbito hace referencia a técnicas artesanales esencialmente de manera manual, donde para su elaboración se hace uso de instrumentos cotidianos, son más tangibles y por tal razón las fichas pretenden registrar también aquellos conocimientos compartidos entre generaciones para la elaboración de los productos artesanales (**INPC, 2021**).

FIGURA 2

FORMATO FICHA A5 DEL INPC

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		CÓDIGO	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia:		Cantón:	
Parroquia:		Urbana <input checked="" type="checkbox"/>	Rural <input type="checkbox"/>
Localidad:			
Coordenadas:			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
Descripción de la fotografía:			
Código fotográfico:			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
		D1	
Grupo social		Lengua (s)	
		L1	
Subámbito		Detalle del subámbito	

Breve reseña

4. DESCRIPCIÓN

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad		
	Anual			
	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local			
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1				
Técnica				
T1				
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1				
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición

E3				
5.VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
6.INTERLOCUTORES				
APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
6.INTERLOCUTORES				
CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO	
6.INTERLOCUTORES				
TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO	
9.OBSERVACIONES				
10.DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora:				
Inventariada por:			Fecha de inventario:	
Revisada por:			Fecha de Revisión:	
Aprobada por:			Fecha de aprobación:	
Registro Fotográfico:				

Nota: Elaborado por INPC

Guía de entrevista

Por otro lado también se utilizó un cuestionario que permite al entrevistado una comprensión clara de las interrogantes planteadas con relación al tema de investigación planteado, para la obtención de las respuesta de las 20 interrogantes formuladas en los dos formatos, el primer formato se formuló considerando al entrevistado, el cual será para un especialista en el área y el segundo formato se estructuro para un historiador de la localidad, este instrumento esta validado por expertos que comprenden a profundidad la investigación, cumpliendo con la necesidad de fundamentar la veracidad y confiabilidad el instrumento utilizado.

TABLA 5

GUÍA DE ENTREVISTA PARA ESPECIALISTA

PREGUNTAS
¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?
¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta?
¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?
¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?
¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?
¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?
¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer “la ruta de los gigantes” a un público más amplio?

¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?

¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción turística?

¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?

Fuente: Luis Díaz (2023)

TABLA 6

GUÍA DE ENTREVISTA PARA CONOCEDORES DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE PELILEO

PREGUNTAS
Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "¿La Ruta de los Gigantes" en nuestro cantón, Pelileo?
¿Qué representa la ruta de los gigantes?
¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?
¿Desde su punto de vista, cómo podría "la ruta de los gigantes" contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón?
¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?
¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de Pelileo?
¿Cuáles son los eventos culturales del cantón que no se han dado mucha importancia?

¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?

¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?

¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?

Fuente: Luis Díaz (2023)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Análisis de resultados

Se aplicó la entrevista a expertos en el campo turístico y a conocedores de la identidad cultural de Pelileo, que a través de sus conocimientos permitieron tener un mejor entendimiento del tema de estudio, para posteriormente poder diseñar la promoción de la ruta. (Ver anexo 1)

TABLA 7

TRIANGULACIÓN DE LA ENTREVISTA

Dimensiones	Preguntas	Análisis	Reacciones de los participantes	Triangulación hermenéutica
Importancia de la cultura	<p>¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?</p> <p>¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?</p> <p>¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?</p>	<p>Los participantes en su totalidad reconocen la importancia de la identidad patrimonial en la ruta de los gigantes y resaltan la importancia de promover la cultura, para incrementar el turismo en el cantón Pelileo.</p> <p>Al hablar de la ruta, la mayoría de los participantes concuerdan que la ruta se creó como una manera de destacar a Pelileo de manera turística bajo la referencia de ser "tierra de gigantes"</p>	<p>Los entrevistados mostraron seguridad al mencionar las características de la ruta, conocen la ruta de los gigantes y mencionan que se debe promocionar más la ruta y la cultura pelileña, con la finalidad de destacar el potencial turístico del cantón.</p>	<p>En este cuestionamiento se analiza la postura del modelo de elección de los destinos de Crompton, con el factor de la multicausalidad, donde se afirma que los elementos culturales se convierten en un factor motivacional que atrae al turista. La opinión de los participantes concuerda con este factor, debido que también consideran los elementos culturales que poseen los gigantes pueden ser un factor determinante en el incremento del turismo dentro del cantón. Los elementos culturales que poseen las parroquias del cantón Pelileo, son analizadas sus características antropológicas y se consideran como un factor motivacional de viaje, teniendo en cuenta el atractivo visual y cultural que posee los gigantes de estas parroquias.</p>
Estrategias de promoción	<p>¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?</p> <p>¿Bajo su criterio, el alcance</p>	<p>La totalidad de los participantes mencionan que la promoción echa anteriormente a la ruta de los gigantes, fue hecha por medios digitales y en</p>	<p>Los entrevistados fundamentaron sus respuestas con bases estadísticas y por el alcance obtenido al momento de</p>	<p>El resultado se lo interpreta bajo la afirmación de Roigé (2019) la cultura de un territorio a través de una estrategia de marketing, se convierte en una atracción para el turista. Esta ruta turística tuvo el alcance obtenido gracias a una adecuada</p>

	obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?	su mayoría concuerda que el alcance obtenido por la misma, fue cumplido gracias al atractivo turístico de la ruta, lo que se vio reflejado en los números de visitantes proporcionados por el Ministerio de Turismo.	promocionar la ruta de los gigantes en su primera etapa.	promoción turística, sin embargo, al ser un proyecto dinámico, es necesario mantener y mejorar esta Proción. Un destino debe promocionarse de manera adecuada y mostrando sus mayores atractivos turísticos, para poder atraer a más turistas.
Marketing digital	¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar? ¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer “la ruta de los gigantes” a un público más amplio?	Los desafíos más grandes para la promoción la ruta por medio de realidad aumentada, es el encontrar la inversión necesaria para su realización, sin embargo la totalidad de los participantes concuerdan que sería una gran estrategia de promoción debido que el uso de medios digitales permite tener un gran alcance.	Se notó entusiasmo en los participantes por la propuesta de promoción turística planteada, comentaron los desafíos que encontraría y se buscar encaminar la idea planteada con recomendaciones acertadas.	En base a los resultados se puede desarrollar considerando la afirmación de Cortez (2022), la creación de estrategias de marketing digital, son alternativas viables para afrontar desafíos turísticos. Si bien la estrategia de marketing propuesta es considerada como innovadora y factible, la misma afronta desafíos para su aplicación, sin embargo los posibles beneficios podrían ser mayores, lo que significa que estos desafíos se podrían abordar como oportunidades de resaltar en un mercado tan competitivo.
Motivadores Turísticos	¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción	Las respuestas de los entrevistados concuerdan que existen monumentos que poseen más rasgos culturales que otros de cada parroquia donde	Los entrevistados mostraron seguridad al momento de sugerir los monumentos que se deberían considerar como imagen central de	Según el factor de atracción de Cromton, los elementos externos de un atractivo se convierten en un factor motivacional. En este sentido se considera ciertos atractivos de unos productos turísticos, como elementos centrales de una

	<p>turística? ¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta? ¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?</p>	<p>están ubicados y son más atractivos visualmente para el turista y los que consideran que deberían ser utilizados con imagen de una promoción turística son los monumentos de que se ubican en las parroquias de Teligote, Salasaka, Chiquicha, Pelileo grande y Cotaló. Permitir que el turista tengo una experiencia previa de un destino puede motivar a más viajeros a visitar la ruta de los gigantes.</p>	<p>la promoción turística, apoyando la idea de involucrar la identidad cultura de Pelileo en la promoción de la ruta.</p>	<p>campana de marketing turístico. De igual forma dentro de la tura de los gigantes de acuerdo a los participantes, existen elementos que contienen las características adecuadas y necesaria, por esta razón los mismo se podrían utilizar como imagen central de una promoción turística.</p>
--	--	--	---	---

Fuente: Luis Dias, 2023

TABLA 8

TRIANGULACIÓN DE LA ENTREVISTA A

Dimensión	preguntas	Análisis	Reacciones de los participantes	Triangulación hermenéutica
Características de la ruta	<p>¿Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "¿La Ruta de los Gigantes" en el cantón, Pelileo?</p> <p>¿Qué representa la ruta de los gigantes?</p> <p>¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?</p>	<p>Los entrevistados conocen como surgió la ruta de la idea jóvenes emprendedores hasta llegar a ser una ruta conocida a nivel nacional y concuerdan que los gigantes representan un aparte de la cultura de las parroquias donde se encuentran ubicados. También conocen parte de los elementos culturales que representan cada uno de los gigantes, principalmente de los gigantes más representativos de la ruta.</p>	<p>Los participantes se mostraron emocionados al compartir la historia de la ruta de los gigantes, debido que fueron participes de la misma, compartieron su conocimiento de lo que representa los monumentos de la ruta.</p>	<p>Este cuestionamiento destaca el factor de atracción de Cromton, los factores externos del atractivo y como los turistas perciben estos elementos tangibles. Los elementos culturales que poseen los gigantes que conforman la ruta, se colocaron con la finalidad de atraer al turista, a través de percepción que tendrán los turistas con respecto al atractivo visual de este producto turístico. En este sentido se determina que el conocer y compartir las características culturales de un atractivo genera motivaciones de visita al mismo tiempo que se promueve la preservación del patrimonio cultural del cantón.</p>
Importancia de la identidad cultural	<p>¿Desde su punto de vista, cómo podría "la ruta de los gigantes" contribuir al fortalecimiento de la</p>	<p>En su totalidad los entrevistados concuerdan que la ruta de los gigantes</p>	<p>Los entrevistados se mostraron pensativos con la pregunta, pero consideraron que la ruta</p>	<p>Contemplando el criterio de Osorio (2016), el patrimonio cultural como elemento central de la identidad social de un territorio, impacta de manera</p>

