



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

REALIZACIÓN DE UNA PIEZA AUDIOVISUAL PARA LA PROMOCIÓN Y  
DIFUSIÓN DE LOS PRINCIPALES LUGARES TURÍSTICOS DE LA  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SUS CANTONES, ECUADOR

AUTOR

Carol Anabel Ramos Regalado

AÑO

2020



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

REALIZACIÓN DE UNA PIEZA AUDIOVISUAL PARA LA PROMOCIÓN Y  
DIFUSIÓN DE LOS PRINCIPALES LUGARES TURÍSTICOS DE LA  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SUS CANTONES, ECUADOR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Producción Audiovisual y Multimedia,  
Mención Producción Audiovisual.

Profesor Guía:

Juan Diego Andrango Bolaños

Autor:

Carol Anabel Ramos Regalado

Año

2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, realización de una pieza audiovisual para la promoción y difusión de los principales lugares turísticos de la provincia de Tungurahua y sus cantones, Ecuador a través de reuniones periódicas con el estudiante Carol Anabel Ramos Regalado, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".



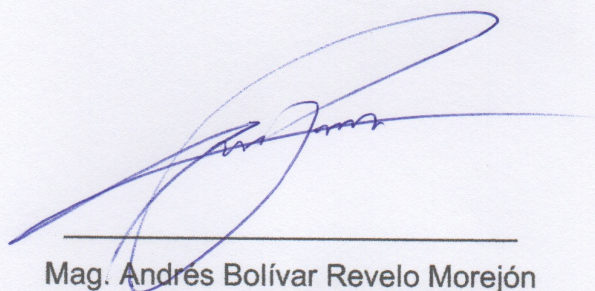
---

Mtr. Juan Diego Andrango Bolaños

Ci: 1720876133

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, realización de una pieza audiovisual para la promoción y difusión de los principales lugares turísticos de la provincia de Tungurahua y sus cantones, Ecuador del estudiante Carol Anabel Ramos Regalado en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

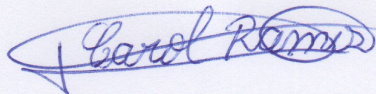


Mag. Andrés Bolívar Revelo Morejón

CI: 1713177564

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.



---

Carol Anabel Ramos Regalado

CI: 1850472109

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia, a mis profesores, mis amigos y a todos quienes formaron parte de este proceso muy importante para mi vida personal y profesional.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está  
dedicado  
a todos los  
tungurahuenses  
y en especial a mi familia  
que me ha apoyado  
incondicionalmente.

## **RESUMEN**

Tungurahua es una provincia ubicada en el centro del Ecuador, caracterizada por ser una tierra eminentemente comercial y agrícola, lo que ha provocado que desde siempre se la conozca a nivel nacional e inclusive internacional de esa manera, dicho reconocimiento ha causado que se dejara de lado a una de las actividades que más ingresos generan al país: el turismo. Pese a los esfuerzos de las administraciones de la provincia, Tungurahua aún no se ha logrado posicionar como una potencia turística.

La provincia de Tungurahua cuenta con nueve cantones, muchos de los cuales aún conservan sus tradiciones ancestrales, en los que se está implementando el turismo comunitario, entre otras actividades que pretenden hacer de esta provincia un destino en la lista de lugares para visitar. Los cantones de Tungurahua son: Ambato (capital de la provincia), Baños, Cevallos, Pelileo, Patate, Tisaleo, Mocha, Quero y Píllaro. Cada uno de estos cantones posee distintos atractivos turísticos que hacen de Tungurahua una provincia única. Es por esto que, en el presente trabajo, se ha decidido realizar un recorrido a lo largo de estos nueve cantones, donde se evidencia dentro de cada uno de ellos, las distintas actividades, lugares y ofertas gastronómicas de los mismos, todo esto es posible mediante la producción audiovisual de una pieza audiovisual, es así que se puede dar a conocer de una manera más eficaz lo que Tungurahua puede ofrecer a turistas nacionales y extranjeros.



## **ABSTRACT**

Tungurahua is a province located in the center of Ecuador, characterized by being an eminently commercial and agricultural land, which has always caused it to be known nationally and even internationally in that way, such recognition has caused it to be set aside to one of the activities that generate more income to the country: tourism. Despite the efforts of the administrations of the province, Tungurahua has not yet managed to position itself as a tourist power.

The province of Tungurahua has nine cantons, many of which still preserve their ancestral traditions, in which community tourism is being implemented, among other activities that aim to make this province a destination in the list of places to visit. The cantons of Tungurahua are: Ambato (capital of the province), Baños, Cevallos, Pelileo, Patate, Tisaleo, Mocha, Quero and Píllaro. Each of these cantons has different tourist attractions that make Tungurahua an unique province. That is why in the present work, it has been decided to take a tour along these nine cantons, where it is evident within each one of them, the different activities, places and gastronomic offers of them, all this is possible by the audiovisual production of a short film is so that what Tungurahua can offer to local and foreign tourists can be made known more effectively.

## ÍNDICE

CAPÍTULO I .....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Justificación .....	5
CAPÍTULO II .....	7
ESTADO DE LA CUESTIÓN .....	7
2.1. El turismo en Ecuador: Tungurahua y sus cantones.....	7
2.1.1. Turismo en Ecuador .....	7
2.1.2. Tipos de turismo .....	9
Turismo cultural y científico.....	9
Turismo de salud.....	10
Turismo natural .....	10
Turismo alternativo.....	11
Turismo comunitario.....	11
2.1.3. Turismo en Tungurahua .....	12
2.1.4. Historia de la provincia de Tungurahua.....	14
2.1.5. Datos generales de la provincia .....	15
Ubicación .....	15
Demografía .....	15
Clima .....	17
Población .....	17
2.1.6 Tungurahua y sus cantones .....	17
Ambato.....	18
Baños de Agua Santa .....	18
Cevallos .....	19
Mocha .....	20
Patate.....	20
San Pedro de Pelileo .....	21

Quero .....	22
Santiago de Píllaro.....	22
Tisaleo.....	23
2.1.7 Inventario turístico de cada cantón.....	24
Atractivos turísticos por cantón .....	24
Ambato.....	24
Baños de Agua Santa .....	25
Cevallos .....	26
Mocha .....	27
Patate.....	28
San Pedro de Pelileo .....	28
Quero .....	29
Santiago de Píllaro.....	30
Tisaleo.....	31
Comida típica.....	31
2.2 La promoción turística a través del audiovisual.....	32
2.2.1. El cortometraje y el spot.....	33
El cortometraje .....	33
El spot .....	33
2.3 Fases de elaboración de productos audiovisuales.....	34
Preproducción .....	34
Producción o rodaje .....	37
Postproducción o montaje.....	37
2.4 Medios de promoción turística.....	37
2.4.1 Principales tipos de medios de promoción.....	38
2.5 Productos audiovisuales y turismo nacional: referentes .....	39
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>42</b>
<b>DISEÑO DEL ESTUDIO .....</b>	<b>42</b>
3.2. Preguntas .....	43
3.2.1. Pregunta general .....	43
3.2.2. Preguntas específicas .....	43
3.3. Objetivos.....	44
3.3.1. Objetivo general .....	44
3.3.2. Objetivos específicos.....	44

3.4. Metodología .....	44
3.4.1. Contexto y población .....	45
3.4.2. Tipo de estudio .....	45
3.4.3. Herramientas a utilizar.....	45
3.4.4. Tipo de análisis.....	46
Investigación .....	46
Elaboración de objetivos.....	46
Herramientas.....	47
Desarrollo del proyecto .....	47
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>49</b>
<b>DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ....</b>	<b>49</b>
4.1. Campaña visual .....	49
4.2. Desarrollo de la pieza audiovisual.....	49
4.3. Proceso técnico dentro de la producción .....	50
4.3.1 Pieza audiovisual .....	50
4.3.2. Preproducción .....	50
4.3.3 Guion.....	51
4.3.4. Guion técnico .....	53
4.3.5 Scouting .....	58
4.4. Personal técnico.....	60
4.5. Producción .....	62
4.6. Postproducción .....	63
Edición .....	63
Color.....	64
Sonido .....	65
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>66</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>66</b>
5.1. Conclusiones .....	66
5.2. Recomendaciones.....	67
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>77</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	45
---------------	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. De Principales indicadores de turismo. Tomado de Ministerio de Turismo, 2014b. ....	8
Figura 2 Edades de los habitantes de Tungurahua. Tomado de Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Tungurahua INEC 2010. ....	16
Figura 3 Autoidentificación de los tungurahueses. Tomado de resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Tungurahua, INEC, 2010. ....	16
Figura 4 Extracto del guion .....	52
Figura 5 Extracto del guion técnico .....	53
Figura 6 Ángulo normal .....	54
Figura 7 Ángulo contrapicado .....	55
Figura 8 Gran plano general .....	56
Figura 9 Plano medio .....	56
Figura 10 Plano detalle .....	57
Figura 11 Primer plano .....	57
Figura 12 Vestuario .....	62
Figura 13 Edición .....	64
Figura 14 Color.....	64
Figura 15 Sonido, edición de la voz en off .....	65

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1. Introducción

El presente trabajo de titulación se enfoca en indicar los diferentes atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua y sus cantones, en la que se han desarrollado ilustres personajes y que desde siempre ha sido conocida como una tierra de oportunidades de desarrollo. Se ha seleccionado el presente tema por la variedad de parajes que la provincia posee y la falta de conocimiento sobre los mismos, a su vez por la afinidad que la autora posee con el lugar, lo que aportará a su desarrollo profesional donde se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. A la par el aporte a la sociedad que el proyecto pretende obtener radica en dar a conocer los encantos que Tungurahua posee y, de esta manera, generar el interés de que los turistas nacionales y extranjeros los visiten.

La investigación estará dividida en cinco capítulos de la siguiente manera: en el capítulo I se desarrollará la introducción del proyecto, sus antecedentes y justificación. En el capítulo II se abordará la totalidad de la investigación del proyecto, se profundizará en el turismo de Tungurahua, su historia, comida típica, y posteriormente su promoción a través de un producto audiovisual.

El capítulo III aborda el diseño del estudio, con el problema, preguntas, objetivos y se muestra la metodología que será utilizada. El capítulo IV se centra en el desarrollo del proyecto, que en este caso es acerca de Tungurahua y sus cantones. Finalmente, el capítulo V incluye las conclusiones y recomendaciones que se han de obtener a lo largo del desarrollo de este proyecto de titulación

## 1.2. Antecedentes

Desde sus orígenes el hombre ha tenido la obligación de trasladarse, de conocer nuevos lugares, de reinventarse, por diferentes razones, ya sean estas guerras, caza, recolección de frutos, reproducción u otros fines, no obstante, el turismo surge a mediados del siglo XX como una necesidad de masas, cabe mencionar que el turismo ha estado siempre de la mano del desarrollo tecnológico, claro está que no existiría turismo internacional si no hubieran invenciones como los aviones, barcos, etc (Armandas, 2002).

En el Ecuador el turismo representa una fuente de ingreso significativa, por ende, es el sustento de muchas familias ecuatorianas, miles de ciudadanos de los cantones de Tungurahua dependen de esta actividad para obtener su sustento, pese a encontrarse en una de las zonas con más riesgo de desastres naturales debido al volcán que lleva su mismo nombre, Tungurahua se ha tratado de posicionar en los últimos años como una potencia turística (Ministerio de Turismo, 2014).

