



ISSN: 1390-5775
ISSN-e: 2661-6696

**Optimización del turismo cultural en el cantón Santiago de
Píllaro, provincia de Tungurahua, Ecuador: estrategias para
incrementar su atractivo y competitividad**

**Optimization of cultural tourism in the canton of Santiago de
Pillaro, province of Tungurahua, Ecuador: strategies to increase
its attractiveness and competitiveness¹**

Danny Fernando Chiriboga Barba
<https://orcid.org/0000-0003-3009-3917>
dfchiriboga1@espe.edu.ec²

Nuria Daniela Astudillo Calahorrano
<https://orcid.org/0009-0008-1295-6903>
ndastudillo1@espe.edu.ec³

Julio Cesar Yacelga Cusín
<https://orcid.org/0000-0001-6902-8608>
jcyacelga@espe.edu.ec⁴

Jahidin Fernando Herrera Ronquillo
<https://orcid.org/0000-0003-2560-4639>
jfherrera10@espe.edu.ec⁵

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí- Ecuador

¹ Manuscrito recibido el 1 de octubre de 2024 y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 6 de diciembre de 2024. Kalpana-Revista de Investigación. no. 27. Publicación Semestral (diciembre-2024) ISSN-e: 2661-6696 ISSN: 1390-5775.

² Doctor en ciencias Económicas especialidad Turismo. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí- Ecuador

³ Colaboradora investigadora. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí- Ecuador

⁴ Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí- Ecuador

⁵ Magister en Turismo. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí- Ecuador

Resumen

La investigación analizó el turismo cultural del cantón Santiago de Pillaro, provincia de Tungurahua, Ecuador. Propone estrategias para mejorar su atractivo y competitividad. El problema identificado es la falta de estrategias turísticas efectivas que aprovechen el patrimonio cultural y promuevan un desarrollo turístico sostenible, reflejado en la baja afluencia de visitantes y el escaso reconocimiento frente a otros destinos nacionales. El objetivo del estudio consistió en diseñar estrategias turísticas culturales para el fomento de la actividad turística y posicionamiento del cantón en el mercado de viajes. Se empleó el método Delphi en la identificación y priorización de estrategias, que fueron evaluadas por expertos en turismo cultural en tres fases. En la fase preliminar, se identificó a los expertos mediante el coeficiente de competencia (Kc). En la fase exploratoria, se indagó a los expertos si están de acuerdo sobre facilidades, atractivos, capacitación, promoción y comercialización turística. La fase final confirmó estos aspectos, subrayando la necesidad de infraestructuras adecuadas y capacitación continua. Entre las estrategias clave, se propone talleres de capacitación y modernización de infraestructuras turísticas. En conclusión, Delphi fue la metodología utilizada para diseñar estrategias claras, y estas estrategias son los resultados clave que pueden transformar y fortalecer el turismo en el cantón.

Palabras clave: turismo cultural, competitividad, estrategias turísticas, patrimonio cultural, posicionamiento

Abstract

The research analyzes cultural tourism in the Santiago de Pillaro canton, province of Tungurahua, Ecuador. Propose strategies to improve its attractiveness and competitiveness. The problem identified is the absence of effective tourism strategies that take advantage of cultural heritage and promote sustainable tourism development, reflected in the low influx of visitors and the poor recognition compared to other national destinations. The objective of the study was to design cultural tourism strategies to promote tourist activity and position the canton in the travel market. The Delphi method was used to identify and prioritize strategies, which were evaluated by cultural tourism experts in three phases. In the preliminary phase, experts were identified using the competence coefficient (K). In the exploratory phase, the experts were asked if they agree on facilities, attractions, training, promotion and tourism marketing. The final phase confirms these aspects, underlining the need for adequate infrastructure and continuous training. Among the key strategies, training workshops and modernization of tourist infrastructures are proposed. In conclusion, Delphi was the methodology used to design clear strategies, and these strategies are the key results that can transform and strengthen tourism in the canton.

Keywords: cultural tourism, Competiveness, tourism strategies, cultural heritage, positioning

Introducción

De acuerdo con el Municipio de Pillaro (2024), se requiere una orientación consecuente y exhaustiva para mejorar los recursos turísticos y las facilidades que contribuyan al desarrollo del turismo cultural y su aprovechamiento en el cantón Santiago de Pillaro, provincia de Tungurahua, Ecuador. Por lo tanto, es necesario impulsar la cultura como eje turístico mediante estrategias que provoquen beneficio, progreso y posicionamiento del cantón en el mercado turístico. Para entender la relevancia del impulso del turismo cultural es importante aclarar que este se caracteriza por cambiar el manejo turístico, mejorar las facilidades turísticas, fortalecer la accesibilidad y tener particularidades que lo acercan a un plan de desarrollo cantonal. Además, las estrategias

turísticas tienen la intencionalidad de ser un recurso que se integra en modelos actuales y futuros para el desarrollo turístico del cantón.

A partir de esta línea de ideas, es importante hacer una contextualización de hechos importantes a nivel mundial, de forma general; de ahí que Cañas y Arnandis (2014), refiriéndose a las estrategias de turismo, mencionan que España en su anhelo de mejorar sus desafíos en turismo crea el Plan FUTURES (1992-1995) considerado como el primer plan nacional de política turística que tenía directrices bien definidas como el mejoramiento de la competitividad y la consolidación del turismo como eje estratégico. Posteriormente, se desarrolló el Plan FUTURES II (1996-1999), que se centró en los principios de corresponsabilidad, la competitividad y la promoción del turismo.