	identidad cultural del cantón? ¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?	contribuiría de gran manera al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón, porque al promocionar la ruta se estará promocionando también la cultura de sus parroquias. Por esta razón, resaltan la importancia de promocionar la ruta.	es un gran aporte para promover la ruta del cantón Pelileo.	positiva en la protección de las tradiciones culturales, por medio de actividades turísticas. En este sentido la creación de la ruta de los gigantes ha permitido el fortalecimiento y conservación de la identidad cultural por parte de propios y extraños que visitan las parroquias donde se encuentra cada uno de los gigantes. La relación del turismo con la identidad cultural de un territorio, otorga grandes beneficios para la protección de los mismos.
Cultura de Pelileo	¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de Pelileo? ¿Cuáles son los eventos culturales del cantón que no se han dado mucha importancia?	Las respuestas de los participantes concuerdan en que los eventos culturales más conocidos del cantón son: las fiestas de cantonización, e inti raimi, y las fiestas del carnaval y una parte de los participantes mencionan que los juegos tradicionales no se han dado mucha importancia.	Los participantes denotaron seguridad al mencionar que los eventos culturales o festividades del cantón, se les da gran importancia por sus habitantes.	El resultado de lo interpreta considerando el argumento de Richmond (2004), la cultura como algo compleja e histórica, como una creación humana que se encuentra estrechamente entrelazada con la vida cotidiana con de una población. En este sentido la apropiación y resalte de sus tradiciones culturales garantiza la conservación de la misma. En cuestión, existe una apropiación profunda de parte de los habitantes del cantón Pelileo hacia sus tradiciones culturales.
sugerencias a implementar en la ruta	¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?	Los entrevistados concuerdan que, si se debería incluir eventos	Se identificó seguridad al sugerir ideas de elementos culturales que	El resultado se lo interpreta desde la perspectiva de Alemán (2018), el potencial turístico de un territorio

	<p>¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?</p> <p>¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?</p>	<p>culturales como, ciclo rutas, que parte de las celebraciones del cantón se desarrollen en la ruta, también sugieren que se debería hacer carreras ecléticas que se desarrolle en el trayecto donde se encuentran los gigantes.</p> <p>En brindar opciones alternativas al turista como paradas gastronómicas, lugares donde puedan consumir o comprar algún alimento ligero y rápido motivaría al viajero a hacer la ruta, y también ayudaría a los habitantes a mejorar su economía.</p>	<p>deberían formar parte de la ruta de los gigantes, un entusiasmo al considerar que se podría implementar paradas gastronómicas.</p>	<p>radica en el aprovechamiento de las oportunidades de actividades turísticas alternativas que posee cada uno de ellos. En este sentido una parte de las parroquias donde se desarrolla la ruta ya han aprovechado el flujo de turista para implementar emprendimientos que les generen ingreso económico al mismo tiempo que contribuye a mejorar la experiencia del turista en dichas paradas de la ruta, sin embargo es una mínima parte quienes han aprovechado estas oportunidades, por cual se resalta la importancia y la necesidad de los participantes al momento de sugerir alternativas que podrían formar parte de la ruta.</p>
--	--	--	---	--

FICHAS A5 DEL INPC

 	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	
CÓDIGO	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: Tungurahua	Cantón: Pelileo
Parroquia: Cotaló	Urbana: <input type="checkbox"/> Rural: <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: La libertad	
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este) -1.40350 Y(Norte) -78.49123 Z(Altitud) 2,871	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: El gigante de Cotaló, tiene una altura de siete metros, sujeta con fuerza una lanza y con una mirada vigilante, a su espalda la imponente Mama Tungurahua .	
Código fotográfico: ISO-25-13mm-1-ev-f2.4-1/9524s	
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Denominación	Otra (s) denominación (es)

CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1	GIGANTE DE COTALÓ	
Grupo social		Lengua (s)		
MESTIZO		L1	ESPAÑOL	
Subámbito		Detalle del subámbito		
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA		
Breve reseña				
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>				
4. DESCRIPCIÓN				
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>				
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad		
	Annual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.		
✓	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
✓	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacion al			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso

P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/ COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.				
Sensibilidad al cambio				

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-25-13mm-1-ev-f2.4-1/9524s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-25-13mm-1-ev-f2.4-1/9524s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO	
Inventariada por: LUIS DIAZ	Fecha de inventario: 15-11-23
Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.	
Aprobada por: N/A	Fecha de aprobación:
Registro Fotográfico: Luis Diaz	

**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: El Rosario

Urbana:

Rural: ✓

Localidad: Patuloma, El Rosario

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este) -1 17'44 08"SY (Norte) 78"34'2.03" Z(Altitud)
2666 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante CHAKRA RUNA, tiene una altura de cinco metros, este gigante se encuentra ubicado al pie del cerro Nitón, tierra de trabajadores e intrépidos aventureros, este monumento posee en su mano derecha una especie de bastón y una mirada alegre.

Código fotográfico: ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9526s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra (s) denominación (es)
CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1 GIGANTE DE EL ROSARIO
Grupo social		Lengua (s)
MESTIZO		L1 ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA
Breve reseña		
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>		
4. DESCRIPCIÓN		
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>		
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Annual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5.VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-25-13mm-1-ev-f2.4-1/9524s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9526s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz



INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: García Moreno

Urbana: ✓

Rural:

Localidad: Caserío

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 18'10.86"S Y(Norte)78 32'34.26"O
Z(Altitud)2530 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante Pedro, tiene cinco metros de altura, es un gigante en una tierra de gente trabajadora, de tras una hermosa vista de cerca de las vertientes Shushuri.

Código fotográfico: ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9525s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

	Internacion al	tradición a nivel nacional.		
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9525s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-25-13mm-1-ev-f2.4-1/9524s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz

**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Huambalo

Urbana: ✓

Rural:

Localidad: Capillaguayco

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 24'26.01"S Y(Norte)78 31'39.85"O
Z(Altitud)2786 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante José, tiene cinco metros de altura, se encuentra en la entrada de esta parroquia, en su mano derecha sostiene un palo y en la otra mano una especie de madera que hace referencia al espíritu trabajador de los habitantes de la parroquia.

Código fotográfico: ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9525s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación		Otra (s) denominación (es)	
CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1	GIGANTE DE HUAMBABALÓ
Grupo social		Lengua (s)	
MESTIZO		L1	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA	
Breve reseña			
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>			
4. DESCRIPCIÓN			
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.	
✓	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
Alcance		Detalle del alcance	
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta	
✓	Provincial		
	Regional		
	Nacional		

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9525s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-26-13mm-1-ev-f2.4-1/9525s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Chiquicha

Urbana:

Rural: ✓

Localidad: Chiquicha Grande

**Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 14'57.41"S Y(Norte)78 32'15.70"O
Z(Altitud)2578 m**

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante Inti, con una altura de cinco metros, este gigante se encuentra con los brazos abiertos y una sonrisa risueña, como una forma de dar la bienvenida, con un canasto en su mano derecha que representa la tradición que tenían anteriormente sus habitantes, que hacían canastos y esteras.

Código fotográfico: ISO-27-13mm-1-ev-f2.4-1/9526s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra (s) denominación (es)
CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1 GIGANTE DE CHIQUICHA
Grupo social		Lengua (s)
MESTIZO		L1 ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA
Breve reseña		
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>		
4. DESCRIPCIÓN		
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>		
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-27-13mm-1-ev-f2.4-1/9526s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-27-13mm-1-ev-f2.4-1/9526s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz

**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Bolivar

Urbana:

Rural: ✓

Localidad: La Libertad

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 23'704"S Y(Norte)78 33'8.93"O Z(Altitud)2.996 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante TAKI MALI, uno de los más pequeños con una altura de cuatro metros, este gigante se lo denomina el brujo de los gigantes, posee una especie de cabello y en su mano derecha un columpio, está rodeado de plantas que emanan un aroma dulce.

Código fotográfico: ISO-28-13mm-1-ev-f2.4-1/9527s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación		Otra (s) denominación (es)	
CARPINTERÍA TRADICIONAL		DI	GIGANTE DE BOLIVAR
Grupo social		Lengua (s)	
MESTIZO		L1	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA	
Breve reseña			
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>			
4. DESCRIPCIÓN			
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.	
✓	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
Alcance		Detalle del alcance	
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta	
✓	Provincial		
	Regional		
	Nacional		

	Internacional	tradición a nivel nacional.		
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/ COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-28-13mm-1-ev-f2.4-1/9527s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-28-13mm-1-ev-f2.4-1/9527s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Pelileo Grande

Urbana:

Rural: ✓

Localidad: La Moya

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 19'50.74"S Y(Norte)78 32'4.38"O
Z(Altitud)2513 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante YAKU, tiene una altura de cuatro metros, el gigante más hace referencia al nombre gigantes, está ubicado en una parroquia que se la denomina Pelileo grande y de ahí parte el nombre del mismo.