El país tiene como objetivo promover una “marca” como país a nivel mundial, esto poco a poco se ha ido desarrollando por medio de campañas publicitarias de alto impacto, Ecuador tiene una gran riqueza histórica, por lo que es necesario mencionar que la provincia de Tungurahua atravesó uno de los hechos históricos más relevantes que pervive en la memoria de la sociedad ecuatoriana, el “Terremoto de Ambato en 1949”, que además de contar con pérdidas humanas acabó con la provincia casi en su totalidad (Instituto Geofísico, 2013).

Debido a la catástrofe existen muy pocos centros históricos dentro de cada cantón, por este motivo la afluencia de turistas no es tan significativa como lo es en otras provincias, sin embargo, en el proceso reconstructivo Tungurahua organizó una sociedad que surgió como ave Fénix ante el desastre, reinventándose completamente y tomando al turismo como una de sus actividades principales (El turismo es un pilar fundamental, 2017).

Tungurahua posee nueve rutas bien definidas a visitar, las cuales están divididas por cantones de la siguiente manera: Ambato (capital de Tungurahua), Santiago de Píllaro, Cevallos, Patate, San Pedro de Pelileo, Tisaleo, Quero, Mocha y Baños de Agua Santa; dichos cantones cuentan con distintas zonas, tanto urbanas como rurales, que poseen diversos atractivos turísticos poco conocidos, en breves rasgos estos serían (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014b):

- Ambato: catedral, Quinta de Juan León Mera, Mausoleo de Juan Montalvo, Parque de la Familia, Jardín Botánico, Yambo.
- Baños de Agua Santa: pailón del Diablo, cascada del Manto de la Novia, termas de la Virgen, columpio del fin del mundo, río verde, volcán Tungurahua.
- Cevallos: tren andino, cascada de Junjún, huertos turísticos frutales.
- Mocha: laguna Malenda, comida típica cocinada en leña.
- Patate: cascada Mundug, arepas tradicionales, iglesia del Señor del Terremoto, museo católico.
- San Pedro de Pelileo: valle hermoso, cerro Teligote, cerro Nitón (donde se realiza parapente), Salasaka, el mejor hornado del Ecuador.
- Santiago de Píllaro: Angascocha, laguna de Pisayambo, diablada Pillareña, mirador de Huaynacuri, comunidad de Quillán.
- Quero: iglesia central, cruz de mayo, cerro Igualata, Llimpes, parque central, quinta ecológica “La playa”.
- Tisaleo: volcán Carihuayrazo, fiesta de la Palla, museo San Vicente, producción de calzado.

Al mostrar esta lista de lugares se puede evidenciar que Tungurahua es una provincia que mayoritariamente cuenta con sitios turísticos ubicados en las zonas rurales de sus cantones, es por esto que se está optando por el turismo comunitario, lo que significa que las actividades turísticas no son netamente desarrolladas por personas ajenas al entorno sino que son los habitantes del lugar los que se encargan de tomar el mando de su tierra (López-Guzmán y Sánchez, 2009).



Esta práctica se encuentra en auge y está siendo aplicada alrededor del mundo y, por supuesto, también está tomando fuerza en el Ecuador, lo que permite un acercamiento “íntimo” entre las comunidades y los visitantes. El interés de las personas por la cultura y la historia motiva el desarrollo de bienes culturales como los museos, la gastronomía y las artesanías que representen la identidad cultural a fin de incrementar la demanda del turismo interno (Kravets y Camargo, 2008).

Con respecto al turismo y su difusión, “Lo que no se promociona, no se vende” (La poca promoción es la causa, 2012) afirma Carla Portalanza Zambrano, subsecretaria de Promoción Turística, y es esta justamente una de las causas del problema, ya que se realizan campañas publicitarias solo en ciertas épocas del año, una de ellas carnaval, que coincide con la Fiesta de la Fruta y de las Flores, además se mencionan solo a cantones que ya tienen afluencia turística, como es el caso de Baños de Agua Santa, dejando de lado a los demás cantones y obviando su potencial turístico.

En cuanto a campañas realizadas a nivel nacional se destaca “All you need is Ecuador”, que inclusive llegó a ser promocionada en el Super Bowl, donde se captó la atención de público extranjero (Ministerio de Turismo, 2014). A nivel de provincia se llevó a cabo la campaña “Conoce tu provincia, vive Tungurahua” dirigida a niñas, niños y adolescentes tungurahueses para que conozcan los atractivos de su provincia, donde se resaltaron las tradiciones culturales por medio de títeres y juegos infantiles (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2017).

Es por esto que la elaboración de una pieza audiovisual que abarque a todo el grupo objetivo y que a su vez muestre a la provincia con sus cantones sería la clave ideal para impulsar los lugares turísticos y así dar a conocer a Tungurahua.

### 1.3. Justificación

El turismo como otros intereses estatales son fundamentales para crear empleos, por ende, de ingresos económicos al país, región o pueblo donde se realice este tipo de actividad dando oportunidades únicas para el lugar, ya sea como protección ambiental del mismo, o superación de sus habitantes para mejorar su estilo de vida. Cada una de las regiones del país tiene su historia y raíces culturales que pueden ofertarse a través de distintos materiales audiovisuales, sean estos: videos, fotografías, *spots*, vallas, entre otros. Una pieza audiovisual permite la expresión de la identidad popular de un lugar o un pueblo, que tiene mucha importancia, ya que con uno de estos materiales se puede generar interés en el espectador, que, con cada detalle, plano, toma, color podrá imaginarse un nuevo destino para conocer.

El turismo como otros intereses estatales son fundamentales para crear empleos, por ende, de ingresos económicos al país, región o pueblo donde se realice este tipo de actividad dando oportunidades únicas para el lugar, ya sea como protección ambiental del mismo, o superación de sus habitantes para mejorar su estilo de vida. Cada una de las regiones del país tiene su historia y raíces culturales que pueden ofertarse a través de distintos materiales audiovisuales, sean estos: videos, fotografías, *spots*, vallas, entre otros. Una pieza audiovisual permite la expresión de la identidad popular de un lugar o un pueblo, que tiene mucha importancia, ya que con uno de estos materiales se puede generar interés en el espectador, que con cada detalle, plano, toma, color podrá imaginarse un nuevo destino para conocer.

Se ha decidido realizar este proyecto para contribuir en la difusión turística de Tungurahua, ya que como se mencionó el turismo es una actividad económica trascendental para el progreso de un lugar, al generar contenido de calidad esto se convierte en una estrategia fundamental que puede provocar la afluencia de nuevos turistas.

El incremento de turismo en cualquier lugar es beneficioso, ya que se desarrollan nuevos empleos, la economía se mantiene activa, surgen nuevos emprendimientos y los negocios ya existentes pueden seguir manteniéndose a flote permitiendo la estabilidad económica de varios hogares, en este caso los beneficiarios de la investigación serían los prestadores de servicios tungurahueses ya existentes y a su vez la ciudadanía en general que si bien no llegase a visitar los destinos a presentar, al menos tendrá un conocimiento general de los atractivos que Tungurahua posee. Por esta razón la provincia necesita un impulso en cuanto a promocionar lo que se tiene para ofrecerlo al público.

Uno de los factores que incide en la obtención de resultados positivos es el factor económico que se proporcione al proyecto, además un correcto target y una acertada difusión del mismo son la clave de un impacto adecuado en el espectador.

El proyecto de investigación se prevé a realizarse en un lapso de aproximadamente cinco meses, los primeros dedicados netamente a la investigación y los siguientes estarán destinados al desarrollo del material audiovisual, concluyendo con la postproducción como etapa final del proyecto.

## CAPÍTULO II

### ESTADO DE LA CUESTIÓN

#### 2.1. El turismo en Ecuador: Tungurahua y sus cantones

En este apartado se tratará el tema del turismo, empezando de manera general por el turismo en el Ecuador, su clasificación, posteriormente se abordará el tema del turismo en Tungurahua, se mencionará su historia, datos generales de la provincia y cantón por cantón, y se finalizará indicando un inventario turístico de los mismos junto con su comida típica.

##### 2.1.1. Turismo en Ecuador

Para entender en qué consiste el turismo en el Ecuador es necesario conocer primero su etimología. Ramírez (2001) afirma que “La palabra turismo viene del vocablo inglés tour; viaje, que deriva de la palabra francesa tour; que significa excursión circular o viajero, la cual procede a su vez del latín tornare” (p.77). A partir de este concepto se puede llegar a uno más amplio que permita enfocarse en el turismo nacional.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) manifiesta que “turismo consiste en una actividad de desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, por un periodo mínimo de un pernocte (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días ya sea por ocio, negocios u otros motivos” (OMT, 1994).

De esta forma se puede entender que el turismo consiste en la movilización de un grupo de personas o una persona, por un determinado lapso de tiempo, donde el turista llega a convertirse en un consumidor que ocasiona la necesidad de crear servicios que satisfagan las necesidades del mismo durante ese tiempo.

Siendo el Ecuador un país biodiverso, con una gran variedad de atractivos para

visitar, el turismo constituye una fuente de trabajo primordial para miles de habitantes, según el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2015) esta actividad aporta con aproximadamente 1.100 millones de dólares en la economía del país, esto permite que la riqueza no sea centralizada en un solo sector, además de la apropiación cultural de los atractivos turísticos.

Ecuador ha sido merecedor de diferentes galardones al turismo, uno de ellos el denominado “Óscar del turismo” que se otorgó por ser un destino líder y de negocios de Sudamérica, sin embargo, dicho galardón no podría haberse alcanzado sin la promoción turística que se realizó por medio de la campaña “All you need is Ecuador”, una producción de alto nivel que fue promocionada en 19 ciudades, cuyo objetivo principal era lograr que el país se destaque ante el mundo como un destino internacional (Ministerio de Turismo, 2014b).



Figura 1. De Principales indicadores de turismo. Tomado de Ministerio de Turismo, 2014b.

La Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador ofrece datos estadísticos en los que se puede apreciar que la incidencia de llegadas de turistas al país coincide con el año de realización y difusión de la campaña, en el año 2014 se alcanzó un 14% de crecimiento en comparación con el año 2013 (ver Figura 1). En cuanto a la economía el turismo afectó de manera positiva, los datos registran que en el año 2016 se generó la circulación de 285,5 millones de dólares mismos que fueron generados por medio del turismo (Cifras y datos del turismo en Ecuador, 2017).

A partir de los datos y cifras recaudados se puede observar que el turismo mueve grandes sumas de dinero dentro y fuera del país, y que a su vez la mejora de la imagen del Ecuador a nivel audiovisual aporta positivamente en el desarrollo turístico de la nación.