Sacatoro (2013) enfatiza que la creación de estrategias para impulsar el turismo es crucial porque es una forma de intervención que requiere que se involucren las entidades públicas y privadas que estén relacionadas con el sector. Montejaque (2015:1) afirma que una adecuada forma de impulsar el turismo y el desarrollo es utilizando estrategias que aprovechen las características del lugar para producir novedosos productos con un vínculo fuerte al territorio. Según la Organización Comunidad de Madrid - CMA (2016:29), las estrategias son exitosas cuando hay innovación en los productos turísticos, cuando se mejoran los mecanismos de cooperación interterritorial y se mejora la gestión entre los organismos gubernamentales, privados y la comunidad. Ivars (2003) en Almeida et al. (2015:201-226) asegura que el impulso del turismo la cultura fortalece la sociedad, enriquece a la juventud y genera fidelidad por eso las estrategias son las piezas que impulsan todo el abanico de posibilidades turísticas de una región. Garzan (2017:10) asegura que cuando los territorios focalizan grandes eventos y masifican el turismo muchas veces se pierde la esencia de la cultura ya que esta se preserva cuando se la aprecia de forma particular e incluso individual. Por eso, considera que una estrategia clave es recuperar la cultura que se va olvidando, fortalecer la cultura que aún se mantiene e indagar en la cultura histórica olvidada para integrarla al colectivo social que ya no se la utiliza para traerla devuelta al colectivo social siendo el turismo la forma más adecuada para el empuje cultural de un territorio.

Se ha realizado un estudio de casos en los siguientes territorios, que muestran realidades geográficas con diferentes procesos de desarrollo, con el fin de tener una base referencial sobre la influencia que han tenido los planes de desarrollo turístico y sus estrategias.

El Reporte de criterios de baremación Proyectos Leader Feader, muestra que en España en la Junta de Comunidades Castilla, La Mancha (2016:1) las estrategias que se utilizaron fueron exitosas ya que permitieron incorporar productos novedosos que fueron difundidos en el sector rural con muy buena apariencia, muy vistosos y que estaban estrechamente vinculados a la cultura, algo similar ocurre con la ciudad de Almería en este caso Consultur (2002), va más allá y menciona que la estrategia es una herramienta conveniente que genera turismo, también, recomienda que la adecuada planificación

siempre debe ir acompañada de un adecuado diagnóstico de todo el entorno que afecta a las ciudades como la economía, la sociedad y el ambiente. Esto permite abordar las limitaciones poblacionales y, a largo plazo, mejorar la percepción que los habitantes tienen de su entorno.

Al analizar casos en la República del Ecuador, la utilización de estrategias se ha convertido en un recurso que ha dejado muy buenos resultados, por tal motivo, Reyes (2016:95) y Sacatoro (2013); coinciden en la necesidad de tener más expertos en la generación de estrategias que se acoplen a un determinado territorio ya que su efectividad permiten que el entorno turístico vaya mejorando así como los servicios que se encuentran en lugar y añaden que cuando se incorpora la cultura se genera identidad.

En este sentido, es necesario destacar la importancia que tiene la estrategia para desarrollar la cultura por su aporte al desarrollo social y en turismo su contribución es el eje que permite generar adecuadas experiencias al turista, en el caso del cantón Santiago de Pillaro, que es el tema de estudio de esta investigación, su legado cultural es muy reconocido a nivel nacional como internacional como el caso de las diabladas pillareñas, y las fiestas de cantonización, entre otros, sin embargo, estas son de muy poca duración en un corto periodo de tiempo lo cual no deja réditos económicos en el transcurso del año a esto se suma la poca afluencia de turistas internacionales, esto ha causado que el alojamiento, restaurantes, centros de interpretación, tengan cierta precariedad, según el GAD municipal Pillaro (2015: 157) la falta de estos servicios hace que los turistas en vez de quedarse en Pillaro busquen desplazarse a otras ciudades como Ambato, Baños o Latacunga.

En general, el desarrollo del cantón Pillaro tendría una muy buena alternativa si se apoya por medio del desarrollo de estrategias. En consonancia con lo expresado, se considera que su problema central es la falta de estrategias turísticas efectivas que aprovechan el patrimonio cultural de Santiago de Pillaro y promuevan su desarrollo turístico sostenible. Este problema se manifiesta en la baja competitividad y en la falta de posicionamiento en comparación con destinos turísticos más consolidados en Ecuador, por tal motivo, se plantea como objetivo estrategias turísticas culturales para el cantón Santiago de Pillaro que contribuyan al fomento y progreso de la actividad turística y posicionamiento en el mercado de los viajes.

Descripción del Área de estudio

Tungurahua es una de las veinticuatro provincias que tiene la República del Ecuador, este territorio es fuertemente influenciado por la cordillera central de los Andes, cuenta con 9 cantones que son Cevallos, Pelileo, Ambato, Quero, Patate, Baños, Mocha, Tisaleo y Pillaro; este último cantón, limita al oeste con los cantones Salcedo, Ambato y Pelileo, al este con el cantón Tena, al sur el cantón Patate y al norte el cantón salcedo.