Código fotográfico: ISO-29-13mm-1-ev-f2.4-1/9747s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra (s) denominación (es)
CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1 GIGANTE DE PELILEO GRANDE
Grupo social		Lengua (s)
MESTIZO		L1 ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA
Breve reseña		
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>		
4. DESCRIPCIÓN		
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bastante similar, ya que la madera debe atravesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-29-13mm-1-ev-f2.4-1/9747s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-29-13mm-1-ev-f2.4-1/9747s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO	
Inventariada por: LUIS DIAZ	Fecha de inventario:
Revisada por:	Fecha de Revisión:
Aprobada por:	Fecha de aprobación:
Registro Fotográfico:	

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Benitez

Urbana: ✓

Rural:

Localidad: Pachanlica

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 20'2.65"S Y(Norte) 78 35'20.71"O Z(Altitud)2705 m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante ANDINO, tiene una altura de cuatro metros, es un gigante que se encuentra en posición de meditación, posee una mirada profunda y representa a la gente artesana y trabajara de esta parroquia.

Código fotográfico: ISO-30-13mm-1-ev-f2.4-1/9757s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
CARPINTERÍA TRADICIONAL	D1	GIGANTE DE P BENÍTEZ
Grupo social	Lengua (s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ESCULTURA CON MADERA	

Breve reseña

La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.

4. DESCRIPCIÓN

Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.

Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad	
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance	Detalle del alcance	
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bastante similar, ya que la madera debe atravesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APPELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-30-13mm-1-ev-f2.4-1/9757s			

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-30-13mm-1-ev-f2.4-1/9757s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz

**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES**

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Salasaka

Urbana: ✓

Rural:

Localidad: Salasaka centro

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 18'44.53"S Y(Norte) 78 34'57.31"O
Z(Altitud)2609m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante NINA, un gigante con gran valor cultural, un personaje femenino que posee el sombrero característico de su cultura y en sus manos las herramientas con las que hilan la lana que extraen de los borregos que cuidan.

Código fotográfico: ISO-31-13mm-1-ev-f2.4-1/9758s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra (s) denominación (es)
CARPINTERÍA TRADICIONAL		D1 GIGANTE DE SALASAKA
Grupo social		Lengua (s)
MESTIZO		L1 ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		ESCULTURA CON MADERA
Breve reseña		
<p>La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.</p>		
4. DESCRIPCIÓN		
<p>Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa máquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.</p>		
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5.VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APPELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-31-13mm-1-ev-f2.4-1/9758s			

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-31-13mm-1-ev-f2.4-1/9758s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO
CULTURAL**
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Teligote

Urbana:

Rural: ✓

Localidad: Teligote

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: X(Este)1 21'42.24"S Y(Norte) 78 33'29.80"O
Z(Altitud)3143m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: El gigante CAPITAN, con una altura de siete metros, es la representación de una especie silvestre que ha habitado los bosques que rodean esta Parroquia. También este gigante es una forma de concientizar a los cazadores furtivos que ponen en peligro a los lobos que habitan ahí.

Código fotográfico: ISO-32-13mm-1-ev-f2.4-1/9759s

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
CARPINTERÍA TRADICIONAL	D1	GIGANTE DE TELIGOTE
Grupo social	Lengua (s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ESCULTURA CON MADERA	

Breve reseña

La carpintería en Huambalo, es una tradición de hace muchos años, por los años 70, en la actualidad existen más de 150 talleres de carpintería, donde se fabrica muebles de comedor, sala, dormitorios, entre otros. Se sabe que la historia del mueble proviene del antiguo Egipto, en donde surgió una especie de taburete, el mismo que era usado por todos debido que su uso no tenía distinción social.

4. DESCRIPCIÓN

Para los artesanos la elección de la madera es la parte más importante, para posteriormente continuar con el diseño del mueble, que servirá como base para realizar los cortes en la madera, aunque en la actualidad ya se usa maquinas modernas que facilitan este proceso, una vez listos los cortes, se liga los cortes para eliminar asperezas de la madera y poder aplicar los tratamientos necesarios para evitar el deterioro de la madera, para al final aplicar capas de lacado o color y dar los últimos detalles de terminado.

Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad	
	Anual	Este oficio tradicional se ha mantenido por la tradición de ciertas familias y por la necesidad laboral de los jóvenes, quienes deciden aprender el oficio, en mucho de los casos por un gusto por elaborar estos muebles artesanales.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance	Detalle del alcance	
	Local	La tradición de la carpintería se la practica en casi toda la localidad de Huambalo, es lo que los representa a nivel nacional, es una comunidad conocida por la calidad de los muebles que fabrican, los mismo que están exhibidos y puestos en venta en los locales más reconocidos del país, más sin embargo ahora con más razón la fabricación de los gigantes con estas técnicas
✓	Provincial	
	Regional	

	Nacional	tradicionales, ha logrado tener un alcance masivo en dar a conocer sobre esta tradición a nivel nacional.		
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalles de uso
P1	GIGANTES DE MADERA	Los gigantes de madera son elaborados mayormente en madera sin embargo poseen una estructura interna metálica, la misma que es cubierta con pedazos de madera, si bien el tamaño de cada gigante varia, su tamaño oscila entre 3 a 8 metros de altura. El cuerpo y su cabeza son elaborados por separado para posteriormente ser ensamblados en el lugar donde serán colocados.	TURÍSTICO	Los gigantes se crearon como un proyecto turístico de jóvenes emprendedores, sin embargo, gracias al alcance obtenido ha permitido a más de generar turismo, se ha promovido a través de ellos la cultura del cantón.
Técnica				
T1	ESCULTURA CON MADERA	Esta técnica parte de la carpintería tradicional, al igual que fabricar una silla, la elaboración de un gigante lleva un proceso bástate similar, ya que la madera debe a travesar los mismos procesos, con la diferencia que estos pedazos de madera son ensamblados por encima de un esqueleto interno echo con otro tipo de materia prima.		
Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	MADERA	VEGETAL	SOBRANTES DE OTRAS CARPINTERÍAS	PRODUCCIÓN PROPIA/COMPRA
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E3	CIERRA, GOMA, TALADRO, CLAVOS	CONTEMPORÁNEO	FRICACIÓN	COMPRA
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La fabricación de estos gigantes con lleva la transmisión de esta tradición, en donde se ve reflejado las habilidades de los artesanos de la parroquia de Huambalo, en varias familias de esta localidad los niños colaboran en la carpintería de sus padres de muy pequeños, aprende a querer y conservar este saber.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Esta tradición cada vez es más reconocido y valorado a nivel nacional, por esta razón posee una sensibilidad de cambio baja, sin embargo existe la posibilidad de que las nuevas generación dejen un lado estas prácticas debido a la globalización y a nuevos intereses de los jóvenes.
	Media	
✓	Baja	

6.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
Información reservada				

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DETALLE DEL SUBÁMBITO
ISO-32-13mm-1-ev-f2.4-1/9759s			

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	ISO-32-13mm-1-ev-f2.4-1/9759s		

9.OBSERVACIONES

El gigante muestra signos de deterioro en el recubriendo de la madera.

10.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMNATO

Inventariada por: LUIS DIAZ Fecha de inventario: 15-11-23

Revisada por: Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

Aprobada por: N/A Fecha de aprobación:

Registro Fotográfico: Luis Diaz

Análisis de las fichas del INPC de los gigantes de Pelileo

Pelileo representa una gran riqueza cultural, la muestra más representativa de aquello es la ruta de los gigantes, a más de la belleza estructural de los gigantes, la ruta es un conjunto de monumentos que representan la inmensa diversidad cultural del cantón Pelileo, sus leyendas, tradiciones, su historia, su agricultura y sobre todo representan la identidad cultural de cada parroquia del cantón. Las fichas del INPC contextualizan las características culturales que poseen cada uno de los gigantes de la ruta e interpretar la manera en que la ruta de los gigantes contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural.

En este sentido, las fichas del INPC A5 ofrecen una ventana hacia las características físicas e simbólicas culturales de cada uno de los gigantes que conforman la ruta, se documentó de manera detallada los materiales utilizados para la construcción de las técnicas artesanales que se empleó y los elementos simbólicos representados en cada figura. La documentación detallada permitió conocer la técnica artesanal utilizada en la construcción de los gigantes (carpintería tradicional) por parte de los artesanos pertenecientes a las parroquias Huambalo y Bolívar, como también las características físicas de cada uno de los gigantes, pese que las figuras poseen características físicas similares debido a que fueron construidos con el mismo tipo de material, sin embargo sus medidas y en ocasiones su composición son distintas, como por ejemplo el gigante de Cotaló es uno de los más altos, con una altura de siete metros y posee un lanza en su mano derecha, los gigantes de El Rosario, Chiquicha, García Moreno, Pelileo Grande y el de Huambalo poseen una altura de cinco metros, los gigantes de la parroquia de Benites y de Bolívar son los más pequeños porque miden cuatro metros y el de Bolívar posee un columpio que cuelga en su mano derecha, uno de los más imponentes es el gigante de la parroquia de Teligote que posee una altura de siete metros, por otra parte uno de los que más accesorios posee es el gigante de Salasaka, el mismo que posee un sombrero característico de la cultura Salasaka y en sus manos las herramientas tradicionales con las que el pueblo de Salasaka hace de hilar la lana que extraen de los borregos que crían, a más de su composición e imponente altura, algo que resalta a simple vista de los gigantes, es su fachada de madera, están cubiertos por pedazos de

madera de copal y canelo, la misma que han sido seleccionadas por los artesanos por sus cualidades de durabilidad y su color claro.

Por otra parte las fichas del INPC, han permitido comprender que los gigantes de la ruta a más de ser manifestaciones artísticas de gran belleza física, también son símbolos de la identidad y las tradiciones de cada comunidad, el simbolismo cultural de los gigantes se manifiesta mediante las características de su composición, cada una de las figuras lleva consigo una relativa histórica, a menudo esta historia se vincula con sus leyendas, sus prácticas artesanales y los relatos de los que aún mantienen presente la forma en la que habitaban sus pueblos antiguamente.