### **2.1.2. Tipos de turismo**

Es necesario conocer la clasificación de los tipos de turismo existentes fundamentales que permiten tener conocimientos de las características que poseen cada uno con sus respectivas motivaciones para los consumidores de estos servicios y así poder tener una expectativa de cómo llegar a aquellos turistas que poseen motivaciones distintas. La siguiente clasificación de los tipos de turismo según su ámbito geográfico se puede aplicar en Ecuador, estos son:

- a. Turismo Interno: este tipo de turismo es generado dentro del país, donde los habitantes nacionales viajan dentro del mismo, lo que produce una gran ganancia hacia los países en vías de desarrollo (Jiménez, 2013).
- b. Turismo Receptor: se denomina a extranjeros que ingresan al país con el deseo de quedarse dentro de él con un límite de tiempo para posteriormente retornar a su país de residencia. La estadía debe ser de al menos un día, y debe tener un fin de estudio, trabajo, comercial, o de salud, este tipo de turismo produce divisas que provienen de los países de origen del turista (Bosch, Serra, Pujol y Vallespinos, 2010).
- c. Turismo Egresivo: es el turismo realizado por nacionales en el extranjero, lo que significa un alto porcentaje de salidas de divisas, como resultado se obtiene una baja en la economía del país (Pérez, 2013).

#### **Turismo cultural y científico**

Conforme a la Secretaría de Turismo del gobierno mexicano (2015), el turismo

cultural se conceptualiza como un viaje de turismo realizado con la motivación de disfrutar, conocer y comprender los elementos que caracterizan a una determinada sociedad. La principal motivación de los turistas dentro de esta clasificación es como su nombre lo indica conocer la cultura del país de destino.

En cuanto al turismo científico consiste en un turismo emergente en el que principalmente los países desarrollados incentivan a las personas a involucrarse de manera participativa en los procesos científicos de investigación, se realiza de manera directa en la naturaleza y se pretende lograr una mayor comprensión de la perspectiva científica (Peña, 2012).

El turismo científico generalmente es realizado por personas con estudios pertinentes a esta rama, se encuentran estudiantes, investigadores, profesores que viajan a los lugares que cumplen con las características de sus estudios para poder forjar o reafirmar sus conocimientos previos, de la misma manera el turismo científico contribuye a la difusión del sector a investigar (Quesada, 2010).

### **Turismo de salud**

El turismo de salud consiste en aquel procedimiento en el cual una persona se traslada de su lugar habitual de residencia a un país diferente por motivos de salud, en este tiempo el paciente busca los servicios oportunos para su enfermedad, este tipo de turismo es un tanto complejo ya que incluye dos ramas un tanto opuestas y normalmente no unidas: el turismo y la salud (Turismo de Salud, 2013).

### **Turismo natural**

Se entiende por turismo de naturaleza o turismo natural a aquellos viajes realizados por personas con la finalidad de desarrollar actividades de ocio o recreación en contacto con la naturaleza, sin dejar de lado los elementos que conforman el entorno. Este tipo de turismo es uno de los más realizados a nivel

mundial, en donde se aprovechan los recursos naturales, por lo que es importante la conservación de estos espacios geográficos (Turismo natural, s.f.).

### **Turismo alternativo**

En base al turismo alternativo existen múltiples definiciones y conceptualizaciones, sin embargo, en todas ellas se hace referencia a una relación más estrecha con la naturaleza, en donde existe el afán de realizar actividades no invasivas con el entorno. Según la Secretaría de turismo mexicana (2004) el turismo alternativo constituye:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (p.22)

Esta definición ha permitido, a su vez, el desglose de otros tipos de turismo dentro del mismo: turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, mismos que generan un compromiso de protección al momento de realizar una actividad turística.

### **Turismo comunitario**

El turismo comunitario constituye una práctica emergente en la sociedad actual en donde son los miembros de una comunidad los que se apropian de sus atractivos y los dan a conocer. De acuerdo con definición de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), el turismo comunitario es:

La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los



recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados. (FEPTCE, 2012)

De esta manera, el turismo comunitario permite la correcta difusión de una comunidad, bajo los principios de equidad, democracia, autenticidad, para beneficio de los turistas que pueden conocer de manera vivencial un lugar y para los miembros de la comunidad que pueden desarrollar esta actividad como una fuente de ingreso para sus familias.

### **2.1.3. Turismo en Tungurahua**

La provincia de Tungurahua es un sitio lleno de atractivos turísticos que ayudan al desarrollo económico de la provincia, se encuentra debidamente planificada con sus nueve cantones que posee para poder brindar servicios turísticos de calidad. Es importante señalar que la provincia cuenta con numerosos hoteles que permiten tener al huésped una estadía agradable durante su permanencia, cabe indicar que el turismo de la provincia se basa en principios de sostenibilidad y responsabilidad lo que ha permitido un crecimiento turístico.

Las principales provincias escogidas por los turistas nacionales son Pichincha, Tungurahua y Guayas; la mayoría de los turistas extranjeros proceden de: Estados Unidos, Canadá, Argentina y Alemania. Los lugares de la provincia con mayor acogida por turistas no residentes en el Ecuador son: Baños de Agua Santa con un 68.05%, Ambato tiene un 47.08% y, por último, Pelileo con 1.52%. Estas son las tres ciudades con más afluencia de turistas extranjeros (INEC, 2011).

En la ciudad de Ambato se visualiza una concentración de turistas en la Fiesta de las Flores y las Frutas, acontecimiento que realiza a la ciudad, donde se observa la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros, mismos que se instalan en los diferentes hoteles de primera y segunda clase que dispone la misma; cabe señalar que el turismo en Ambato año tras año se ha

incrementado, liderando así las estadísticas, según el INEC (2011), lo que ha permitido el desarrollo económico de la provincia.

El turismo en Tungurahua se desarrolla bajo diferentes estrategias, las cuales fueron creadas a través del Honorable Gobierno Provincial en el período 2008-2012, y a partir de entonces se pusieron en marcha las mismas de la siguiente manera (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2012):

- **Desarrollo de productos turísticos:** a través de un proceso de identificación de atractivos y recursos se pone a disposición diferentes servicios para el turista (actividades recreativas, estadía, transporte, alimentación, etc) se definen una amplia gama de productos turísticos para ser ofertados al público, tomando en cuenta a las culturas vivas, personajes históricos, centros artesanales, entre otros.
- **Fortalecimiento de la calidad de los productos, servicios y entorno físico de la oferta turística actual:** por medio del entorno físico y los productos existentes se manejan criterios con altos estándares de responsabilidad ambiental y social, para el mejoramiento de los procesos.
- **Gestión de la información turística clave:** se realizan estudios especializados donde se genera la información de la provincia, mencionando a todos los sectores involucrados, desde los empresarios hasta los emprendedores, clientes, autoridades y demás personas que forman parte del proceso, se realizan políticas que protegen los recursos culturales y naturales, fortaleciendo el patrimonio de Tungurahua y asegurando su correcta difusión.
- **Fortalecimiento de la gobernanza y las instituciones relacionadas con el turismo:** se contruyen y fortalecen espacios por medio de alianzas público – privadas que permiten el desarrollo de la economía y generan competitividad participativa de manera eficiente de los tungurahueses.
- **Capacitación y formación de habilidades:** se capacita a los actores turísticos por medio de programas que cuentan con estrategias innovadoras, donde se perfecciona el talento humano en búsqueda de un desarrollo adecuado del turismo.

- **Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico:** se realizan capacitaciones para impulsar a las empresas existentes a la mejora continua de sus servicios y se incentiva a los emprendedores a producir inversiones dentro de la provincia.
- **Desarrollo de políticas de seguridad y gestión de riesgo:** se crean planes que puedan mitigar posibles desastres o daños que ocasionen riesgos en la realización de las actividades turísticas, todo esto dentro de la denominada “Agenda de desarrollo provincial”.

De esta manera se puede observar que Tungurahua cuenta con estrategias que fortalecen el crecimiento turístico de la provincia, y a partir de las cuales es más fácil partir con un plan de difusión, ya que permite realizarlo de una manera más eficaz y organizada.

#### **2.1.4. Historia de la provincia de Tungurahua**

La historia de la provincia de Tungurahua empieza con el origen de su nombre, la cual tiene raíces Quechuas, es así que Tungurahua viene del vocablo *Tunkur*, que quiere decir garganta y *awa* o *ahua*, que quiere decir fuego, el significado etimológico de Tungurahua traducido al Español es “garganta de fuego”, la provincia recibe este nombre por el volcán ubicado dentro de la misma (Significado de Tungurahua, s.f.).

Se desconoce el origen de los primeros pobladores, si llegaron de otros lugares a poblar la zona o si partieron desde allí a formar nuevos poblados. En la época Paleolítica, según registros arqueológicos, los habitantes en los inicios de Tungurahua fueron nómadas, se alimentaban de la caza y a su vez de la recolección de frutos silvestres, pero con el paso del tiempo se volvieron sedentarios ya que debían cuidar de sus tierras y de sus animales. El territorio comprendido en la actualidad por Tungurahua se hallaba habitado por numerosas tribus indígenas, las que estaban al mando de la persona más anciana de la tribu, en la época de la conquista se ubicaban en los sectores de

Mocha, Hambato , Llacta-cunga (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014c).

### **2.1.5. Datos generales de la provincia**

La provincia de Tungurahua está comprendida por cantones, en el caso de Tungurahua son nueve: Ambato, Baños, Tisaleo, Mocha, Quero, Patate, Cevallos, Píllaro y Pelileo. Las ciudades más destacadas son Ambato, por ser una ciudad de comercio, y Baños, un destino turístico inigualable. En cuanto a la religión de Tungurahua es una provincia donde predomina la religión Católica, por esta razón se puede observar que cada cantón tiene una iglesia central. La lengua oficial es el español, sin embargo, la mayoría de la población indígena es bilingüe ya que hablan además el quechua, su idioma madre. El Inglés no constituye un idioma principal, pese a esto es hablado en algunos hoteles y agencias turísticas, lo que se convierte en una gran ayuda para los visitantes extranjeros (Datos de Tungurahua, 2010). En el presente apartado se presentará de manera puntual los datos generales de la provincia de Tungurahua, dentro de estos datos se encuentra su ubicación, demografía, clima y población.

#### **Ubicación**

En el centro del Ecuador específicamente en la Sierra, está ubicada Tungurahua, sus limitaciones territoriales son: en el norte con Napo y Cotopaxi, en el sur con Morona Santiago y Chimborazo, al este con Napo y Patataza y al oeste con Bolívar y Cotopaxi (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014e).

#### **Demografía**

Según los resultados del censo realizado por el INEC (2010a), los habitantes de la provincia de Tungurahua se encuentran concentrados principalmente en

edades jóvenes, en donde el 48,5% del total de la población son hombres mientras que el 51,5% son mujeres (ver Figura 2). De este grupo el 82,1% se identifica como mestizo, el 12,4% como indígena y el grupo restante se identifica como blanco u otro (ver Figura 3).

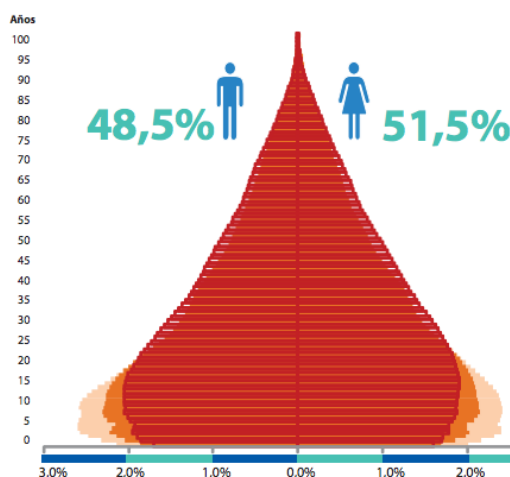


Figura 2. Edades de los habitantes de Tungurahua. Tomado de Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Tungurahua INEC 2010.