La altitud se encuentra entre los 2.210 msnm hasta los 4.300 msnm, su extensión territorial en hectáreas es de 44.543, 06 además, su ubicación le convierte al cantón en un

sitio con varios microclimas, cabe señalar, que su conformación parroquial es extensa iniciando por Baquerizo Moreno, Emilio María Terán, Marcos Espinel, Píllaro, presidente Urbina, San Andrés, San José de Poaló, San Miguelito. Con respecto al desarrollo poblacional se toma en cuenta al Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022), es de 42.497 habitantes, esta misma institución, INEC (2022: 2) indica que la mayor cantidad de personas se encuentra en la parroquia de Píllaro. Con respecto a su legado histórico este territorio se cree que fue habitado por Caras, Yatchil, Quitus, y Cayapas quienes tenían un idioma muy característico y quizás el que más se difundió motivo por el cual el nombre de Píllaro es *cayapa* que significa Pilla-Relámpago y Ru-hueco o altar, partiendo de estos términos se determina que Píllaro significa altar del trueno. En el año de 1570 se fundó el pueblo de Píllaro por el español Don Antonio Clavijo para lo cual se creó una comisión especial de la Audiencia de Quito para el 25 de julio de 1.851, en la época Republicana, se firma en Latacunga el Decreto oficial para la constitución del cantón Píllaro, en este periodo se encuentra como Jefe Supremo el general José María Urbina, años más tarde y debido a la religiosidad del pueblo el territorio es consagrado al apóstol Santiago y patrono de las armas españolas, esta influencia desembocaría en su nombre actual como Santiago de Píllaro.

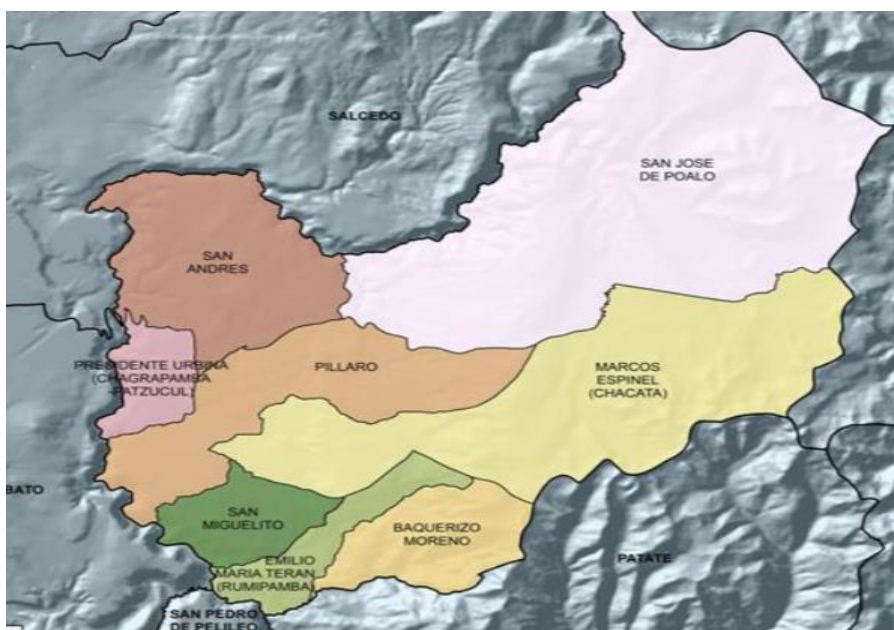


Figura 1. Mapa. Municipio de Santiago de Píllaro, 2024.

Metodología

La metodología Delphi se ha utilizado en esta investigación ya que es una técnica que permite recopilar información cualitativa, muy importante, debido a que obtiene opiniones reales de expertos con conocimiento del tema, hay que indicar también, que este método genera más datos de información que generalmente no son adecuadamente visualizados permitiendo un análisis sólido, con base en la realidad y la opinión de personajes competentes (Reguant & Torrado, 2016).

La particularidad del método es que se llega a acuerdos entre especialistas sobre el tema investigado logrando obtener un juicio bien sustentado con resultados claros, adecuados y confiables. Delphi se ha utilizado para diversas áreas de la investigación a nivel mundial a pesar de no ser muy conocido se lo utiliza por que se moldea a temáticas sociales, económicas, culturales, turísticas, de ahí que, al ser la investigación de carácter turístico es adecuada. (Camacaro, Rodríguez, Caldera, & Cestary, 2012)

La historia menciona que Delphi fue diseñada por Rand Corporation en Estados Unidos de Norte América por el año de 1940, a partir, de su creación, ha sido utilizada para obtener información de especialistas en temas variados. Para Linstone, H; Turoff, (1975: 3) Delphi estructura un proceso comunicativo de ida y vuelta entre el investigador y el grupo de expertos quienes se reúnen motivados por la discusión de un tema específico aportando soluciones a un determinado problema.

Partiendo de estas ideas y de acuerdo al problema de investigación se busca el manejo de juicio sistemático de varios especialistas relacionados con el área de estudio, es necesario mencionar, que para garantizar la objetividad de los datos y que estos no sean alterados es fundamental garantizar el anonimato de los que participan en el proceso del método Delphi de acuerdo a las recomendaciones de Aparicio, (2012: 416).

En este sentido, siguiendo lo indicado por Zayas, (1990:70) se instauran tres secuencias metodológicas la fase Preliminar, Exploratoria y Final.

Desarrollo de la investigación

Por medio de la utilización del método Delphi se desarrollan tres fases que son descritas a continuación.