En este sentido se puede interpretar que los gigantes se convirtieron en guardianes de la historia de sus pueblos, preservando y fortaleciendo el sentido de pertenecía de los habitantes de estas parroquias. Los gigantes personifican las tradiciones más arraigadas de cada comunidad, simbolizan la sabiduría de sus ancianos, la fortaleza de la gente campesina y las celebraciones más significativas para el pueblo pelileño, uno personifica a un lobo, una especie que había en las montañas de la parroquia de Teligote, esta representación refleja la relación de su pueblo con su entorno, evidenciando como la identidad de su comunidad se entrelaza con la naturaleza.

Se puede decir también que son un símbolo que une a su pueblo alrededor de una identidad compartida, un emblema que promueve la coersión social y el orgullo de sus pobladores con respecto a su historia. En definitiva, la ruta de los gigantes de Pelileo trasciende más allá de un aspecto físico o artístico, la ruta en conjunto es portadora de significados profundos que conectan al pasado y a la identidad de su pueblo, contribuye a la preservación de su identidad cultural a medida que pasa el tiempo.

3.2 Verificación de hipótesis

Tras llevar a cabo la investigación, el análisis de la información recopilada y la presentación de los resultados, la presente investigación propone la siguiente hipótesis:

La presencia de los monumentos de la ruta de los gigantes y su promoción, son elementos clave para el fortalecimiento del sentido de pertenencia de la identidad cultural del cantón Pelileo.

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En conclusión, la aplicación de las fichas A5 del INPC ha permitido el cumplimiento del primer objetivo específico, la amplitud de esta herramienta de recolección de datos ha enriquecido la percepción de los monumentos de la ruta y facilitado la selección de los gigantes, para posteriormente ser utilizados como base en la promoción turística y el fortalecimiento de la identidad patrimonial de los pobladores del cantón Pelileo.

Para la caracterización de la identidad cultural del cantón Pelileo, se analizó los resultados obtenidos de la entrevista, permito tener una visión más amplia de los elementos principales que conforma la cultura del Cantón Pelileo, por esta razón se pudo concluir que la percepción de las personas sobre sus tradiciones, sus fiestas y saberes ancestrales, poseen un gran sentido de pertenencia, lo que se reconoce en el nivel de conocimiento sobre las características simbólicas culturales que posee la ruta de los gigantes.

Al promocionar la ruta de los gigantes a través de nuevas herramientas tecnológicas dentro de una estrategia de marketing turístico, permitió ofrecer al turista una experiencia previa de la ruta, lo que a más de llegar y motivar a más turistas significa también que se promoverá la conservación de la identidad cultural, por consiguiente se resalta la importancia de implementar estrategias de difusión que estén acorde a las nuevas tendencias.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda al ente encargado, considera en futuros proyectos de representación cultural, invitar a artistas o personas locales para que propongan nuevas ideas donde los diseños de los monumentos reflejen de manera fiel la identidad cultural del cantón Pelileo.

Se sugiere encaminar acciones de parte del ente encargado de la organización de eventos culturales y turísticos, realizar actividades culturales donde se involucre la ruta de los gigantes, donde se da el efecto paraguas del turismo, lo que significaría que se beneficiaría las localidades donde se desarrolla la ruta, sino también contribuiría al fortalecimiento de la identidad cultural de todo el cantón Pelileo.

Se aconseja a la entidad encargada encaminar las estrategias de promoción turística, enfocadas a las nuevas tendencias y la utilización de nuevas herramientas tecnológicas, debido a que esto significara llegar a un número mayor de personas que se verán atraídas por una estrategia innovadora, lo que equivaldría a promover la difusión de la identidad cultural del cantón Pelileo.

PROPUESTA

Título de la propuesta

INMERSIÓN DIGITAL EN LA RUTA DE LOS GIGANTES
(El legado en 3D)

Datos informativos

Ubicación

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquias: Cotaló, Huambalo, Bolívar, Teligote, García Moreno, Pelileo Grande, Benites, Chiquicha, El Rosario, Salasaka.

Objetivo de la propuesta

Proporcionar a los visitantes una experiencia previa interactiva y educativa que difunda la cultura asociada a los gigantes de la ruta y atraiga a más turistas.

Justificación

Pelileo, cada una de sus parroquias posee una gran riqueza cultural, su gente ha mantenido hasta el día de hoy muchas de sus tradiciones, costumbres, prácticas, valores, entre otras. Todas estas características culturales resultan atractivas para el turista, una parte de esta gran riqueza cultural está representada en la ruta de los gigantes, la misma que posee un gran potencial turístico y de igual manera es un elemento clave para la conservación de la identidad cultural de Pelileo.

Por esta razón, una vez realizado el estudio de campo y el análisis de los resultados, se interpretó las cualidades patrimoniales de la ruta de los gigantes, pese a que cada gigante posee gran atractivo turístico, también representan rasgos culturales de cada parroquia donde se encuentran, bajo este contexto se vio la necesidad de potenciar la actividad turística de la ruta de los gigantes, por esta razón se busca potenciar las cualidades culturales y turísticas de la ruta de los gigantes a través de una estrategia de marketing, por medio de una experiencia interactiva que se adapte a las tendencias turísticas actuales.

La propuesta es factible porque la promoción de la identidad cultural de Pelileo a través de la ruta de los gigantes es una manera de potenciar el turismo a la misma vez que se promueve y conserva la identidad cultural del cantón.

Desarrollo de la Propuesta

Estructura de marketing de contenidos

La propuesta se centra en la promoción turística de la ruta de los gigantes y la identidad cultural de Pelileo. Se diseñó un manual teniendo referencia a la técnica de marketing de contenidos, la misma que busca crear contenido de marketing que tienen como finalidad el informar y servir a usuario como guía y motivación de visita. Teniendo en cuenta que el contenido generado y publicado debe poner en cuenta una organización de su contenido y debe ser contenido fácil de comprender.

Estructura del marketing de contenido

- Informar

Un elemento indispensable de la estrategia de promoción, debido que gracias a la información del manual su pudo tener una guía para la experiencia en realidad aumentada y conocer la ubicación de los gigantes, a más de ello se dio a conocer el

atractivo visual a través de la proyección en 3D de los gigantes y la relevancia cultural para los habitantes de cada parroquia detrás de la creación de los mismo.

- Entretener

El objetivo de la propuesta es motivar al turista a visitar esta ruta, teniendo en cuenta esto, se creó una proyección en 3D de cinco gigantes de la ruta con la finalidad de llegar y motivar a un mayor número de turistas a través de ofrecer una experiencia interactiva y cautivadora para aquellas personas que se ven atraídos por una nueva forma de conocer un destino, esta herramienta tecnológica permitirá al turista entretenerse al visitar a los gigantes emblemáticos de la ruta de manera virtual.

- Capacitar

El tener elementos de capacitación dentro del manual es absolutamente necesario que permita mejorar la experiencia en el destino, por esta razón el manual contiene datos de interés que ayude a la conservación y mantenimiento de la ruta.

- Inspirar

Este último elemento tiene que ver con el atractivo del contenido del manual, si bien su finalidad es motivar al viajero, también pretende generar conciencia en el cuidado de los gigantes de esta ruta y la conservación de la identidad cultural de cada una de las parroquias.

- Instructivo

Un manual de uso es necesario para mejorar la experiencia con la realidad aumentada, por consiguiente se detalla el acceso y funcionalidad de esta herramienta; mediante la proyección de elementos de la ruta a través de la realidad aumentada los usuarios pueden acceder mediante sus dispositivos móviles, al usar el lector de códigos QR

tendrán una representación en 3D precisa del gigante en cuestión, cada uno de los gigantes tienen asociado una experiencia interactiva única, tendrá a través de un botón de acceso a un audio con que redacta lo que representa, también permitirá acercarse y alejarse del gigante una vez fijado la proyección en un lugar específico, de la misma manera tiene la opción de dirigirse al PDF oficial de la ruta de los gigantes, en donde tiene asociada la información de cada gigante, así como un acceso directo hacia su ubicación geográfica.

Esta experiencia de realidad aumentada tiene una interfaz amigable de manera que facilite su navegación, a la vez que garantice una experiencia atractiva e enriquecedora para el turista.

Elaboración de la publicación

Una vez fijado la estructura del marketing de contenidos, se elaboró un manual con las características mencionadas que informe y motive a viajero a visitar la ruta de los gigantes y la identidad cultural que representan.

Creación de elementos 3D

Herramienta de creación de elementos 3D

POLYCAM, se utilizó esta aplicación para la creación de una imagen en 3D de los gigantes utilizados en la estrategia de promoción turística, una aplicación con una interfaz sencilla que genera una imagen en 3D de un objeto por medio de fotografías de todos los ángulos del mismo.

Para lo cual se debe tener en cuenta que la fotografías deben tener la iluminación adecuado, el objeto debe permanecer estático todo el tiempo y las fotografías deben abarcar en lo posible todo el objeto.

Herramienta de creación de realidad aumentada

ZAPWORKS, la página web utilizada para la generación del elemento de realidad aumentada, una vez generado los elementos 3D a través de esta herramienta se los integro para constituir el producto y se genere cada uno de las proyecciones en realidad aumentada, con sus respectivos códigos QR. También se debe tener en cuenta que los elementos deben poseer poco espacio de almacenamiento para facilitar la lectura de la proyección en cuestión.