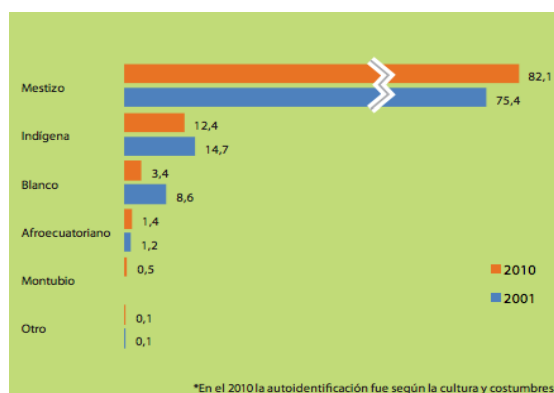


Figura 3. Autoidentificación de los tungurahuanes. Tomado de resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Tungurahua, INEC, 2010.

A su vez, dentro del censo desarrollado por el INEC (2010a) se arrojó como

información oficial que el 59,26% habita en zonas rurales y el 40,73% en zonas urbanas, este creciente desarrollo progresivo urbano, en especial en la ciudad de Ambato, ha demandado la creación de nuevos servicios, es por esto que Tungurahua se ha industrializado de una manera elevada, en especial en la producción automotriz, de cuero y textiles (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014a).

### **Clima**

El clima en la provincia de Tungurahua es caracterizado por una variedad de los denominados pisos climáticos típicos de la Sierra, en la provincia predomina el clima seco, que es modificado a lo largo del año por los vientos que se crean en el cañón del río Pastaza, sin embargo, la temperatura generalmente oscila entre los 15° C.

### **Población**

En la provincia de Tungurahua, según el censo desarrollado por el INEC (2010a), existen 504.583 habitantes repartidos de la siguiente manera: 259.800 mujeres y 244.783 hombres, la población tungurahuense pertenece al 3.48% del número de habitantes a nivel nacional, de esta manera se ubica en octavo lugar después de Esmeraldas en el orden de provincias con mayor número de habitantes. Se estima que la población tungurahuense crece cada año aproximadamente con un número de 6.335 habitantes, de diferente manera en cada cantón (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014d).

#### **2.1.6 Tungurahua y sus cantones**

La provincia de Tungurahua es considerada como una tierra generadora de ingresos por las especializaciones comerciales e industriales existentes, sin embargo, existen otras fuentes de ingresos que no son aprovechadas en su totalidad, entre las que destaca esencialmente el turismo, con lo cual existe la necesidad de descubrir y aprovechar las nuevas oportunidades que deben ser potenciadas para el desarrollo del crecimiento turístico y socio-económico de las comunidades de cada cantón. Por ello, en el presente apartado se hablará sobre los nueve cantones de Tungurahua, tratando uno a uno con sus datos

generales que servirán para dar a conocer a los mismos.

### **Ambato**

La comercial y turística ciudad de Ambato es la capital de Tungurahua, lleva este nombre según textos históricos y cronistas ya que deriva del vocablo *Hambatu* conocido científicamente como *Atelopus ignescens*, una especie de rana de piel oscura que habitaba a las orillas del río que pasa a través de la ciudad, a su vez Ambato es conocido por varios apelativos como: “Tierrita Linda”, “Cuna de los Tres Juanes” y “Ciudad Jardín”, dichos nombres inclusive suelen ser usados como eslogan de la ciudad (Por qué Ambato se llama así, 2016).

Ambato se encuentra en la cordillera occidental, cuenta con un clima templado que varía entre los 12°C a 27°C, está situada a 2.567 msnm (Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, 2015). En cuanto a su población, el número de habitantes es de 165.200, esta cifra es el 1.106% de la población nacional (INEC, 2010b).

La celebración que más se destaca es la denominada Fiesta de la Fruta y de las Flores o por sus siglas (F.F.F.) la cual surgió a partir del terremoto que destruyó a la ciudad un 5 de agosto de 1949, en donde los ambateños unieron sus lazos fraternales para poder levantarse como un ave Fénix ante la tragedia, en esta celebración se realiza el tradicional desfile por las calles principales de la ciudad, además de varios eventos populares que atraen a los turistas, la F.F.F pretende reafirmar la identidad ambateña, es así que ha sido catalogada como una de las celebraciones más emblemáticas del país (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2009).

### **Baños de Agua Santa**

Este cantón es una zona privilegiada, es el más concurrido de Tungurahua esto debido a la diversidad de atractivos que van desde su variedad gastronómica hasta actividades como los deportes extremos, Baños se encuentra ubicado en un valle, lo que hace que su clima sea templado-cálido con una temperatura promedio de 20°C, el número de habitantes es de aproximadamente 20.000

(Ecuador Turístico, 2014).

Baños, según la historia, no tuvo un fundador, simplemente se fue poblando poco a poco a medida que diferentes grupos de españoles, mestizos e indios arribaban a comercializar productos desde la Sierra hacia el oriente, pasó de convertirse en una ciudad de paso a un lugar en el que la gente acudía a vivir asombrados por su tranquilidad y majestuosidad natural, a lo largo del año se realizan diferentes actividades tradicionales que van de la mano del catolicismo, religión predominante en la población, es por esto que las festividades se realizan dentro de dichas creencias, la fiesta principal tiene como motivo celebrar a la Virgen del Rosario de Agua Santa, la fiesta de cantonización es realizada cada 16 de diciembre. Uno de los eventos que marcó a la población bañeña fue la erupción del volcán Tungurahua donde cientos de familias tuvieron que evacuar en el año de 1999, posterior a esto en su retorno los bañeños tuvieron que confrontar a los militares que custodiaban su ciudad (Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños, 2013).

### **Cevallos**

El cantón Cevallos lleva este nombre debido al historiador, abogado y literato ambateño Pedro Fermín Cevallos. El cantón está ubicado en el sector centro-sur de la provincia de Tungurahua a 14km al Sur-Oriente de la ciudad de Ambato, su población total entre habitantes de la zona urbana y rural es de 8.163, la superficie total del cantón es de 18.78Km<sup>2</sup> y su clima es mayoritariamente templado-frío (Pérez, 2014).

En cuanto a la historia del cantón, Cevallos cuenta con un ferrocarril que desde la primera mitad del siglo XX era considerado el puerto en tierra con más cercanía al oriente, por lo que es un punto estratégico para el comercio agrícola, el cantón ha crecido en base a este eje de comercialización generando ingresos a través de los frutos de la ciudad, siendo incluso hoy en día una de las actividades predominantes realizadas por los cevalenses, además de la producción frutícola los cevalenses se dedican a la ganadería, artesanías, procesación de productos lácteos, creación de calzado, avicultura,



confección de indumentaria, entre otros (Gobierno Autónomo Descentralizado de Cevallos, 2014).

### **Mocha**

Se conoce que la palabra *Mocha* proviene del Quichua *mucha* que significa beso, a su vez se deriva de *Mochoe* que quiere decir adoratorio, fue con el paso del tiempo y la mezcla entre quichua y español que se decidió nombrar así a este cantón. Mocha está ubicado al sureste de la ciudad de Ambato, su superficie es de 83.3km<sup>2</sup> y su número de habitantes es de 6.371. En cuanto a su clima varía de acuerdo a la ubicación geográfica, en el páramo suele ser por debajo de los 10° C (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha, 2014a).

Los habitantes de Mocha desde el principio fueron Panzaleos, mismos que eran politeístas ya que adoraban al Tungurahua, Chimborazo y Carihuairazo, en 1486 la invasión inca logró tomar gran parte del territorio ecuatoriano, en este caso del pueblo mocheño, el asentamiento de Panzaleos mostró fortaleza, sin embargo, fue el matrimonio entre una hija de Punina y Huayna Cápac lo que provocó que las tierras fueran dominadas por extraños. En 1586 se da la fundación de Mocha a manos de Alfonso Ruiz, convirtiéndose en un paso obligado de comunicación entre Quito y Riobamba. El cantón de Mocha en la actualidad se caracteriza por su gastronomía, la producción ganadera y frutícola son la base del sustento de los mocheños (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha, 2014b).

### **Patate**

El cantón Patate es conocido como el “valle de la eterna primavera” debido a que su clima es templado-cálido, este lugar se caracteriza por su producción frutícola, en especial de mandarinas, babacos, granadillas, y a su vez por sus grandes viñedos. Se conoce que el vocablo Patate hace referencia al volcán

Tungurahua, ya que significa “el que estalla con estruendo”, Patate está ubicado a 26.6km al sureste de Ambato, su historia se remonta a tiempos prehistóricos, en donde pertenecían a los Panzaleos quienes posteriormente lucharon en contra de la invasión incaica. En el año de 1586 jesuitas tomaron posesión de las tierras de esta manera se empezó a cultivar la caña de azúcar y el algodón, productos que se cultivan hasta la actualidad, en Patate la mayor parte de la población es católica, por lo que rinden veneración a la antigua imagen del Señor del Terremoto. En el año de 1973 un 13 de septiembre bajo la tutela del aquel entonces gobernante: Guillermo Rodríguez Lara, Patate fue fundando como un cantón perteneciente a Tungurahua (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate, 2016).

### **San Pedro de Pelileo**

Pelileo o San Pedro de Pelileo está estratégicamente localizado en el centro del Ecuador, específicamente al sur occidente de Tungurahua, su clima es templado y en ocasiones frío, su número de habitantes es de 56.573, que en su mayoría se dedican a la ganadería y producción de textiles, la palabra Pelileo tiene origen dentro del idioma Panzaleo y se presume que su significado es “Cacique poderoso” o “laguna grande”, es conocida como la ciudad azul por la producción de varias prendas de vestir como el jean. Pelileo posee cultura étnica, siendo esta una de las mejores conservadas en el país, ya que aún en la actualidad se puede observar a los miembros de la comunidad indígena Salasaca, que pertenecen a Pelileo, portando su vestimenta tradicional y realizando distintas actividades que los caracterizan. El terremoto del 5 de agosto de 1949 se llevó gran parte de la arquitectura histórica pelileña, fue el segundo cantón más afectado después de Ambato, sin embargo, en el sector de Pelileo Grande aún se pueden observar las ruinas de la iglesia como memoria tangible de un pasado que motivó a los tungurahueses a levantarse ante la desgracia (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pelileo, 2013).

## **Quero**

El cantón Quero está situado en el sur-centro de Tungurahua, su superficie es de 173km<sup>2</sup> y su altitud varía entre los 2600 a 3000 metros, lleva este nombre a causa de un municipio en España denominado Toledo, dentro de la que existe una ciudad llamada Quero. El cantón Quero fue fundado en 1797, por Antonio Clavijo, en un principio estaba poblado por distintas comunidades indígenas como los Guangalos, Llimpis, Hipolonguitos, Shaushis, Sabaniags, Jaloas e Hipolongos. En el año de 1850 se lo denominó como un cantón perteneciente a Pelileo, sin embargo, el 29 de mayo de 1891 Quero pasó a formar parte del cantón Ambato y, al igual que los otros cantones, sufrió grandes pérdidas en cuanto a su historia debido al terremoto de 1949. Quero se caracteriza por su tradicional feria realizada todos los domingos donde se ofertan los productos que allí se dan, de igual manera artesanalmente se realizan ferias donde se ponen a disposición de los turistas objetos como cucharas, bateas o rodillos de madera empleados para la cocina ecuatorina desde tiempos ancestrales. En relación a sus fiestas Quero celebra el carnaval, realiza la elección de la “quereña bonita” y sus festejos son basados en la religión católica junto con juegos tradicionales como el palo encebado, castillos pirotécnicos, rodeo criollo, pregones con comparsas, entre otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Quero, 2014).