Fase Preliminar

En la fase preliminar se utiliza la siguiente fórmula: $K = \frac{1}{2} (K_c + K_a)$. Para identificar el valor K_c , de acuerdo a Campistrous, Luis; Rizo, (1998) se solicita a las personas identificadas para colaborar en el método Delphi que de acuerdo a sus competencias en turismo cultural se autoevalúen y seleccionen en el rango de 0 a 10 su grado de conocimiento sobre turismo cultural como en la tabla 1.

Tabla 1. Rango 0 a 10

Menor conocimiento			→				Mayor conocimiento			
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Elaboración propia, 2024.

Para conocer el valor K_a se hace algunas preguntas a los expertos, las cuales se encuentran en la tabla 2, es necesario señalar que los valores ya están asignados de acuerdo al modelo matemático de Torgerson que da objetividad al criterio de los expertos al convertir la escala ordinal en escala de intervalo de cualitativo a cuantitativo, es importante destacar que en ningún momento los entrevistados conocen los valores.

Tabla 2. Preguntas a los expertos.

Criterios de selección	A (Alto)	B(Medio)	C(Bajo)
¿Ha hecho análisis de teorías?	0,4	0,3	0,2
¿Tiene experiencia en temas académicos?	0,5	0,4	0,2
¿Conoce el Cantón Píllaro y su desarrollo turístico cultural?	0,025	0,024	0,022
¿Contribuye en el desarrollo de temas de investigación?	0,025	0,024	0,022
¿Tiene conocimientos de turismo, economía, marketing, estrategias?	0,025	0,024	0,022
¿Cómo es su intuición?	0,025	0,024	0,022

Elaboración propia, 2024.

En esta fase de 15 expertos 12 fueron identificados con un coeficiente de competencias entre 0,8 y 1, considerado como alto por lo que cumplieron los criterios de inclusión y selección.

Fase exploratoria

En julio de 2024, se desarrolló un cuestionario con ocho preguntas distribuidas en cuatro componentes, diseñado para medir el grado de acuerdo o desacuerdo en una escala del 1 al 5, donde 1 representaba la percepción más baja y 5 la más alta. Este instrumento, presentado en la tabla 3, fue creado con base en un enfoque metodológico alineado a los objetivos del estudio, empleando técnicas cualitativas y cuantitativas. Para garantizar su relevancia, se consultó literatura académica, se analizó el contexto sociocultural del cantón Santiago de Píllaro y se validó con expertos, asegurando preguntas claras y orientadas a obtener datos sobre prácticas, percepciones y necesidades del turismo cultural en la región.

Tabla 3. Preguntas fase exploratoria

Componente: Facilidades turísticas.
Pregunta 1.- ¿Cree que es necesario mejorar las infraestructuras turísticas en el cantón Santiago de Píllaro?
Pregunta 2.- ¿Considera que la mejora de las infraestructuras turísticas en el cantón contribuiría a la creación y desarrollo de productos turísticos culturales?
Componente: Atractivos turísticos culturales.
Pregunta 3.- ¿Opina que los atractivos culturales del cantón necesitan el apoyo de las autoridades para ser estructurados como productos turísticos?
Pregunta 4.- ¿Está de acuerdo en que el cantón cuenta con importantes atractivos culturales que pueden contribuir al desarrollo del turismo cultural como una fuente significativa de ingresos?
Componente: Capacitación.
Pregunta 5.- ¿Cree que los proveedores de servicios turísticos en el cantón requieren capacitación adecuada, precisa, actualizada y continua para satisfacer a los clientes?
Pregunta 6.- ¿Está de acuerdo en que la falta de capacitación de los pobladores es el mayor problema del cantón?

Componente: Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos.
Pregunta 7.- ¿Considera que la promoción y comercialización del turismo cultural es uno de los principales desafíos del cantón?
Pregunta 8.- ¿Cree que las autoridades del cantón deberían asignar más recursos a la promoción y comercialización de los atractivos culturales?
Elaboración propia, 2024.

Después del procesamiento de las respuestas la dispersión por preguntas es la siguiente (Ver Fig. 2).