Productos de audiovisuales

TABLA 9

AUDIO DE LOS GIGANTES

Gigantes	Audios
NINA	Soy Nina, mi vida esta entrelazada con las raíces profundas, nuestro idioma la lengua Kichua, las mujeres salasakas hemos tejido nuestra ropa tradicional con hilo de lana, la habilidad de hilar es un acto de amor hacia nuestra cultura, un acto de amor y una forma de honrar a nuestros ancestros.
JOSÉ	Soy jode, soy el símbolo que representa al artesano de la madera, de la dedicación, habilidad y pasión de los artesanos, quienes a través de sus creaciones preservan la identidad de su pueblo, actividad que con mucho orgullo es parte de la actividad diaria y sustento de muchas familias huambaleñas.
CAPITÁN	Aullido del lobo
YAKU	Soy Yaku, soy historia e identidad de nuestro querido Pelileo, soy recordatorio constante de nuestras raíces, de la fuerza que reside en la unidad y del orgullo que sentido por nuestro lugar de origen, soy tan grande como el nombre de mi lugar

	de residencia, “Pelileo Grande”
WAYRA	Soy Wayra, estoy rodeada por cerros, ríos, cascadas y por la misteriosa mama Tungurahua, mi pueblo me denomina espíritu de la abundancia, con mi lanza protejo a un pueblo trabajador dedicado a la avícola, protejo sus paisajes y sus hermosas cascadas.

Fuente: Luis Díaz (2023)

TABLA 10

CÓDIGO QR Y PROYECCIÓN EN REALIDAD AUMENTADA

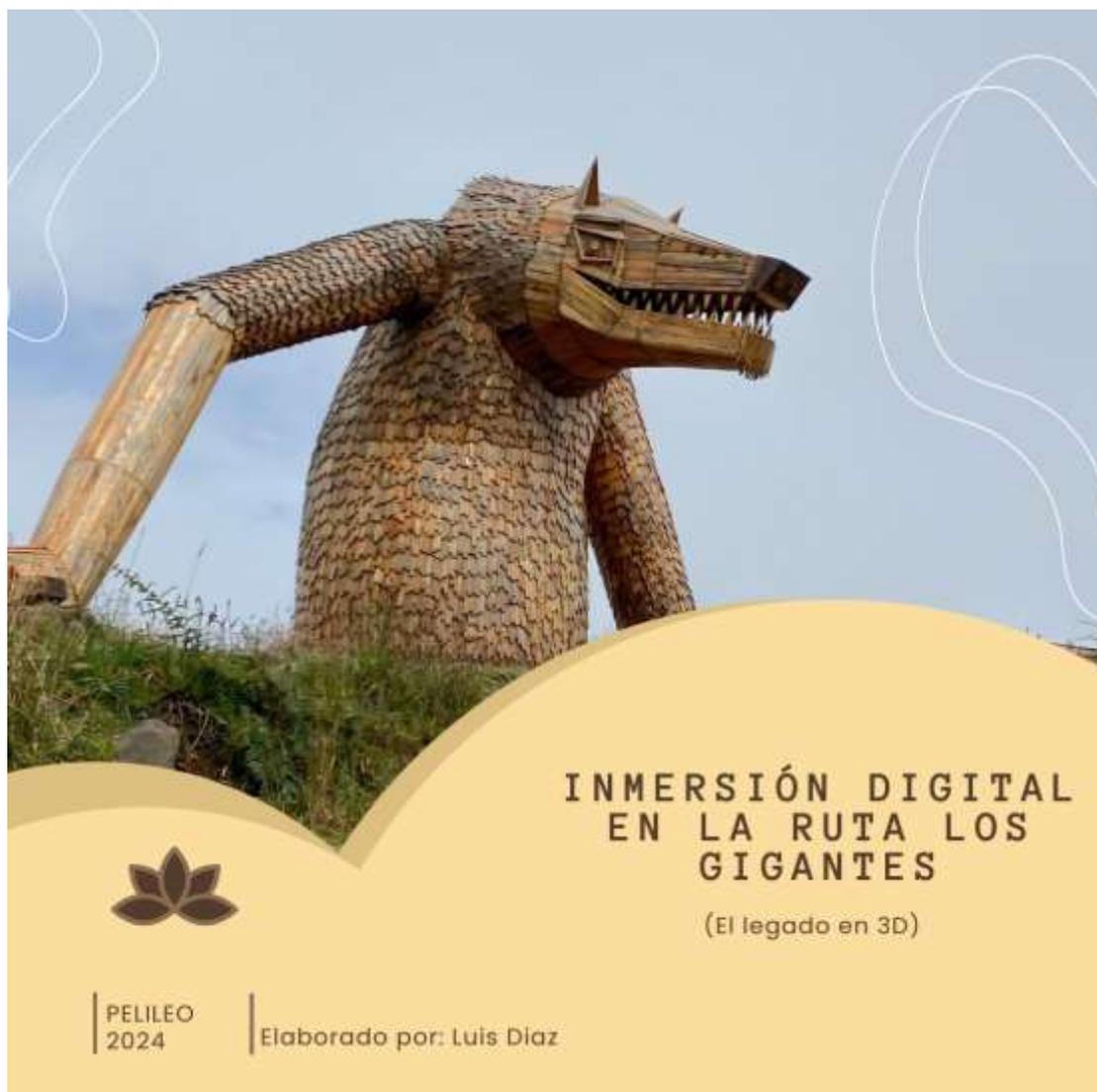
	Código QR
	
	

Fuente: Luis Díaz (2023)

MANUAL

https://www.canva.com/design/DAF3Yiq6qXI/NBM3gRI2jN6VQpiGd_TyZA/edit?utm_content=DAF3Yiq6qXI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

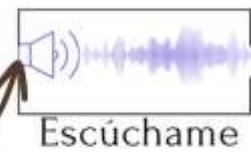


PELILEO TE INVITA

Descubre la magia de nuestra historia en la Ruta de los Gigantes, un legado ancestral que resuena con la identidad y la grandeza de Pelileo, Son guardianes silenciosos de nuestra herencia, testigos del pasado que nos conectan con raíces profundas y tradiciones ancestrales.

Te invitamos a ser parte de esta misión, a explorar, a aprender y a abrazar la historia que yace a lo largo de la Ruta de los Gigantes. Cada paso que damos en su compañía es una promesa de cuidado y amor por nuestra cultura

INSTRUCTIVO



NINA

Mi origen esta entrelazada
con las raíces de pueblo
Salasaka



SALASAKA



WAYRA

Mi pueblo me denomina
guardián y espíritu de la
abundancia



COTALÓ



CAPITÁN

Representó al lobo que resguarda las montañas de un pueblo trabajador.



TELIGOTE



JOSÉ

Soy el símbolo del artesano de la madera.



HUAMBALO



YAKU

Soy símbolo de la identidad
y perseverancia de Pelileo.

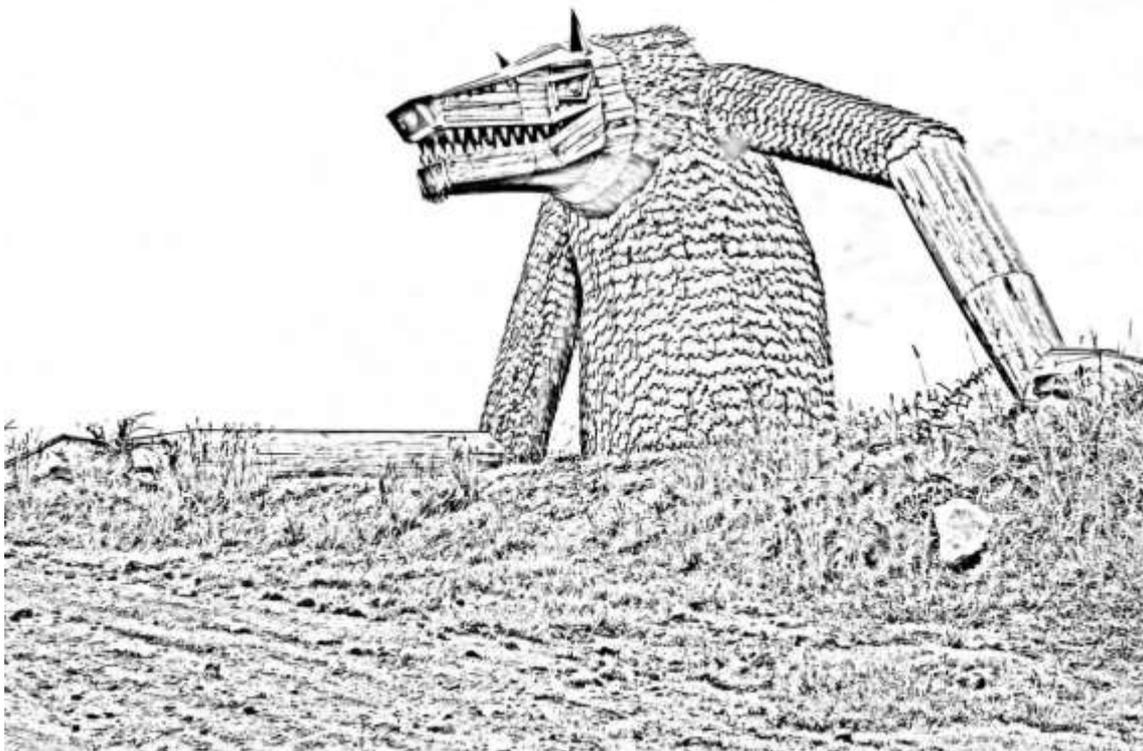


PELILEO GRANDE



RUTA DE LOS GIGANTES

Y LA IDENTIDAD CULTURAL DE PELILEO



Referencias bibliográficas

Bibliografía

Alodia Alonso Alemán. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL? *UTM*.