## **Santiago de Píllaro**

El cantón Píllaro está ubicado al oeste del cantón Ambato, su población es de 41.693 habitantes, su extensión territorial es de 472,2km<sup>2</sup>. Debido a su estratégico posicionamiento geográfico goza de diferentes pisos climáticos y de distintas temperaturas que van desde tropicales, húmedas a secas y nevados, su altitud es de 2800msnm. Píllaro fue la cuna de Rumiñahui y a su vez del ex presidente José María Urbina, este cantón alberga varios atractivos naturales como lagunas, cascadas, aguas subterráneas, Píllaro posee una de las mejores vistas del cantón, desde este lugar se consiguen apreciar varios de los volcanes de la Sierra, además el cantón Píllaro alberga al Parque Nacional

Llanganates, uno de los sitios emblemáticos de los pillareños por su riqueza escondida de fauna y flora, donde se presume que Rumiñahui habría dejado escondido su tesoro perteneciente al Reino de Quito.

Los pillareños realizan distintas actividades de producción algunas de ellas son: agricultura (producción de legumbres, hortalizas, tubérculos, variedad de frutas); producción ganadera, píllaro cuenta con 30 plantas para la industrialización de leche, procesamiento de yogurt y otros; uno de los aspectos que caracteriza a Píllaro es la producción de instrumentos musicales como guitarras, arpas, charangos, que tienen alto reconocimiento en la industria musical nacional e internacional. En cuanto a las festividades una de las más llamativas es la “diablada pillareña” (fiesta de inocentes) una tradición cultural que ha sido declarada Patrimonio Inmaterial del Ecuador, en donde distintos personajes bailan al ritmo de bandas de pueblo a lo largo de las calles de la ciudad (Gobierno Autónomo Descentralizado de Píllaro, 2014).

### **Tisaleo**

El vocablo Tisaleo cuyo significado es “Pueblo del Cacique” deriva de dos expresiones indígenas, la primera *tisac* que se traduce al Español como pueblo y *leo* que significa cacique, lo que hace referencia a la existencia de un cacique llamado Ticallo, quien lideró Tisaleo en la época incaica. El cantón está asentado al sur occidente de Tungurahua a una distancia de 15km respecto a la ciudad de Ambato que es la zona urbana más cercana, Tisaleo tiene un promedio de altitud de 3.265msnm, cuenta con un área total de 57,33 km<sup>2</sup>, su territorio se encuentra dividido en dos parroquias Quinchicoto y la parroquia central, dichas comunidades son eminentemente rurales, por lo que el centro más cercano es la ciudad de Ambato. La población tisaleña es de 12.100 habitantes, su clima es frío y se registra que anualmente está por debajo de los 17 grados centígrados, Tisaleo luchó por convertirse en un cantón desde 1980, tras una exhaustiva insistencia fue nombrado cantón el 17 de noviembre de 1987. La tradición tisaleña está fundamentada en la cultura, una de sus principales actividades es el rodeo criollo, que se realiza dentro de

construcciones de madera en una plaza pública o estadio. La población de la cabecera cantonal se dedica principalmente a la elaboración de calzado, guitarras, muebles, pelotas y textiles (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tisaleo, 2014).

### **2.1.7 Inventario turístico de cada cantón**

El inventario turístico consiste en registrar en lo posible la totalidad de los atractivos turísticos que podrían ser visitados por los turistas, dentro de esta lista se encuentran sitios culturales, naturales y/o actividades que se pueden llevar a cabo en una zona, el inventario turístico constituye una herramienta elemental para el turismo y su correcta planificación (MINCETUR, 2006). En este apartado se enlistarán los distintos atractivos turísticos de cada cantón, a su vez se mencionará su comida típica, para de esta manera tener un conocimiento de los lugares que pueden ser utilizados en el momento de la producción.

#### **Atractivos turísticos por cantón**

##### **Ambato**

Ambato cuenta con diferentes lugares turísticos entre museos, iglesias, parques (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015b):

- Alfombras La Incáica
- Asociación artesanal cuero y afines Quisapincha
- Asociación artesanal San Antonio de Pasa
- Asociación dos de noviembre- colada morada
- Casa de Montalvo: Museo y Mausoleo
- Casa el Recreo
- Casa Museo Juan León Mera (Quinta de Mera)
- Centro artesanal Ambato
- Centro Cultural Pachano Lalama

- Complejo recreacional Aguaján
- Dulces ideas Maga artes
- Granja Santa Catalina
- Iglesia la Catedral, iglesia La Merced, iglesia Padres Josefinos, iglesia La Providencia
- Jardín Botánico Atocha-La Liria
- La pájara pinta
- Marikuray Kuna
- Mercados: central, artesanal, de las flores, modelo
- Mi huerta-la Península
- Museo histórico Martínez Holguín
- Museo Pictórico Edmundo Pérez Mantilla
- Museo Provincial Casa del Portal
- Parque 12 de noviembre
- Parque de las flores
- Parque Montalvo
- Parque provincial de la Familia
- Plaza Juan Cajas
- Quinta Ficoa Juan Montalvo
- Parque Cevallos

### **Baños de Agua Santa**

Baños proporciona distintos lugares turísticos en su mayoría atractivos naturales, entre algunos se encuentran (Baños Ecuador turismo, 2018):

- Balneario Santa Clara
- Basílica de Baños
- Casa del árbol
- Cascada Bascún
- Cascada de Agoyán
- Cascada de Chamana
- Cascada de la Virgen

- Cascada de San pedro del Inca
- Cascada Inés María
- Cascada Pailón del Diablo
- Cascada San Francisco
- Cascadas de Machay
- Cascadas de Machay
- Cascado Manto de la novia
- Centro de turismo comunitario Pondoá
- Galería el refugio del viento
- Mirador de Runtún
- Orquideario Río Verde
- Parque Aventura
- Parque de la familia
- Sendero de los contrabandistas
- Termas de la Virgen
- Termas de Santa Ana
- Termas el Salado
- Turismo comunitario Vizcaya
- Vista a la Mama Tungurahua

### **Cevallos**

El cantón Cevallos se caracteriza por su comercio, producción de zapatos entre otros, algunos de ellos enlistados a continuación (Guía turística de Cevallos, 2016):

- Café del tren
- Caminata a Querochaca
- Caramelo artesanal “Don Manuelito”
- Casa Museo Galería de arte Ángel Miranda Sánchez
- Cascada Junjún
- Dulcifresa (productores de fresas y mermeladas)
- Estación del tren

- Fábrica de calzado Gus-Mar
- Huerto corazón de Jesús
- Huerto Merceditas
- Huertos frutales
- Iglesia central
- Monumento al artesano
- Monumento al escritor Pedro Fermín Cevallos
- Monumento al ferroviario
- Parque central
- Parque de la madre
- Quinta Anita María
- Taller de calzado Luifers
- Vivero Alli Maki

### **Mocha**

El cantón Mocha cuenta con lugares turísticos, festividades llenas de danzas, rodeos criollos, y varios lugares para visitar, entre ellos (Guía turística de Mocha, 2016):

- Parque central Padre Gonzalo Lozada
- Línea del Ferrocarril
- Fiestas patronales de San Juan
- Cascada Pacha
- Cerro Puñalica
- Granja Intregal S. Morales
- Ruta lava del Carihuayrazo
- Mirador de pie de San Juan
- Iglesia Matriz
- Cascada Lomaverde
- Moyancalza



- Pinguilí
- Cascada Calipiedra
- Iglesia de Pinguilí
- San Juan y devoción mochana

### **Patate**

El “valle de la eterna primavera” posee alrededor de 45 atractivos turísticos entre los cuales se encuentran (Guía turística de Patate, 2016):

- Asociación Agroecológica San Rafael Alto
- Cascada de Mundug
- Complejo turístico Lourdes Olivo
- Fiestas de cantonización
- Fiestas del señor del terremoto
- Finca ecoturística Monte maría
- Flores de Quinlata
- Museo religioso y arqueológico Señor del terremoto
- Hacienda Manteles
- Iglesia del Señor del terremoto
- Lagunas de San Borja
- Lagunas de Sudahua
- Parque central Simón Bolívar
- Parque infantil del cantón
- Parque nacional Llangates
- Pasaje Soria (obras de arte)
- Recorrido en una adaptación de tren por la ciudad
- Ruta Kuripishku (avistamiento de aves)

### **San Pedro de Pelileo**

La “ciudad azul” alberga atractivos naturales y culturales, algunos enlistados a continuación (Guía turística de Pelileo, 2016):

- Carnaval, parroquia Salasaca
- Celebración del Inti Raymi, Salasaca
- Cerro Teligote
- Complejo recreacional “El bosque”
- Complejo turístico “La Moya”
- Cruz de Cotaló
- Cruzpamba
- Feria artesanal permanente Salasaca
- Fiesta del Caporal, Salasaca
- Fiesta del Varayuk, parroquia Salasaca
- Granja agroecológica Llano Blanco
- Manufactura de jeans, el Tambo
- Mercado artesanal Llikama
- Museo y centro de diversidad cultural Salasaca
- Parapente cerro Nitón
- Pelileo grande memorial público de conciencia
- Producción de muebles de madera, Cengarhu
- Rafting río Patate
- Valle hermoso

### **Quero**

Se enlistan algunos de los lugares que el cantón Quero posee (Guía turística de Quero, 2016):

- Artesanías de madera Moreta
- Asociación de productores comercializadores de leche de Quero (APROLEQ)
- Centro ocupacional Medalla Milagrosa
- Cerro Igualata
- Cerro Shaushi
- Cruz de mayo

- El Santuario
- Fiestas de cantonización
- Hacienda Hipolongo
- Llimpes
- Mirador de Hierba Buena
- Monumento al labrador
- Parque central de Quero
- Quinta ecológica “la playa”
- Santuario Diocesano de Nuestra Señoral del monte
- Sendero ecológico Jun Jun

### **Santiago de Píllaro**

A continuación se mencionan algunos de los atractivos de Píllaro, en su rural artesanal y agroturística (Guía turística de Píllaro, 2016):

- Los coches de madera
- Fiestas de cantonización de Santiago de Píllaro
- Diablada pillareña (fiesta de los inocentes)
- Artesanías San Miguelito
- Granja agroecológica del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua
- Gtanj Penileo de Mariana Llanganate
- Aso. De turismo comunitario “Puerta de los Llanganates”
- Museo de Rumiñahui
- Máscaras de diablos
- Artesanías en Cacho San Vicente
- Centro turístico Quillán
- Ruta derrotero de Valverde: tesoro de los incas
- Lagunas Pisayambo-Tambo
- Rodeo Cocha y Patojapina
- Complejo piscícola “El porvenir”
- Complejo turístico Monteverde