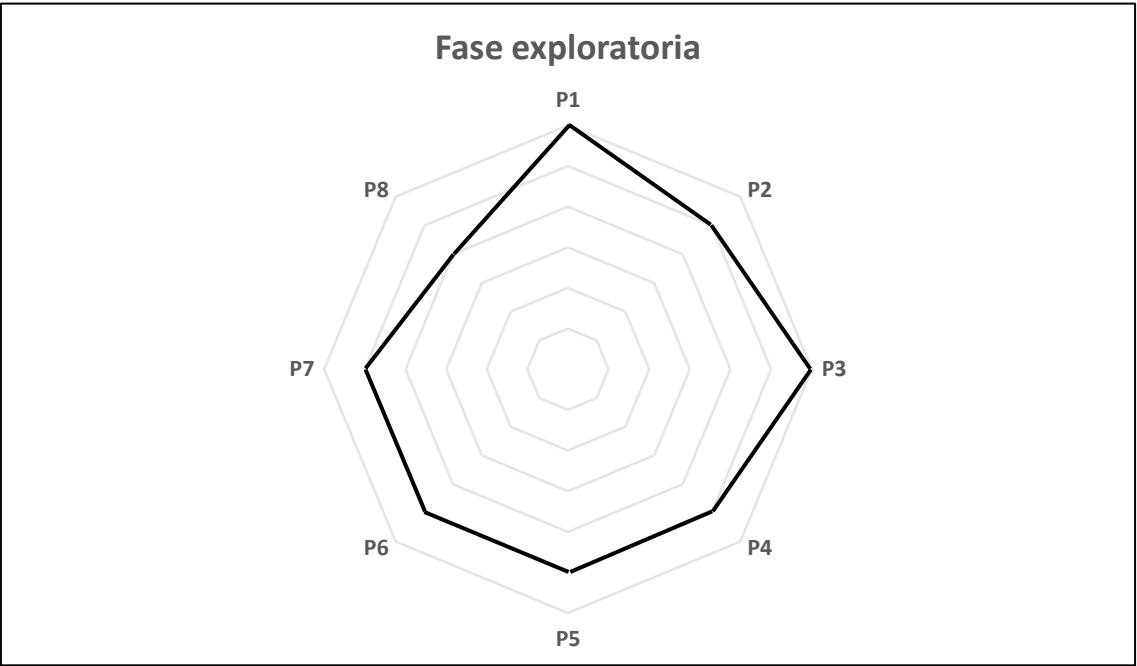


Figura 2. Fase exploratoria, 2024.

Fase final

En la etapa final de las preguntas que se muestran en la tabla 4, se ha estudiado el juicio intuitivo de los expertos mediante la creación de un cuestionario que tiene similitudes con la fase exploratoria, pero con un enfoque diferente en la estructuración de las preguntas para obtener el mayor grado de objetividad, al respecto se incluye los siguientes cuestionamientos:

Tabla 4. Preguntas fase final
Componente: Facilidades turísticas.
Pregunta 1.- ¿Considera que el turismo cultural en el cantón Santiago de Pillaro no ha mejorado debido a deficiencias en las infraestructuras y servicios turísticos?
Pregunta 2.- ¿Cree que los turistas se sienten motivados a visitar un lugar cuando encuentran fácilmente alojamiento, opciones gastronómicas, amenidades turísticas, accesibilidad en transporte e infraestructura adecuada?
Componente: Atractivos turísticos culturales.

Pregunta 3.- ¿Considera que el desaprovechamiento de los atractivos culturales del cantón se debe a la falta de difusión y comercialización adecuada?

Pregunta 4.- Según su experiencia, ¿cree que el aprovechamiento de los atractivos culturales del cantón fortalecería la identidad local, el multiculturalismo y el crecimiento económico?

Componente: Capacitación.

Pregunta 5.- ¿Considera que los cambios rápidos en las tendencias y gustos turísticos obligan a capacitar continuamente a los proveedores de servicios turísticos?

Pregunta 6.- ¿Cree que es necesario capacitar a los pobladores en áreas de turismo, hotelería y gastronomía?

Componente: Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos.

Pregunta 7.- ¿Cree que es necesario involucrar a los pobladores, así como a entidades públicas y privadas, en un proceso integral de promoción y comercialización turística?

Pregunta 8.- ¿Considera necesario diseñar una estrategia efectiva de promoción y comercialización para los atractivos turísticos del cantón?

Elaboración propia, 2024

Ocho preguntas han recibido calificaciones altas en la fase final. Los hallazgos que se han obtenido son útiles en el establecimiento de estrategias para mejorar el atractivo y la competitividad.

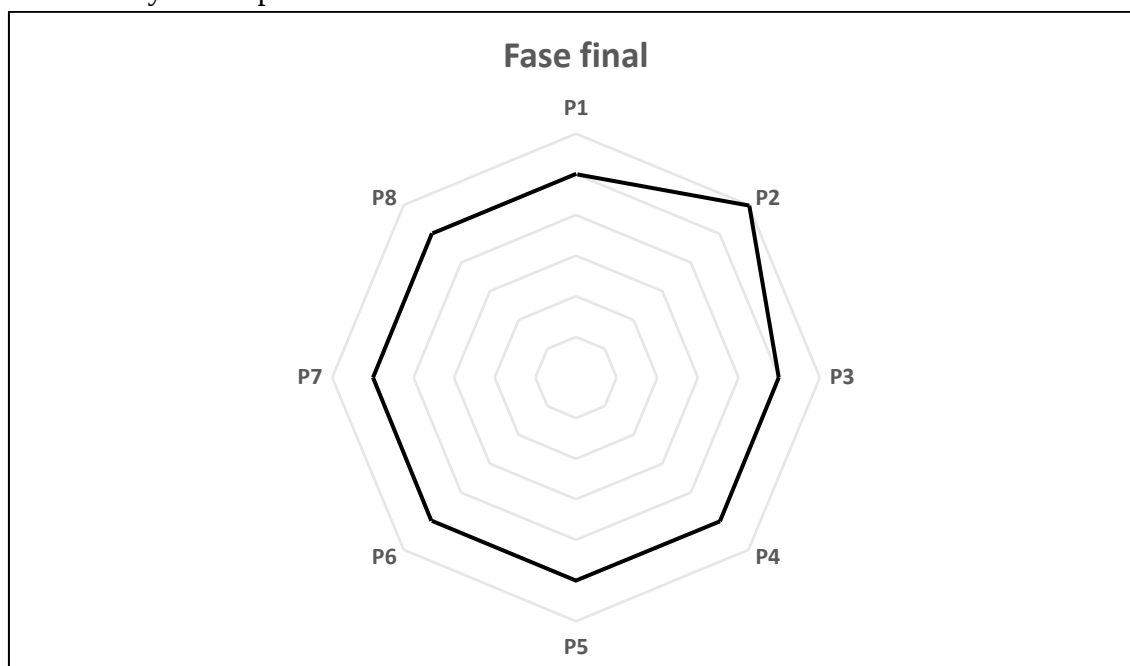


Figura 3. Fase final, 2024.