Arias Gonzáles, J., & Rodríguez Valeriano, A. (2021). Competencias laborales de los tripulantes en el departamento de restaurante del crucero Costa Luminosa. *Cimexus*, 16(2), 59-68.

Azema, C. A. J., Ríos, C. B., & Cáceres, R. C. (2020). Identidad profesional de estudiantes de la Facultad de Educación en la Universidad Católica de la Santísima Concepción. *Revista Educación*, 224-239. <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37678>

Calderón Puerta, D. M., Arcila Garrido, M., & López Sánchez, J. A. (2018). *La rutas e itinerarios turístico-culturales en los portales oficiales de turismo de las Comunidades Autónomas españolas*. <https://doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>

Campesino Fernández, A.-J., Salcedo Hernández, J.-C., & Gil Álvarez, L. (2021). *Itinerarios culturales y rutas turísticas-culturales: Planificación y gestión*. Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/12432>

Conca, B. (2021). Identidad personal en niños y adolescentes: Estudio cualitativo. *Scielo*.

Consejo Ejecutivo de la OMT: Las rutas turísticas, clave para la integración y el desarrollo de las regiones | OMT. (2021). <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-06-09/consejo-ejecutivo-de-la-omt-las-rutas-turisticas-clave-para-la-integracion->

Cortez, F. P., Arcos Guerrero, C. E., & Ballesteros López, L. G. (2022). Marketing digital para la nueva realidad del sector turístico de la provincia de Tungurahua. *Revista UNIANDES Episteme*, 9(2), 148-161.

Cruz, E., Poveda Aguja, F. A., & Vicens Murillo, B. A. (2021). “El uso de las TIC en las experiencias de vacaciones poscovid: Caso travelink”. *QUANTICA*, 2(2), 55-55.

Cruz Mantilla de los Ríos, P. (2022). *Identidad nacional y valores de la Unión Europea: Límites a una interpretación extensiva del artículo 4.2 TUE*. <https://doi.org/10.5944/rdp.114.2022.34150>

Cuenú Mancilla, E. D., Delgado Ramírez, P. A., Suárez González, S. M., & Toledo Prada, C. A. (2023). *Interacción social en niños, niñas y adolescentes víctimas del conflicto armado pertenecientes a la comunidad de Benposta: Un ejercicio desde el deporte social comunitario*. <http://repository.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/18617>

Duque, D. S., & Muñoz, D. E. (2022). Análisis de competitividad del destino turístico y el desarrollo de las rutas del cacao ecuatoriano. *Turismo y Patrimonio*, 18, Article 18. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.05>

Emeri, M. (2012). La publicidad turística como agente mediador entre los procesos motivacionales y perceptuales. *Tiempo de Gestión*, 8(13), 41-63.

Fernández Soria, J. M. (2021). Identidad cultural y derecho a la educación. *Contextos educativos : revista de educación*. <https://doi.org/10.18172/con.4445>

Gascón, J. (2022). Turismo rural comunitario en destinos de rutas turísticas: Un caso en el circuito del Sur Andino Peruano. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 16(2), 1-15. <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.2.9005>

Gómez-Cuevas, K., Delgado-Cruz, A., Palmas-Castrejón, Y. D., Gómez-Cuevas, K., Delgado-Cruz, A., & Palmas-Castrejón, Y. D. (2020). Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación. *RIVAR (Santiago)*, 7(21), 59-80. <https://doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4638>

Guamán Gómez, V. J., Espinoza Freire, E. E., León González, J. L., Ugarte Armijos, M. F., Peña Nivicela, G. E., Guamán Gómez, V. J., Espinoza Freire, E. E., León González, J. L., Ugarte Armijos, M. F., & Peña Nivicela, G. E. (2020). La enseñanza de la historia una herramienta clave para la construcción de la identidad nacional. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 492-499.

Ibarra-Michel, J. P., & Velarde Valdez, M. (2016). *Rutas Turísticas Sustentables Como Alternativa Para El Desarrollo De Comunidades Rurales (Sustainable Touristic Routes as an Alternative For The Development of Rural Communities)* (SSRN Scholarly Paper 3064290). <https://papers.ssrn.com/abstract=3064290>

INPC. (2021). *Instructivo para fichas de registro e inventario Patrimonio Cultural Inmaterial*. <https://downloads.arqueo-ecuadoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-InstructivoParaFichasDeRegistroInventarioPatrimonioInmaterial.pdf>

Jerez, D. M. C., & Cantonal, A. (2018). *ACTUALIZACION DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON SAN PEDRO DE PELILEO*.

- Laza Vásquez, C., Pulido Acuña, G. P., & Castiblanco Montañez, R. A. (2012). La fenomenología para el estudio de la experiencia de la gestación de alto riesgo. *Enfermería Global*, 11(4). <https://doi.org/10.6018/eglobal.11.4.145741>
- Martínez Ibarra, J. A., Rodríguez Larios, I. E., & Arellano, R. (2021). *La ruta cultural Juan Ruflo (Jalisco, México) Crónica de un proceso inacabado*. <https://doi.org/10.30827/erph.vi28.18482>
- Meredith García Quevedo, K., & Mercado López, E. (2019). De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio: La ruta de don vasco. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 260-272.
- Mestizo Julicue, D. (2022). *La danza tradicional como estrategia lúdico pedagógica en la revitalización de los valores culturales del Pueblo Nasa con niños y niñas de preescolar en la Institución Educativa Marino Mestizo Jambaló*. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/4301>
- Moreno Barreneche, S. (2019). La estilización del yo en redes sociales: La proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico. *deSignis*, 30, 77-89. <https://doi.org/10.35659/designis.i30p77-89>
- Nizama Valladolid, M., & Nizama Chávez, L. M. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. *Vox Juris*, 38(2), 69-90.
- Olivares, S. L., Rivera, N., López, M. V., Turrubiates, M. L., Olivares, S. L., Rivera, N., López, M. V., & Turrubiates, M. L. (2020). Etapas de la identidad para ser profesionalista: Evolución de las expectativas de los retos académicos a lo largo de la carrera. *Formación universitaria*, 13(4), 11-20. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000400011>
- Orlando-Narváez, S. R., Santos-Moreira, V. T., & Castro-Priego, M. (2018). Modelo de ruta turística patrimonial para impulsar bienes inmuebles patrimoniales culturales en el desarrollo turístico en el cantón Jipijapa, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 3(8), Article 8. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i8.590>
- Osorio Osorio, J. A. (2016). La aventura del turismo; revivificando la cultura a través del turismo y el patrimonio. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 285-295.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Panosso, A. (2012). *Teoría del turismo conceptos, modelos y sistemas*. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

Pita Lino, A., Pibaque Pionce, M., Santos Moreira, V., & Toala Baque, G. (2021). Potential cultural and natural resources of a gastronomic tourist route. *Alfa Revista de Investigación En Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 5(15), 232-251. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>

Pita Lino, A., Pibaque Pionce, M., Santos Moreira, V., Toala Baque, G., Pita Lino, A., Pibaque Pionce, M., Santos Moreira, V., & Toala Baque, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 5(15), 232-251. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>

Portillo Cebreros, E. (2013). *Motivación y satisfacción turística en la Costa del Sol*. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/5875>

Prieto, M. F., & Triana Valiente, M. F. (2019). *Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística (Gastronomic Routes in the State of Meta: A Proposal of Tourist Sustainability)* (SSRN Scholarly Paper 3403684). <https://papers.ssrn.com/abstract=3403684>

Puebla, A. M. R., Rodríguez, C. M. A., Chávez, E. S., & Estriche, M. M. (2023). Evaluación de atractivos naturales y senderos existentes en la Reserva Florística Manejada Monte Natural Cupaynicú para una nueva propuesta de rutas turísticas. *El Periplo Sustentable*, 45, Article 45. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i45.17167>

Richmond, E. R. (2004). La apropiación, un proceso entre muchos que ocurren en ámbitos escolares. *Memoria, conocimiento y utopía*, 1(1), Article 1.

Rodríguez Veiguela, Y., García Almaguer, D., Pons García, R. C., Tanda Díaz, J., Pancorbo Sandoval, J. A., Rodríguez Veiguela, Y., García Almaguer, D., Pons García, R. C., Tanda Díaz, J., & Pancorbo Sandoval, J. A. (2021). Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano. *Revista San Gregorio*, 1(46), 106-128. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i46.1431>

Ruiz, J. S.-, Coronel–Curimilma, L., Suárez–Jaramillo, A., & Maza–Ortega, M. (2020). RUTA TURÍSTICA MAÍZ Y CASCADAS: ESTUDIO DE CASO CON UN ENFOQUE DEL TURISMO CULTURAL Y NATURAL. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(99), Article 99.

Salazar, M. E. G., Cantuña, V. P. P., & Salazar, C. V. G. (2021). La revalorización de la identidad cultural: Un análisis retrospectivo de las principales culturas del Ecuador.