- Complejo Quillán

### **Tisaleo**

En el cantón se pueden encontrar ofertas turísticas de primer y segundo orden, incluyendo: granjas agroecológicas, centros agroindustriales, artesanías, algunos de esos son (Guía turística de Tisaleo, 2016):

- Asociación Corazón de Jesús (turismo comunitario)
- Complejo lacustre Puñalica
- Fiesta de la Palla
- Fiestas de cantonización
- Granja agrícola Guerrero
- Granja integral San Martín
  
- Granja vida nueva
- Helados Junior
- Museo San Vicente
- Pampas de Salasaca
- Producción de calzado
- Producción y elaboración de guitarras
- Rancho mi corralito
- Rancho tío Pepe
- Volcán Carihuayrazo

### **Comida típica**

La gastronomía de un lugar es una forma de expresar la identidad de sus pueblos a través de los platos elaborados con los productos que cada ciudad tiene, en la provincia de Tungurahua, sus nueve cantones ofrecen distintos platos típicos característicos de la región Sierra, entre los cuales se encuentran según su cantón (Ecuador a la carta, 2018):

- **Ambato:** Llapingacho, pan de Pinllo, gallinas de Pinllo, cuy asado, fritada, yahuarlocro, colada morada de Atocha, empanadas de viento, jugos y batidos, helados de la Catedral, helados de Ficoa, caldo de 31, chocolate ambateño, caldo de gallina, hornado.
- **Baños de Agua Santa:** jugo de caña, turrone, melcochas, dulces de guayaba, sánduche (bebida alcohólica banaña), caldo de gallina, camotes en caldo de carne, cuy asado, jugo de mandarina, fritada, librilla, hornado, papas chinas.
- **Cevallos:** fritada, hornado, cuy asado, mote con chicharrón, choclo con queso, habas, café del tren, mermelada artesanal, caramelo artesanal, conejo asado, gallina al horno.
- **Mocha:** papas con cuero, habas y choclos con queso, cuy asado, conejo asado, fritada con mote, tostado con chicharrón, caldo de gallina criolla, tortillas, chicha de jora, chuleta asada.
- **Patate:** arepas patateñas, vino de uva, vinos de patate, chicha de uva, tilapias asadas, chicharrón, fritada, caldo de gallina, conejo asado, cuy asado, pollo asado, espumilla de mandarina, pan de yuca.
- **San Pedro de Pelileo:** tamales, empanadas de tiesto, fritada, cuy, emborrachados, chicharrón, pollo asado, conejo asado.
- **Quero:** helados de uvilla, mermelada de sabores, papas con cuero, empanadas de viento, fritada con mote, habas con queso.
- **Santiago de Pillaro:** pato al lodo, yahuarlocro, caldo de 31, chancho a la barbacoa, caldo de morcilla, tamales, lácteos, pasteles, trucha asada, cordero asado.
- **Tisaleo:** empanadas de harina de trigo, cuy asado, fritada de alobamba, humitas con café, helados Junior, lácteos, turrone, caldo de gallina, cariucho, papas con cuero.

## 2.2 La promoción turística a través del audiovisual

En el presente apartado se abordarán los medios que la producción audiovisual utiliza para la realización de un material de promoción turística, el cortometraje

y el spot, a su vez se enunciarán las etapas que se efectúan durante un proceso de elaboración de dichos productos, también se analizarán los medios de promoción turística existentes y se finalizará indicando referentes de productos audiovisuales en el turismo nacional.

### **2.2.1. El cortometraje y el spot**

La tecnología ha renovado la comunicación, de esta manera ha transformado a los medios tradicionales y nuevas estrategias de comercialización han surgido, en el caso de la promoción turística la comunicación ha visto como su principal promotor a las nuevas estrategias basadas en el mundo tecnológico de hoy en día, el cortometraje y el spot son herramientas que facilitan la difusión de un mensaje a través de distintos medios.

#### **El cortometraje**

La palabra cortometraje proviene del francés *court-métrage*, que significa película breve, sin embargo no existe una información precisa en cuanto a su tiempo de duración, normalmente se concibe como cortometraje a aquel producto audiovisual que dure 30 minutos o menos. Los “cortos”, como son conocidos de manera coloquial, constituyen una expresión de la creatividad de jóvenes en la mayoría de los casos, un claro ejemplo de directores que empezaron con la realización de cortos para abrirse paso en el mundo del cine es Luis Buñuel y Salvador Dalí, quienes con *Un perro Andaluz* (1929) marcaron precedentes para las siguientes creaciones de nuevas piezas audiovisuales. El cortometraje es una realización de poca duración que logra atraer al público con la utilización mínima de elementos estéticos y narrativos (Meier, 2013).

#### **El spot**

Un spot es una pieza audiovisual que dura aproximadamente un minuto, y puede ser pautado en televisión o radio, es por esto que su duración es corta debido al coste de producción que tiene, es un medio eficaz para dar a conocer

un producto, servicio, o lugar, existen distintos tipos de spots publicitarios diseñados en base al público y a lo que se quiere dar a conocer (Marketing, negocios e innovación, 2018).

La creación de ambas piezas audiovisuales (cortometraje y spot) son una clave importante para el fortalecimiento, difusión, comercialización, en este caso de los atractivos turísticos, en donde ambos pueden resumir visualmente los lugares que se quieren mostrar, de esta manera, es más fácil llegar a la audiencia por medio de imágenes que sean atractivas, que permitan al turista relacionarse y entender mejor el lugar que posiblemente desee visitar (Turismo inducido por el cine, 2013).

### **2.3 Fases de elaboración de productos audiovisuales**

La producción audiovisual es el arte de crear contenidos para medios digitales como la televisión, cine o internet donde se interrelaciona las imágenes en movimiento y los sonidos para transmitir un mensaje en específico con un resultado de pregnancia prolongado. La elaboración de productos audiovisuales consta de tres etapas principales que son: pre-producción, producción o rodaje y post-producción o montaje. En el presente apartado se explicará cómo se desarrolla cada etapa.

#### **Preproducción**

Es la parte primaria y fundamental del proceso de la producción audiovisual, esta etapa inicia con la creación de la idea para lo cual se suele realizar un brainstorming (lluvia de ideas), además de la investigación para que no sea un proyecto sin respaldo, para consecuentemente desarrollar la sinopsis, argumento, la creación de personajes, escritura de guion literario y técnico, *storyboard*, escaleta, entre otros; por otra parte, se enlistan los recursos materiales, de utilería y humanos para organizar la financiación de ellos, igualmente se hace un plan de rodaje para optimizar el tiempo y costos que se presentarán en el proceso; en esta fase se planifica el proyecto como tal para

dar paso a la materialización del mismo (Ràfols y Colomer, 2003).

- **Estructura del relato:** desde siglos atrás se ha establecido y generalizado por el mundo una estructura básica la cual es basada en el paradigma ternario aristotélico conocido como los tres actos, dividiendo a la historia en tres segmentos entrelazados con dos puntos de giro, este paradigma fue desarrollado posteriormente por escritores y guionistas como Syd Field, la adaptación simplificada de esta estructura es: planteamiento, nudo o desarrollo y desenlace para la mayor parte de materiales audiovisuales creados, no obstante, este orden no es estricto, por el contrario es flexible de acuerdo al tipo de historia, en ocasiones se puede iniciar con el desenlace para, a lo largo del audiovisual, ir construyéndolo, de tal forma que al final el espectador pueda comprender y ordenar el filme convirtiéndose en una estructura lineal (Fernández y Martínez, 1999).
- **La idea y la historia:** aquí inicia todo el proceso, la idea se puede expresar en una simple línea escrita, sin necesidad de añadir explicaciones, parece la parte más simple, sin embargo, de esto dependerá el éxito del material audiovisual, debe ser original, asombrosa, inesperada e impactante. **La historia**, es el tipo de comunicación más común en la sociedad, a diario se escuchan miles de relatos de este tipo en todo el mundo la única diferencia con otras narraciones es que estas llevan implícito el código dramático. Hay una serie de historias como las lineales que siguen la trayectoria del personaje hasta la fase final las serpenteantes suelen ser sobre viajes y aventuras las espirales se aplican más para filmes de suspenso o también de tráilers psicológicos, las ramificadas que cuentan historias que desembocan en otras siempre y cuando se trate del mismo tema, y las explosivas que narran varias historias al mismo tiempo que en algún punto tienen un encuentro (Truby, 2009)
- **Sinopsis:** es la síntesis de la historia, en este resumen se presenta al protagonista y en varios casos al antagonista, explicando lo que les sucede en la historia y dando la idea de cómo va a ser solucionado, sin entrometer mucho detalle ni dar a conocer el final (López, 2016).



- **Guion:** a partir de una idea se comienza la producción audiovisual, esta idea plasmada correctamente conforma el denominado guion, bien puede ser un acontecimiento real o una obra literaria, el guión debe pasar a través de diferentes etapas para tener una idea atractiva, entendible y sobre todo, bien redactada lo cual será la guía para el proceso de la producción audiovisual.
- **Guion literario:** este tipo de guion contiene descripciones de tiempo, espacio y distintos factores que son claves para la producción, está dividido en diferentes secuencias donde se explica a detalle lo que sucederá a lo largo de la historia, estas se encuentran enumeradas y señala si la acción será desarrollada al interior o al exterior de una locación, sin embargo, en el guion literario no se especifican elementos de carácter técnico, pero sí incluyen narraciones y diálogos que van a ejecutar los personajes (Sánchez, 2001).
- **Guion técnico:** en el guion técnico se elabora un desglose del guion literario donde se indican los artículos necesarios para su realización, se suelen separar dichas necesidades por colores, de esta manera el director de cada área sabrá qué requiere para la producción, esto permite una mayor organización al momento de rodar y significa un ahorro de tiempo/dinero (Benítez y Rodríguez, 2013).
- **Scouting:** a partir de la elaboración de un guion literario y un guion técnico los directores de cada departamento (arte, fotografía, entre otros) se ocupan de buscar las locaciones más adecuadas o que mejor se adapten a las necesidades de la producción, se evalúan distintos aspectos como el espacio, permisos, ruido, ubicación, estacionamientos, etc, la búsqueda exhaustiva de una buena locación marcará la diferencia del producto final (Detrás de cámaras, 2013).
- **Storyboard:** consiste en una sucesión de dibujos pequeños ordenados a manera de secuencia que permiten entender visualmente lo que se filmará en la producción, para la elaboración de este instrumento se usa viñetas o recuadros a escala del tamaño del formato de la pantalla donde va a reproducirse, su complejidad depende del ilustrador, puede quedar como bocetos burdos o convertirse en una tira cómica como una verdadera obra

de arte, no hay que olvidar que cada viñeta va acompañada de una descripción la narración o el diálogo de la acción en curso (Medrano, 2009)

### **Producción o rodaje**

La etapa de producción de una pieza audiovisual significa la realización en sí del proyecto, que se basa en un plan de rodaje preestablecido y elaborado con anticipación, donde se detallarán los tiempos de desarrollo, días de trabajo, a los que tendrán que regirse todo el personal técnico, en esta fase todo el equipo creativo deberá mantener una comunicación activa, para que el rodaje tenga éxito, es necesario cerciorarse que cada miembro esté ocupando el puesto que ha sido asignado, en caso de existir discrepancias entre los miembros, el profesionalismo deberá estar por encima de cualquier discusión, aportando lo mejor hacia el proyecto creativo en desarrollo (Rabiger, 2005).