Propuestas de estrategias

Tras aplicar este método Delphi para identificar estrategias, se siguió el siguiente procedimiento para realzar el atractivo y la competitividad turística cultural del cantón Santiago de Pillaro:

Procedimiento Post-Delphi para identificar estrategias

- **Compilación de datos:** Se organizó todas las respuestas y sugerencias de los expertos durante las rondas Delphi.

- **Análisis cualitativo:** Se analizó cualitativamente las respuestas para detectar temas comunes, tendencias y divergencias.
- **Identificación de consenso:** Se determino las áreas con consenso significativo entre los expertos.

Priorización de estrategias

- **Clasificación de estrategias:** se clasificó las estrategias sugeridas según su viabilidad, impacto potencial y recursos necesarios.
- **Evaluación de factibilidad:** se realiza una evaluación de la factibilidad técnica, económica y social de cada estrategia.
- **Ponderación de impacto:** se asignó una ponderación al impacto potencial de cada estrategia sobre el atractivo y la competitividad turística.

Tomando en cuenta este proceso y después de una depuración se plantean las estrategias y acciones seleccionadas, cabe indicar que las únicas que no se toman en cuenta son las acciones gentrificación de Pillaro y creación de centros artesanales ya que su puntaje es bajo.

Tabla 5. Valoración de estrategias

Código de evaluador	A				B				C				D				E				F				G				Total
Puntaje	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	70
1.- Concienciación y formación de los actores principales.				4				4			3				3				3			3					3		23
Capacitación Turística			3				3				3				3				4			3					4		23
Capacitación Hotelera				4				4			3				3				4			3					4		25
Capacitación Gastronómica				4		2					4			3					3			4				3			23
2.- Mejoramiento de las facilidades turísticas.				4			3				4			3					3			4				3			24
Anfitriones locales			3					4			3			3					3			3				3			22
Gentrificación de Pillaro	1					2			1				1				1				2				2				10
Aprovechamiento del patrimonio culinario.				4				4		2					4		3				3				3				23
Mejoramiento del transporte público.			3				3				3				4		3				3				3				22
Creación de centros artesanales	1					1				1				1				1			1				1				7
3.- Restauración del uso de los atractivos turísticos culturales.			3				3				4				4				4			4				4			26
Límites de cambios aceptables				4			3				4			3				3			4				3				24
Recuperación del patrimonio cultural			3				3				3			3				3			4				3				22
4.- Promover, comercializar y distribuir el producto turístico-cultural.			4				4		2					4		3				3				3					23

Promoción	3	3	4	4	4	4	4	26
Comercialización	4	3	4	3	3	4	3	24

Elaboración propia, 2024.

Después de validar las estrategias y acciones se plantean objetivos, recursos humanos, y tecnológicos.

Estrategia 1. Concienciación y formación de los actores principales

Llevar a cabo 10 talleres intensivos de capacitación en turismo, hotelería y gastronomía en un plazo de 12 meses, involucrando a al menos 200 actores clave del sector.

Recursos humanos

- Formadores/Expertos: profesionales con vasta experiencia en turismo, hotelería y gastronomía.
- Coordinadores de capacitación: personal dedicado a la organización y coordinación logística de los talleres.
- Asistentes administrativos: encargados de gestionar inscripciones, logística y seguimiento de participantes.

Recursos tecnológicos

- Plataformas de e-learning: software avanzado para ofrecer formación en línea y acceso a recursos educativos.
- Equipos audiovisuales: proyectores, ordenadores y equipos de sonido de alta calidad para presentaciones.
- Sistemas de gestión de aprendizaje (LMS): herramientas sofisticadas para monitorear el progreso y evaluar el desempeño de los participantes.

Estrategia 2. Mejoramiento de las facilidades turísticas

Renovar y modernizar instalaciones turísticas clave (Anfitriones locales, transporte público, centros artesanales) se recomienda que, en un período de 18 meses, se mejore su accesibilidad y funcionalidad para los turistas.

Recursos humanos

- Ingenieros y arquitectos: expertos en diseño y supervisión de renovaciones.
- Trabajadores de construcción: personal cualificado para ejecutar las renovaciones físicas.
- Coordinadores de proyecto: responsables de la gestión y coordinación de las mejoras.

- Consultores de accesibilidad: especialistas en garantizar que las instalaciones sean inclusivas.

Recursos tecnológicos

- Software de diseño y planificación: Herramientas CAD para la creación de planos y proyectos detallados.
- Equipos de construcción modernos: Maquinaria y herramientas avanzadas necesarias para las renovaciones.
- Sistemas de gestión de proyectos: Software especializado para la planificación, seguimiento y control de los proyectos de renovación.

Estrategia 3. Restauración del uso de los atractivos turísticos culturales

Restaurar el patrimonio turístico culturales en un plazo de 24 meses, asegurando su preservación y accesibilidad.

Recursos humanos

- Historiadores y arqueólogos: profesionales encargados de investigar y asesorar en la restauración del patrimonio cultural.
- Restauradores de arte y patrimonio: expertos en la restauración de edificios, monumentos y artefactos históricos.
- Gestores culturales: encargados de coordinar las actividades de restauración y promoción cultural.
- Voluntarios: miembros de la comunidad que apoyan en diversas tareas relacionadas con la restauración y promoción.