Revista Científica, 6(21), Article 21. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.21.18.336-355>

Sánchez Bracho, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: Análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>

Vásquez, M. (2023). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato: El tanatoturismo y las rutas turísticas: Caso de estudio cantón Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/38925>

Vizueté Cajas, W. J. (2019). *Implementación de una ruta turística guiada para el fortalecimiento del desarrollo turístico de la comuna colorados del Búa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas* [bachelorThesis]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10510>

Zúñiga-Bravo, F. G. (2019). Espacio turístico y turismo cultural a través de la ruta Don Vasco en Michoacán, México. *Revista Geográfica de América Central*, 63, 60-85. <https://doi.org/10.15359/rgac.63-2.3>

ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTA DIRIGIDAS A DENNIS MEDINA

Lic. Dennis Alberto Medina Araujo	
Preguntas	Respuestas del entrevistado
¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?	Realmente sí tengo conocimiento de la ruta de los gigantes que anteriormente eran diez y ahora son 12. Entonces, la idea era resaltar ciertas leyendas y tradiciones de aquí de la ciudad de Peli leo, haciendo referencia a cada parroquia donde están distribuidos los gigantes. Pero yo creo que esta ruta de los gigantes ha fortalecido no solo la identidad de las parroquias, sino del cantón en sí, ha fortalecido el turismo de la provincia.
¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta?	Los elementos culturales, considero que son importantes. Podría ser las fiestas tradicionales de cada parroquia, sus artesanías y sus costumbres, es lo que hay que rescatar, que se puede vincular al ámbito cultural y de identidad que están presentes en la ruta de los gigantes. Por ejemplo, el Capitán, que está en Teligote, que hace referencia a los antiguos monarcas. Algunos tienen referencia con lo cultural y la identidad propia de los sectores y otros en base a las leyendas de cada sector.
¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?	La ruta se implementó con la finalidad primero de captar turismo, de fortalecer la economía interna y segundo, de mantener su identidad cultural y tradiciones. Y esta ruta de los gigantes que pasa por todas las parroquias permite esa dinamización económica y social interna e intercambio cultural. Por esta razón considero que es importante preservar la cultura a través de la ruta.

<p>¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?</p>	<p>Nosotros nos hemos planeado hacer una promoción agresiva en el ámbito nacional, lo que nos interesa es que la gente de fuera de la provincia conozca que esto que hay en Peli leo, porque realmente la mayoría del Ecuador no conoce. Por tanto, nosotros hemos implementado una estrategia de promoción nacional en medios nacionales, televisivos, escritos, radiales y revistas especializadas en turismo.</p>
<p>¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?</p>	<p>Considero que se ha incrementado de un diez a un quince por ciento más o menos, datos reales que le puedo decir, hasta el 2018, en la plataforma GEOVID que manejaba el Ministerio de Turismo, Pelileo tenía 231 000 visitantes al año. Hicimos proyecciones al año 2023 y más o menos están alrededor de 272 000 visitantes.</p>
<p>¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?</p>	<p>Creo que sería algo novedoso e interesante para que el turista que no conozca pueda con ellos visibilizar cómo es la ruta. Sin embargo creo que la aplicación de eso sería un costo grande aunque, sería algo excepcional que se pueda mostrar a nivel nacional en ferias, en eventos de turismo, por esa razón creo que daría un impacto 100% positivo para mejorar la promoción de la ruta.</p>
<p>¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer “la ruta de los gigantes” a un público más amplio?</p>	<p>Bueno, ahorita todos sabemos que las redes sociales que todos manejan. Lo novedoso ahora el TikTok, Instagram, que es lo que está pegando fuerte, Facebook casi ya quedó a un lado. Creo que eso es para el mercado adolescente, por decirlo así.</p>
<p>¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar</p>	<p>Hemos tenido la experiencia de participar en dos eventos en Guayaquil, en donde expusimos de las rutas de los gigantes y fue una novedad increíble. Medios de</p>

particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?	comunicación que no conocían sobre la ruta pidieron información. Para mí, el público, el mercado potencial, la costa, principalmente Guayaquil o Guayas.
¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción turística?	Cada uno tiene su historia, pero el que más llama la atención es el de Cotalò. Es el que más llama la atención, más que todo porque es el más grande y porque atrás tiene el paisaje espectacular que es el Tungurahua.
¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?	Yo creo que es muy acertada esa pregunta e importante, puesto que usted si quiere tener un viaje a conocer algún tipo de atractivo en la ciudad del Ecuador, sería bueno tener un conocimiento previo de lo que usted va a ver.

ANEXO 2

ANEXO 1 ENTREVISTA DIRIGIDAS A DANIEL OÑA

Ing. Daniel Oña	
Preguntas	Respuestas del entrevistado
¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la	Busca dar una referencia de la gente trabajadora de Peli leo, si conozco la ubicación de cada uno de los gigantes también con este proyecto se buscó rescatar las tradiciones y resaltar las actividades cotidianas de cada

identidad cultural?	parroquia.
¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta?	Considero que todos, todos contribuyen al turismo y al rescate de cultura pelileña.
¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?	Sí, es importante fortalecer todos los aspectos importantes de cada lugar, con esta ruta busca motivar a recorrer una ruta interna dentro del cantón, y de esta manera cada uno de los gigantes hace conocer todo Pelileo.
¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?	Se buscó manejar la promoción a través de una ficha informativa, y se ha presentado en festividades del cantón con la imagen de “Pelileo tierra de gigantes” también en ciertos aviones se promociona la ruta a través de las pantallas de los asientos.
¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?	Hace falta mucha más promoción, es un proyecto que se debe estar promocionando constante mente.
¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?	Considero que un inconveniente seria la parte presupuestaria, y dependiendo el alcance de podría desarrollar con la financiación adecuada.

<p>¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer “la ruta de los gigantes” a un público más amplio?</p>	<p>He visto que existe tendencias en redes sociales como tik tok o Instagram, se enfocada la promoción en medios digitales.</p>
<p>¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?</p>	<p>Los grupos que se ven motivados por esta ruta son todos porque los adultos les parecen interesantes por lo tradicional y los jóvenes porque estos gigantes son bastante llamativos para fotografía.</p>
<p>¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción turística?</p>	<p>Considero que todos se podría utilizar, porque todos forman parte de una ruta, cada uno de ellos contribuyen con su atractivo único.</p>
<p>¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?</p>	<p>Al dar a conocer la belleza escénica de la ruta, permitiría que el turista conozca algo de lo que podrían hacer o ver en la ruta y de esta manera que se vean motivados a visitar.</p>

ANEXO 3

ENTREVISTA DIRIGIDAS A LEONARDO MAROTO

Ing. Leonardo Maroto	
Preguntas	Respuestas del entrevistado
¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?	Es un proyecto que inicio en el año 2021, a raíz de la necesidad de hacer otras actividades debido al confinamiento que estaba atravesando el mundo. También con este proyecto nace como una propuesta de emprendedores jóvenes y artesanos de Huambalo.
¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta?	Los aspectos culturales está reflejado a través del proceso de construcción y la tradición de los artesanos de Huambalo, y de igual manera en cada gigante se ve reflejado la identidad de cada parroquia.
¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?	La base de este proyecto turística esta echo, y a partir de este proyecto se busca reflejar los aspectos culturales como la agricultura, elaboración de artesanías entre otras que aún permanecen en las actividades cotidianas de las personas de cada lugar.
¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?	Se fueron promocionando por diferentes medios, al implementar el primer gigante, se vio que tanto alcance se podría tener, y al ver que tuvo un gran alcance se procedió a realizar la ruta.
¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?	Considero que superaron expectativas, debido se pudo dar a conocer la ruta a nivel nacional y por esta razón se logró obtener un premio dentro del foro nacional turístico, conocido como el cantón de los gigantes, se dio a conocer a través de medio digitales y canales como Tele Vistazo, permitió que esta ruta se incluya dentro del inventario

	turístico nacional.
¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?	Un gran desafío es la inversión que involucraría su implementación, de igual manera la colaboración del pueblo pelileño y que se mantenga estas propuestas por parte de las nuevas administraciones.
¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer “la ruta de los gigantes” a un público más amplio?	Una de las estrategias globales es la promoción a través de redes sociales, buscando motivar para que se comparta la idea a través de premios para los participantes.
¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?	Este proyecto debería mostrar como un atractivo accesible para todos y sobre todo una alternativa para quienes buscan actividades fuera de lo cotidiano.
¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias	Considero que los más importantes con relación a todos los rasgos turísticos, es el capitán ubicado en Teligote que hace referencia al lobo que existe ahí, el de Salasaka que hace referencia a su cultura y uno que me gusta mucho es el de Pelileo grande, porque hace referencia al nombre como se conocía antes “Pelileo grande” hay mucha

de promoción turística?	tradición que se puede contar con respecto al mismo.
¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?	En inicio se promociono con convenios de otras ciudades, en donde antes de visitar se daba una referencia sobre que refleja en el gigante de Cotalò, lo que emocionaba más a los turistas.

ENTREVISTAS REALIZADAS A CONOCEDORES

ANEXO 4

ENTREVISTA REALIZADA AL CONOCEDOR JAIRO ZUÑIGA

Jairo Hernán Zúñiga Villalba	
Preguntas	Respuestas
¿Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "La Ruta de los Gigantes" en nuestro cantón, Peli leo?	Conozco un poco, se formó esta ruta en todo el cantón de Peli leo buscando representar la idea de que Pelileo es tierra de gigantes.
¿Qué representa la ruta de los gigantes?	Conozco del gigante de Cotalo que representa la actividad de su pueblo, las avícolas y por esta razón en el nombre una letra es un huevo en referencia a eso. De igual manera cada gigante contiene algo de cada lugar.
¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?	Esta ruta inicio en el Rosario, y cada uno se diseñó en referencia de cada parroquia, un ejemplo claro es el de Teligote que es un lobo porque ahí existen lobos y

	así mismo es en cada lugar donde están que representan lo que existe ahí.
¿Desde su punto de vista, cómo podría “la ruta de los gigantes” contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón?	La ruta contribuir por medio de la promoción, al dar a conocer esta ruta ayudaría a difundir más la cultura de Peli leo.
¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?	Lo que considero que puede atraer al turista, son todos pero es necesario dar a conocer más estos aspectos culturales.
¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de Peli leo?	El chaguarmishqui, el inti raimi, el yamor.
¿Cuáles son los eventos culturales del cantón que no se han dado mucha importancia?	Los juegos tradicionales de cada parroquia como que se van perdiendo y es algo llamativo que se puede destacar.
¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?	También se podría incluir juegos o celebraciones de cada lugar se debería desarrollar en esta ruta.
¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?	Si sería beneficioso para todos, ya que ayuda que las personas pongan negocios alrededor de los gigantes.

¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?	Es importante para que lleguen más turistas y las personas puedan vender más sus productos y ayude al desarrollo de la economía.
---	--

ANEXO 5

ENTREVISTA REALIZADA AL CONOCEDOR SAUL RODRÍGUEZ

Wellington Saúl Rodríguez Villarroel	
Preguntas	Respuestas
¿Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "La Ruta de los Gigantes" en nuestro cantón, Peli leo?	Esta idea nace de jóvenes emprendedores y se construyó el primer gigante en Surangay, y a partir de desarrollarse se desarrolló la ruta en sí.
¿Qué representa la ruta de los gigantes?	Busca representar la cultura de cada lugar donde ubican, buscando generar turismo para Peli leo.
¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?	En si los gigantes representan una parte de la cultura donde están, lo turístico que tiene cada lugar se ve reflejado en cada gigante. Por ejemplo Cotalo está reflejado en el choclo y el huevo, de igual manera Salasaca está en todo el gigante y Teligote que es la imagen del lobo que existía ahí.
¿Desde su punto de vista, cómo podría “la ruta de los gigantes” contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón?	Con el turismo, más turismo significa una promoción de la cultura que expresa los gigantes.
¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden	Lo que es más atractivo para el turista, son cada característica que se ve reflejada en cada gigante y los

destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?	que más destacan en este aspecto son los gigantes de Chiquicha, el Rosario, Cotalo, Salasaca y Teligote.
¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de Peli leo?	Los eventos más conocidos son las fiestas de cantonización, el inti raimi y las fiestas del carnaval.
¿Cuáles son los eventos culturales del cantón que no se han dado mucha importancia?	Es un pueblo cultural que celebra sus tradiciones con cariño, por eso pienso que todos destacan en cada lugar donde se celebran.
¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?	Considero que se debería implementar actividades como ciclo rutas, como incluya los gigantes en rutas nocturnas, carreras de bicicletas, competiciones deportivas.
¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?	Si debería implementar lugares donde el turista pueda comer, tomarse una agüita, de igual manera eso genera un ingreso económico para los pobladores de estos sitios.
¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?	Debe ser promocionada a nivel nacional porque representa una parte de la cultura de cada lugar, y esto debe ser conservado y por esta razón e importante promocionar esta ruta.

ANEXO 6

EVIDENCIA DE LA ENTREVISTA A SAUL



Nota: Fuente propia

ANEXO 7

EVIDENCIA DE LA ENTREVISTA A MAROTO



Nota: Fuente propia

ANEXO 8

EVIDENCIA DE LA ENTREVISTA A DANIEL



Nota: Fuente propia

ANEXO 9

EVIDENCIA DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA, FIRMADO POR LIC.
EVELYN CHICAIZA



UNIVERSIDAD TECNICA AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACION

CARRERA TURISMO

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENTREVISTA A LOS
EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA BENITEZ

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		X		
Calidad de redacción de los items		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores		X		
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación		X		

Apreciación

Instrumento claro.
Contiene una redacción entendible.
Fácil aplicación

Observaciones.

Se recomienda ubicar el tema de la investigación

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por:



Lcda Evelyn Chicaiza
TÉCNICO PROMOTOR TURISTICO
GADMSC DE PATATE

Fecha: Patate, 16 de diciembre de 2023

Guía de entrevista para especialista

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

Pregunta	ESCALA			Observaciones
	Dejar	Modificar	Eliminar	
1. ¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?	X			
2. ¿Para usted, cuales son los elementos culturales más destacados de la ruta?	X			
3. ¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?	X			
4. ¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?	X			
5. ¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?	X			
6. ¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación	X			

x

	de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?				
7.	¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer "la ruta de los gigantes" a un público más amplio?	X			
8.	¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?	X			
9.	¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción turística?	X			
10.	¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?	X			



UNIVERSIDAD TÉCNICA AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACION

CARRERA TURISMO

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENTREVISTA A LOS
EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA BENITEZ

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		X		
Calidad de redacción de los items		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores		X		
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación		X		

Apreciación

Instrumento claro.
Contiene una redacción entendible.
Fácil aplicación

Observaciones.

Se recomienda ubicar el tema de la investigación

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por:



Evelyn Chicaiza
TÉCNICO PROMOTOR TURISTICO
GADMISC DE PATATE

Fecha: Patate, 16 de diciembre de 2023

Guía de entrevista para conocedor de la ruta

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

Pregunta	ESCALA			Observaciones
	Dejar	Modificar	Eliminar	
1. ¿Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "La Ruta de los Gigantes" en nuestro cantón, Pelileo?	X			
2. ¿Qué representa la ruta de los gigantes?	X			
3. ¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?	X			
4. ¿Desde su punto de vista, cómo podría "la ruta de los gigantes" contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón?	X			
5. ¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?				
6. ¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de	X			

Pelileo?				
7. ¿Cuáles son los eventos culturales del cantón que no se han dado mucha importancia?	X			
8. ¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?	X			
9. ¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?	X			
10. ¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?	X			

ANEXO 10

EVIDENCIA DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA, FIRMADO POR
ING. DENNIS MEDINA

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACION

UNIVERSIDAD TECNICA AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACION
CARRERA TURISMO

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENTREVISTA A LOS
EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA BENITEZ**

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	✓			
Calidad de redacción de los ítems	✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de aplicación	✓			

Apreciación.

Observaciones.

GUIA DE ENTREVISTA

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

Pregunta	ESCALA			Observaciones
	Dejar	Modificar	Eliminar	
1. ¿Conoce usted la ruta de los gigantes y su relevancia para la identidad cultural?	x			
2. ¿Para usted, cuáles son los elementos culturales más destacados de la ruta?	+			
3. ¿Usted cree que es importante preservar y promover la identidad cultural a través de esta ruta turística?	x			
4. ¿Me podría indicar cuales han sido las estrategias de promoción turística implementadas en esta ruta?	x			
5. ¿Bajo su criterio, el alcance obtenido con la estrategia publicitaria en redes sociales fue el esperado?	+			
6. ¿Cuáles son los desafíos más significativos que anticipa en la implementación				

de estrategias de promoción turística con realidad aumentada y cómo se podrían abordar?	+			
7. ¿Qué estrategias de marketing y promoción digital considera viables para dar a conocer "la ruta de los gigantes" a un público más amplio?	x			
8. ¿Cuáles son los grupos de turistas potenciales que podrían estar particularmente interesados en experimentar la identidad cultural a través de "La Ruta de los Gigantes"?	+			
9. ¿Cuáles son los principales monumentos de "La Ruta de los Gigantes" que podrían utilizarse como elemento central en las estrategias de promoción turística?	+			
10. ¿Bajo su criterio, como considera usted que ofrecer una experiencia previa de lo que ofrece la ruta de los gigantes, motivaría a más personas a conocer esta ruta?	+			

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (✓) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Dennis Medina

Especialidad del evaluador Ing. Estructuras

Lugar de trabajo: Gred Pólitico

Cargo que desempeña: Analista de Turnos

Fecha: 21/11/2023

Firma: 

UNIVERSIDAD TÉCNICA AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACION

CARRERA TURISMO

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENTREVISTA A LOS
EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA BENTEZ

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	/			
Calidad de redacción de los ítems	/			
Perinencia de las variables con los indicadores	/			
Relevancia del contenido	/			
Factibilidad de aplicación	/			

Apreciación.

Observaciones.

GUIA DE ENTREVISTA

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

Pregunta	ESCALA			Observaciones
	Dejar	Modificar	Eliminar	
1. ¿Qué puede contarme sobre la historia y la importancia de "La Ruta de los Gigantes" en nuestro cantón, Pelileo?	x			
2. ¿Qué representa la ruta de los gigantes?	x			
3. ¿Qué representa cada uno de los monumentos de la ruta de los gigantes?	x			
4. ¿Desde su punto de vista, cómo podría "la ruta de los gigantes" contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural del cantón?	x			
5. ¿Qué aspectos culturales presentes en la ruta, pueden destacar para atraer a los turistas interesados en la cultura local?	x			
6. ¿Cuáles son las festividades o eventos culturales más conocidos de Pelileo?	x			
7. ¿Cuáles son los eventos	x			

culturales del entón que no se han dado mucha importancia?				
8. ¿Qué aspecto cultural debería formar parte de la ruta de los gigantes?	+			
9. ¿Considera usted que se debería implementar otros aspectos culturales como paradas gastronómicas dentro de la ruta de los gigantes?	+			
10. ¿Por qué cree usted que la ruta de los gigantes debería ser promocionada bajo un concepto más cultural?	+			

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Dennis Medina

Especialidad del evaluador: Ing. Ecoturismo

Lugar de trabajo: Gest Poltur

Cargo que desempeña: Analista de Turismo

Fecha: 21/11/2023

Firma: _____