### **Postproducción o montaje**

En esta etapa el material fílmico llega a manos del editor o montador, quien es el encargado de crear una secuencia que contenga los elementos más importantes de la producción y que a su vez sea congruente, agradable, llamativa para la audiencia, en esta etapa se llevan a cabo diferentes acciones como: transiciones, cronometrajes, primer corte, colorización, narración, voz en off, títulos, música, créditos, todo esto debe responder a una intención previamente estructurada en la preproducción, nada podrá ser realizado al azar, la postproducción representa dentro de la producción audiovisual una de las etapas más decisivas e importantes (Rabiger, 2005).

## **2.4 Medios de promoción turística**

La promoción turística tiene una variedad de modalidades para impulsar al turismo con el propósito de potencializar y poder mejorar la economía, incrementando la modalidad de las diferentes estrategias como los medios de comunicación, redes sociales, prensa escrita, programas televisivos que proporcionan el incremento de turistas. Consiste en la difusión del producto por medio de diferentes alternativas, en el presente apartado se mencionarán algunos de los medios que son utilizados para la promoción turística (Koenig, 2018).

### 2.4.1 Principales tipos de medios de promoción

El turismo, al igual que cualquier otra actividad que quiera darse a conocer, necesita de un medio que llegue a un receptor, en donde este quedará informado de los beneficios del mismo o, en este caso, tendrá conocimiento de un lugar, a través de la promoción turística se genera interés en el espectador, de esta manera los medios de promoción más destacados son (Kotler y Armstrong, 2003):

- **Radio:** la promoción mediante radio tiene buena aceptación local, sin embargo, una de sus desventajas es que al ser un medio únicamente auditivo su nivel de recepción tiende a ser fugaz, no se puede segmentar de manera geográfica a la audiencia, pero su costo es bajo en comparación a otros medios de promoción.
- **Periódico:** a través del periódico la difusión suele ser oportuna, y se ha mostrado gran aceptación por parte del público adulto que ven a este medio con alta credibilidad, la audiencia a la que se llega es local, su tiempo de duración es corto.
- **Revistas:** pese a la era tecnológica que se vive en la actualidad, la promoción mediante revistas generan un alto nivel de selectividad geográfica, las revistas que se mantienen a flote hoy en día son las que mayor prestigio tienen, es por esto que el tiempo de venta de un anuncio en revista significaría una compra, o en este caso una promoción a largo plazo, sin embargo, no existe una garantía total de que el posicionamiento funcione correctamente.
- **Televisión:** los anuncios televisivos tienen una excelente cobertura, este medio es masivo y combina varios sentidos (sonido, vista, movimiento) su costo es elevado, una producción de este tipo permanece más en la mente de la audiencia que los medios antes mencionados.
- **Publicidad en exteriores:** este grupo está ocupado por vallas publicitarias, afiches, trípticos, banners, entre otros, estos medios son “repetitivos”, su costo es bajo, sin embargo, existen limitaciones creativas por el espacio que poseen.

- **Internet:** este medio es el que se encuentra en voga ya que permite una difusión eficiente, sus costos son los mismos independientemente de que el usuario llegue a visitar una página varias veces, es un medio rápido, interactivo, y se puede segmentar a la audiencia según su lugar de residencia, gustos, edades, etc. Internet se encuentra desplazando a los medios antes mencionados ya que puede combinar distintas herramientas que logran llegar de manera creativa al consumidor.

## **2.5 Productos audiovisuales y turismo nacional: referentes**

Los productos audiovisuales consisten en la generación de contenidos creativos que permitan consolidar una idea en un material que puede ser difundido, en este caso el turismo nacional, en este apartado se indicarán referentes en la producción audiovisual nacional.

Los productos audiovisuales referentes a turismo realizados en Ecuador están enfocados en campañas publicitarias que junto con spots han promocionado al país alrededor del mundo, es así que la campaña “Yo descubrí Ecuador” iniciada en el año 2011 bajo el eslogan “Lo mejor de Sudamérica” fue pauta en países latinoamericanos, cuya intención era atraer internacionalmente a turistas dispuestos a generar ingresos para el país durante su estancia en el Ecuador, dicha campaña fue pauta en televisión, prensa escrita, e incluso en sitios web (Ministerio de Turismo, s.f).

Otro de los productos audiovisuales que se ha convertido en un referente de la promoción turística en el país es la conocida campaña “All you need is Ecuador”, que tuvo un éxito rotundo a nivel internacional y nacional, en este proyecto lanzado en 2014 se hizo énfasis en las redes sociales, se utilizaron diferentes *hashtags* que muchos usuarios utilizan hasta el día de hoy #Allyouneedis en donde la gente compartía lo que considera necesita en su vida, dicha campaña alcanzó más de 200.000 seguidores en Twitter, su lanzamiento oficial colocaba la frase “All you need is Ecuador” alrededor del mundo en países reconocidos, entre estos: Londres, Nueva York, Berlín, París, etc. El spot publicitario como producto audiovisual fue difundido en el Super

Bowl donde se obtuvo gran audiencia extranjera, lo que caracterizó e hizo que la campaña tuviera el éxito deseado fue la creatividad con la que se manejó el ofertar al país, siempre resaltando los atractivos naturales y características del país como rosas, artesanías y chocolates (Ministerio de Turismo, 2014a).

La campaña "Viaja primero Ecuador" es otro referente dentro del turismo, dicha campaña incentivaba a los ecuatorianos a conocer primero su país, su cultura, tradiciones y comida, el tiempo de duración de la campaña coincidió con el suceso del 16 de abril de 2016, el fatal terremoto que azotó la costa ecuatoriana, de esta manera tomando como base la campaña se realizaron 39 paquetes turísticos para fomentar la reactivación turística en dichos lugares, los turistas posteaban sus fotos con el *hashtag* #ViajaPrimeroEcuador, se pudo evidenciar una buena acogida por parte de los ciudadanos (Ministerio de Turismo, 2016).

Ecuador no solo ha tratado de posicionarse como potencia turística, sino también como "potencia gastronómica" es así que se realizó la campaña "Ecuador a la carta" en la que por medio de los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados de cada provincia se buscaba dar a conocer la oferta gastronómica del país, se realizaron diferentes propuestas audiovisuales en las que se iba recorriendo restaurantes, mercados, puestos de comida de las distintas regiones del país (Ministerio de Turismo, 2018).

Una de las campañas próximas a lanzarse es "Ecuador cuatro mundos" en la que se prevé mostrar al país con sus cuatro regiones: costa, sierra, amazonía y Galápagos, haciendo énfasis en la variedad de climas que se pueden encontrar, combinadas con distintas actividades que el turista puede realizar dentro de cada región, se conjugan diferentes imágenes mostrando al Ecuador como un país maravilloso y biodiverso. La campaña participará en la Feria Internacional del Turismo (Fitur) en la que se busca seguir atrayendo visitantes en especial de España, que son los que más han visitado Ecuador en los últimos dos años, al menos 100.000 turistas son provenientes de este país, la campaña será lanzada a finales de enero del 2019 (Ecuador ofrecerá sus

cuatro mundos en Fitur, 2019).

En cuanto a campañas realizadas en relación al turismo en la provincia de Tungurahua se tiene "Tungurahua le sonrío al turismo" realizada en el 2015, en la que un grupo de ciudadanos se ubicaba en puntos estratégicos de cada cantón para dar la bienvenida a los turistas que acudieron en el carnaval, se pudo registrar una buena afluencia de turistas en los nueve cantones, sin embargo, la campaña no contó con un producto audiovisual, mas bien se trataba de atraer al turista mostrando la calidez de los tungurahueses (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015a).

De igual manera se realizó una campaña interna para fomentar el turismo, es así que bajo el *slogan* "Conoce tu parroquia, cantón, provincia, vive Tungurahua" se difundieron las nueve rutas turísticas por cantón, esta campaña estuvo dirigida a niños y niñas en establecimientos educativos, con el objetivo de que posteriormente se conviertan en gestores de turismo en la provincia, todo esto con el apoyo del Ministerio de Educación, que con dinámicas lúdicas y juegos interactivos lograron llevar el mensaje a los niños tungurahueses (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2018).

## CAPÍTULO III

### DISEÑO DEL ESTUDIO

#### 3.1. Planteamiento del problema

En el centro del Ecuador está ubicada la provincia de Tungurahua, una de las provincias con mayor diversidad y atractivos turísticos, se encuentra privilegiada por su variedad climática envidiable y su gente emprendedora que durante muchos años se ha esforzado por hacer de esta una tierra productiva y de oportunidades, sin embargo la limitada gestión, la carencia de productos audiovisuales la poca difusión turística de la provincia y sus cantones ha provocado que el turismo del sector disminuya notablemente debido al desconocimiento de los lugares que los turistas pueden visitar.

Este desconocimiento puede ser provocado por diferentes motivos, uno de ellos el factor económico, la falta de difusión por medios convencionales como televisión, radio, prensa escrita, vallas, etc., y a su vez de medios no convencionales como son las redes sociales que tienen alto impacto en el público de hoy en día. Otro factor puede ser que al momento de promocionar a Tungurahua se suele hacer énfasis en sitios que ya son conocidos, si bien el turista no los ha visitado al menos los ha visto y tiene una idea del lugar, como es el caso de los cantones de Baños de Agua Santa, ubicado al este de la provincia, y Ambato, capital de la provincia de Tungurahua, ambos suelen ser los sitios más visitados, de esta manera se dejan de lado a los otros siete cantones: Quero, Tisaleo, Pelileo, Mocha, Cevallos, Píllaro y Patate. Lo que provoca que el turismo de Tungurahua se vea centralizado especialmente en dichos cantones, por ende, genere, la falta de turismo en los demás sectores mencionados, y es precisamente esto lo que afecta a la economía de los tungurahueses, por lo que los negocios que se encuentran allí no logran

mantenerse a flote mucho tiempo debido a una economía poco sustentable.

El tema fue seleccionado debido a la falta de promoción turística de Tungurahua como un todo, en un producto audiovisual que exhiba los atractivos de la provincia mostrándola con sus cantones, mas no como lugares individuales, es imprescindible la realización de estrategias comunicacionales que llamen la atención de los visitantes, no solo extranjeros, sino también de turistas nacionales, para que de esta manera Tungurahua pueda posicionarse como una de los lugares predilectos al momento de elegir un destino nuevo para viajar.

El producto audiovisual pretende atraer más visitas a la provincia, dar a conocer nuevos destinos, por medio de esto ayudar a los tungurahueses, para que sus negocios puedan mantenerse a flote, incentivando la generación de nuevos espacios e inclusive la mejora de la infraestructura ya existente, para hacerlos más atractivos para los visitantes.

## **3.2. Preguntas**

### **3.2.1. Pregunta general**

¿Cómo elaborar una pieza audiovisual que incentive la promoción turística de la provincia de Tungurahua?

### **3.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Qué atractivos turísticos posee la provincia de Tungurahua?
- ¿Qué atractivos turísticos se consideran los más importantes dentro de cada cantón de Tungurahua?



- ¿Por qué los materiales audiovisuales previamente elaborados no han logrado impulsar el turismo en la provincia?
- ¿Qué estrategias tiene Tungurahua para posicionarse como potencia turística en el país?