Recursos tecnológicos

- Equipos de restauración especializados: herramientas y materiales específicos para la restauración de patrimonio.
- Tecnologías de documentación: drones, cámaras de alta resolución y escáneres 3D para documentar y planificar la restauración.
- Software de gestión de patrimonio: Herramientas avanzadas para la gestión y seguimiento de los proyectos de restauración.

Estrategia 4. Promover, comercializar y distribuir el producto turístico-cultural

Aumentar la visibilidad del cantón Santiago de Píllaro en un 30% en un plazo de 12 meses mediante campañas de marketing digital y participación en ferias turísticas.

Recursos humanos

- Especialistas en marketing digital: profesionales dedicados a diseñar y ejecutar campañas en línea.
- Diseñadores gráficos: creadores de materiales promocionales atractivos y efectivos.
- Gestores de redes sociales: encargados de gestionar y actualizar las plataformas de redes sociales.
- Agentes de ventas y relaciones públicas: encargados de establecer contactos y acuerdos en ferias turísticas.

Recursos tecnológicos

- Herramientas de marketing digital: software avanzado para la gestión de campañas, análisis de datos y optimización de contenidos.
- Plataformas de redes sociales: Canales como Facebook, Instagram y Twitter para la promoción continua y efectiva.
- Software de diseño gráfico: Herramientas como Adobe Creative Suite para la creación de materiales visuales impactantes.
- CRM (Customer Relationship Management): Sistemas para gestionar y analizar interacciones con turistas y stakeholders.

Estos objetivos claros y recursos detallados aseguran una implementación efectiva de cada estrategia, promoviendo mejoras significativas en el atractivo y la competitividad turística cultural del cantón Santiago de Pillaro.

Siguiendo este procedimiento, se puede asegurar una implementación efectiva y sostenible de las estrategias para mejorar el atractivo y la competitividad turística cultural del cantón Santiago de Pillaro.

Las estrategias han sido planteadas como alternativa complementaria a las actividades agrícolas, ganaderas, además de ayudar a mitigar la delincuencia, emigración, y generar nuevos emprendimientos. En otras palabras, lo que se pretende es mejorar la actividad turística del cantón Santiago de Pillaro, bajo parámetros de sostenibilidad y responsabilidad social, mejorando su futuro y ayudando a su comunidad y la juventud. Cabe señalar que las estrategias para que se consoliden necesitan de fortalecerse por medio de los siguientes puntos:

Involucramiento de Stakeholders

- Consulta con actores clave: Involucra a actores clave (gobierno local, comunidades, empresas turísticas, ONG's) para obtener retroalimentación y apoyo.

- Formación de comités de trabajo: Crea comités de trabajo o grupos de interés con representantes de diversos sectores para supervisar la implementación.

Implementación de estrategias

- Ejecución de proyectos piloto: implementa proyectos piloto para probar la viabilidad y efectividad de las estrategias en un entorno controlado.
- Escalamiento de iniciativas: basándote en los resultados de los proyectos piloto, expande las iniciativas exitosas a mayor escala.

Monitoreo y evaluación

- Establecimiento de indicadores: define indicadores de rendimiento clave (KPIs) para medir el progreso y éxito de las estrategias implementadas.
- Seguimiento continuo: Realiza un seguimiento continuo del progreso mediante la recopilación de datos y el análisis de resultados.
- Evaluación periódica: lleva a cabo evaluaciones periódicas para ajustar y mejorar las estrategias según sea necesario.

Comunicación y promoción

- Campañas de sensibilización: desarrolla campañas para informar a la comunidad local y a los turistas sobre las nuevas iniciativas y su impacto positivo.
- Marketing turístico: utiliza técnicas de marketing turístico para promover el cantón Santiago de Píllaro como un destino cultural atractivo y competitivo.

Revisión y ajuste continuo

- Retroalimentación continua: Establece canales de retroalimentación continua con los stakeholders y visitantes para identificar áreas de mejora.
- Ajustes estratégicos: Realiza ajustes estratégicos basados en la retroalimentación y en los resultados del monitoreo y evaluación.

Siguiendo este procedimiento, se puede asegurar una implementación efectiva y sostenible de las estrategias para mejorar el atractivo y la competitividad turística cultural del cantón Santiago de Píllaro.

Discusión

El empleo del método Delphi ha resultado ser una herramienta extraordinariamente eficaz para la identificación y priorización de estrategias dirigidas a mejorar el atractivo y la competitividad turística cultural del cantón Santiago de Píllaro. Este método, con sus tres fases meticulosamente estructuradas (preliminar, exploratoria y final), ha permitido una evaluación rigurosa y consensuada por parte de expertos en el campo del turismo cultural.

En la fase preliminar, se estableció un coeficiente de competencia (K) utilizando una fórmula precisa para medir el grado de conocimiento y la experiencia de los expertos en turismo cultural. Este coeficiente, basado en la autoevaluación y un conjunto detallado de preguntas, resultó ser superior a 0.8. Este alto nivel de competencia entre los participantes fue crucial para asegurar la validez de los resultados en las fases posteriores (Campistrout & Rizo, 1998).

Durante la fase exploratoria, desarrollada en julio de 2024, se diseñó un cuestionario abarcando cinco componentes clave del turismo cultural: facilidades turísticas, atractivos culturales, capacitación, promoción y comercialización. Los resultados de esta fase evidenciaron una clara necesidad de mejorar las infraestructuras y de una mayor implicación de las autoridades locales en la estructuración y promoción de los atractivos culturales del cantón.

La fase final reafirmó la importancia de estos componentes. Se subrayó la necesidad de infraestructuras adecuadas y la capacitación continua de los proveedores de servicios turísticos para adaptarse a las cambiantes tendencias y demandas del mercado. Este análisis detallado reveló divergencias en la percepción de algunas preguntas, que fueron promediadas para obtener un consenso más preciso. La difusión y la comercialización efectiva de los atractivos culturales se destacaron como cruciales para fortalecer la identidad local y fomentar el desarrollo económico (Torgerson, 1958).

Importancia de los resultados y su contexto

Estos resultados son coherentes con estudios previos que enfatizan la importancia de la infraestructura y la capacitación en el desarrollo del turismo cultural (Richards, 2007). La implementación de talleres intensivos, la renovación de instalaciones turísticas, la restauración del patrimonio cultural y la promoción efectiva a través de campañas de marketing digital, son estrategias que han demostrado ser efectivas en contextos similares.

Aplicación práctica de los resultados

La importancia práctica de estos hallazgos radica en su capacidad para guiar la formulación de políticas y la toma de decisiones estratégicas en el cantón Santiago de Pillaro. Los objetivos definidos, como la realización de talleres de capacitación y la modernización de infraestructuras turísticas, proporcionan un marco claro para la acción. Además, los recursos humanos y tecnológicos identificados son fundamentales para asegurar la implementación efectiva de estas estrategias.

Por ejemplo, la Estrategia 1 propone la realización de 10 talleres en un año, involucrando a formadores expertos y utilizando plataformas de e-learning. Esto no solo mejorará las competencias de los actores clave, sino que también fortalecerá la calidad de los servicios turísticos ofrecidos. La Estrategia 2 se centra en la renovación de infraestructuras turísticas en 18 meses, involucrando a ingenieros, arquitectos y

consultores de accesibilidad, garantizando que las instalaciones sean inclusivas y funcionales para todos los turistas.

Conclusión

En conclusión, el método Delphi ha proporcionado un enfoque sistemático y participativo para desarrollar estrategias efectivas para el turismo cultural en el cantón Santiago de Píllaro. La implementación de estas estrategias, apoyada por una sólida base de recursos humanos y tecnológicos, puede transformar significativamente el panorama turístico del cantón. Esto promoverá su desarrollo sostenible y mejorará la calidad de vida de su comunidad. Los hallazgos de este estudio son una valiosa contribución a la literatura existente y ofrecen un modelo replicable para otros contextos similares.

Referencias

- Almeida, F., Coll, M., Brunet, P. J., & Monteserín, O., (2015). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, (39), 201–226. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1161275&info=resumen&idioma=SPA>
- Aparicio, M. del S., (2012). El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: La integración entre conservación, calidad y satisfacción. *Tesis Doctoral*, 676. Retrieved from <http://eprints.ucm.es/20836/1/T34399.pdf>.
- Camacaro, L; Rodríguez, M; Caldera de Ugarte, N; Cestary, J., (2012). Visión actual del desarrollo turístico urbano de Maracaibo. Método Delphi. Maracaibo. Venezuela
- Cañas, Laura; Arnandis, R., (2014). Recurso Cultural, Recurso Turístico, Producto Turístico ¿Qué creó realmente el plan piloto de dinamización del producto turístico de Xátiva (Valencia)?, 65–83
- Campistrous, Luis; Rizo, C., (1998). *Indicadores e Investigación educativa*. La Habana.
- Garzan, C., (2017). Valencia Cultural: Turismo impulsa una estrategia para dinamizar la oferta de la ciudad. Retrieved July 28, 2017, from <http://valenciaplaza.com/valencia-cultural-turismo-impulsa-una-estrategia-para-dinamizar-la-oferta-de-la-ciudad>.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Píllaro., (2015). Plan de desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Santiago de Píllaro. Píllaro, Ecuador: GADM.
- Instituto Nacional de estadísticas y Censos – INEC., (2022). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. INEC. Quito, Ecuador.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC., (2022a). CENSO 2022. Quito, Ecuador.
- Ivars, J. A., (2003). Planificación Turística. Madrid: Síntesis.
- Junta de Comunidades Castilla-La Mancha., (2016). Plan Estratégico de Turismo 2015-2019., 116.
- Linstone, H., (1975). Turoff, M. The Delphi Method. Techniques and Applications. Addison Wesley.
- Montejaque., (2015). Informe de dinamización turística. Serranía de la Ronda. Retrieved from <http://montejaque.es>.
- Municipio de Santiago de Píllaro. (2024). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2024-2032. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santiago de Píllaro. Recuperado de <https://www.pillaro.gob.ec>
- Reguant A; Torrado, M., (2016). El método Delphi. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309636>.

- Reyes, J., (2016). Plan estratégico de desarrollo turístico para dinamizar la actividad turística del cantón la Concordia, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Universidad Nacional de Chimborazo.
- Richards, R: Everyday Creativity and New Views of Human Nature: Psychological, Social, and Spiritual Perspectives. American Psychological Association, Washington DC.
<http://dx.doi.org/10.1037/11595-000>
- Sacatoro, L., (2013). Planes de dinamización. Quito, Ecuador. Retrieved from
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1647/1/T-UTC-1521.pdf>.
- Torgerson, W. S., (1958). Theory and methods of scaling. Nueva York: Wiley.
- Zayas, M., (1990). El proceso de las decisiones y de soluciones de problemas. Holguín, Cuba.