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Elaborar una pieza audiovisual que muestre los lugares turísticos más destacados de la provincia de Tungurahua y sus cantones para incentivar el turismo en el lugar.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Investigar sobre los atractivos turísticos que posee la provincia de Tungurahua.
- Determinar los principales atractivos turísticos que posee cada cantón dentro de la provincia de Tungurahua, para la elaboración de un producto audiovisual de calidad.
- Indagar en las causas asociadas al descenso o escasez de turismo en Tungurahua y su relación con los productos audiovisuales pre-existentes.
- Contribuir con el turismo tungurahense a través de la difusión de un producto audiovisual que genere el interés por conocer nuevos destinos de la provincia.

### **3.4. Metodología**

### 3.4.1. Contexto y población

El presente trabajo se llevará a cabo en la provincia de Tungurahua, ubicada en la Sierra-Centro del Ecuador, como parte del proyecto de titulación de la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual de la Universidad de Las Américas (UDLA) en el período de marzo a julio del 2019.

### 3.4.2. Tipo de estudio

El tipo de estudio es de carácter cualitativo ya que se realizarán entrevistas donde los testimonios proporcionados servirán como base fundamental para el desarrollo de la pieza audiovisual, el alcance de la investigación es de tipo exploratorio, ya que se realizará una investigación cantón por cantón de los diferentes atractivos de Tungurahua y de otro tipo de datos que serán de gran utilidad en la realización del producto audiovisual, además el alcance es descriptivo ya que una vez recopilada toda la información se elaborará una pieza audiovisual que englobe en este caso los atractivos turísticos de la provincia.

### 3.4.3. Herramientas a utilizar

Tabla 1

#### *Herramientas a utilizar*

Herramienta	Descripción	Propósito
Entrevista	Antropólogo Nicolay Pangol, Director del departamento de desarrollo humano y cultural del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua	Obtención de información referente a proyectos que han aportado al desarrollo del turismo a través de la gestión cultural en Tungurahua.
Entrevista	Gabriel Santana, Gerente de la Agencia publicitaria ambateña Santana Studio, quien ha trabajado en la elaboración de productos audiovisuales para la provincia de Tungurahua.	Conocer sobre las estrategias visuales llevadas a cabo, saber qué aporte puede tener la producción audiovisual en este ámbito turístico.

Entrevista	Chef Luis Ushiña, Director de la escuela gastronómica Cuissine, experto en cocina ecuatoriana	Recolectar información acerca de los sitios y platos más emblemáticos de la provincia.
Entrevista	Marlon Guevara, ex Alcalde del cantón Baños de Agua Santa	Obtener información referente al turismo en el cantón, datos, planes, que han llevado a Baños a ser uno de los cantones más visitados de Tungurahua, saber qué se necesita para fomentar esto en los demás cantones.

#### 3.4.4. Tipo de análisis

##### Investigación

El proyecto constará de diferentes etapas, la primera será la investigación en la que se recopilará información de todos los cantones de la provincia de Tungurahua, se conocerán datos demográficos, climáticos, se enlistarán varios de los atractivos turísticos, y a su vez de la comida de cada uno de ellos.

##### Elaboración de objetivos

1. Investigar sobre los atractivos turísticos que posee la provincia de Tungurahua.
2. Determinar los principales atractivos turísticos que posee cada cantón dentro de la provincia de Tungurahua, para la elaboración de un producto audiovisual de calidad.
3. Indagar en las causas asociadas al descenso o escasez de turismo en Tungurahua y su relación con los productos audiovisuales pre-existentes.

4. Contribuir con el turismo tungurahuese a través de la difusión de un producto audiovisual que genere el interés por conocer nuevos destinos de la provincia.

Los objetivos se cumplirán al llevar a cabo el proyecto, dicha información no solo será obtenida a través de la investigación en sí, sino también en base a las entrevistas a realizar, por lo que las mismas serán una herramienta clave para la creación del material audiovisual.

### **Herramientas**

Se utilizará como herramienta las entrevistas, mismas que serán realizadas a expertos en distintos temas en relación al turismo, cultura, gastronomía, producción audiovisual, en donde se obtendrá diferente información de interés que servirá como base para el desarrollo del proyecto.

### **Desarrollo del proyecto**

El desarrollo del proyecto estará dividido en las siguientes fases preproducción, producción y montaje:

- Preproducción: se planea hacer un *scouting* de locaciones en donde se escogerá de manera definitiva aquellos sitios de mayor interés y que sean atractivos visualmente, tomando en cuenta la información previamente recolectada en las entrevistas, de esta manera se elaborará un guion ya que se prevé que tenga voz en off, a su vez se creará un *storyboard* que, a breves rasgos, muestre la idea.
- Producción: en esta etapa se grabarán las locaciones escogidas en el *scouting* se realizarán diversas tomas con diferentes planos, angulaciones, que favorezcan a cada lugar.

- Postproducción: en el montaje se procederá a seleccionar el material que mejor se encuentre grabado para proceder a su edición, colorización y sonorización.

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

#### 4.1. Campaña visual

La provincia de Tungurahua cuenta con una variedad de atractivos turísticos, muchos de los cuales no han sido visitados por turistas debido a su falta de difusión, ya que, si bien se conocen ciertos lugares de dicha provincia, algunos cantones dentro de la misma pasan desapercibido por el desconocimiento de la población en general, esto debido a que se muestran únicamente cantones que ya cuentan con afluencia de turistas, como es el caso del cantón Baños.

Para el desarrollo de esta pieza audiovisual se ha realizado una investigación de los lugares y atractivos por cantón, que se encuentran enlistados anteriormente, de esta manera Tungurahua será mostrada como un todo, es así que el producto audiovisual inicia con la etapa de preproducción, seguido a esto la producción y finalmente la post producción.

#### 4.2. Desarrollo de la pieza audiovisual

**Objetivo:** Elaborar una pieza audiovisual que muestre los lugares turísticos más destacados de la provincia de Tungurahua y sus cantones para incentivar el turismo en el lugar.

**Estrategia publicitaria:** Alcanzar una buena acogida por medio de un producto audiovisual de calidad, que exhibe aquellos cantones que también poseen atractivos dentro de la provincia de Tungurahua.

**Target:** Esta producción está dirigida a turistas nacionales y extranjeros, que tengan la accesibilidad la pieza audiovisual, de clase económica media-alta.

**Grupo objetivo:** Principalmente dirigido a personas mayores de 18 años con el interés de conocer nuevos lugares, y que tengan las posibilidades de viajar.

**Concepto:** “Visita Tungurahua, entrañable y cosmopolita” bajo este concepto se hace referencia a la historia de personajes ilustres que han habitado en el lugar y a su vez se invita a los turistas a visitar la provincia.

### **4.3. Proceso técnico dentro de la producción**

#### **4.3.1 Pieza audiovisual**

Se ha decidido realizar una pieza audiovisual que abarque en su mayoría los lugares turísticos de Tungurahua ya que en la actualidad éste es un recurso con el que se puede persuadir visual y auditivamente al espectador para que en este caso, visite la provincia de Tungurahua, a su vez las plataformas digitales permiten que dicho producto sea difundido de mejor manera. En esta producción, se captura a una mujer joven turista, recorriendo cada cantón, misma que observa, practica y prueba distintas actividades en todo Tungurahua.

El desarrollo de la pieza audiovisual cuenta con tres etapas: preproducción, producción y postproducción, lo que permite una mejor distribución de recursos, tiempo y organización, esto permite que cada etapa sea optimizada.

#### **4.3.2. Preproducción**

La etapa de preproducción es esencial para el desarrollo de un producto audiovisual, en esta etapa se examina los posibles errores o fallas que pudieran ocurrir al momento del rodaje, para así prevenirlos, de igual forma se elabora el guión y el *scouting*.

En esta etapa, en particular para la realización de la pieza audiovisual, fue trascendental, ya que se realizó el guion en base a lo anteriormente investigado, tomando en cuenta la historia, atractivos, sitios de interés y la cultura de cada cantón, siendo este elemento uno de los principales dentro de la estructura narrativa, de igual manera se realizó el scouting, donde inevitablemente quedaron fuera ciertos lugares por cuestiones de tiempo de duración del producto.

En la preproducción se examinó el recorrido que se haría posteriormente para evitar retrasos, se coordinó días, lugares y fechas con las personas involucradas, es por esto que se reunió varias veces al equipo de trabajo para coordinar los días de rodaje, durante dichas reuniones se procedió a dar lectura al guion, recibir ideas, sugerencias y realizar cambios. La preproducción en general fue productiva, pero a la vez tediosa, ya que todo debería quedar a punto para el momento de la producción.

#### **4.3.3 Guion**

El guion es la base de lo que se quiere mostrar, que en este caso, es una joven turista recorriendo Tungurahua, es así que en esta pieza audiovisual, el guion será lo que guíe la imagen, es decir, se tendrá una *voz en off*, que acompañará el viaje del turista, dando distintos datos, y generando expectativa en el espectador.

Dicho guión (*voz en off*) es narrado por un hombre adulto, para contrastar con la imagen de la mujer, ya que de esta manera se logra que sea informativo y no se convierten en los pensamientos del personaje.

La duración de la narración es de aproximadamente 1:47, el guion como ya se mencionó, fue pensado en dar a conocer sobre los sitios de Tungurahua, es por esto que se realza de cada cantón las actividades, festividades, tradiciones y cultura que cada uno posee, es así que se realizó un esquema general, que serviría de base para posteriormente escribir el guion, siendo la estructura de la



siguiente manera:

**Ambato:** Fiesta de la Fruta y de las Flores, personajes ilustres, comerciantes

**Baños:** Atractivos naturales y deportes extremos

**Cevallos:** Producción de calzado

**Mocha:** Comida tradicional, tranquilidad

**Quero:** Extensiones agrícolas, huertos

**Tisaleo:** Cantón joven, el de mayor producción agrícola del la Sierra Centro

**Píllaro:** Diablada, personaje destacado Rumiñahui

**Pelileo:** Elaboración de jeans, industria textil

**Patate:** Pueblo mágico, arepas hechas a mano, tradicional religioso

Posterior a esta estructura, se realizó el guion final, donde se describe cada característica general, de una manera llamativa (ver anexo 1)

Tungurahua provincia encantada, está ubicada en el centro del Ecuador, cuenta con nueve cantones y una variedad de atractivos turísticos y culturales que la hacen única, por lo que es considerada: Tungurahua, "Tierra de oportunidades". (22 seg de voz)

Su capital es Ambato, donde destacan con mucha imponentia sus famosos "Tres Juanes", la iglesia de La Catedral que congrega cada año a los fieles y turistas a la Fiesta de la Fruta y de las Flores. (12 seg de voz)

Baños de Agua Santa, es el segundo destino turístico del Ecuador en la provincia de Tungurahua, goza de una extensa cantidad de sitios naturales, por lo que se le denomina "Pedacito de cielo" donde se practican deportes extremos y de aventura. (15 seg)

El cantón Cevallos, es considerado el nuevo huerto de Tungurahua, que junto a la manufactura de calzado se han constituido en los principales motores de generación económica. (10 seg)

Figura 4 Extracto del guion

#### 4.3.4. Guion técnico

El guion técnico es una herramienta clave en la que se describe detalladamente los aspectos, como su nombre lo indica, técnicos, que se llevarán a cabo en la producción, entre ellos se especifican: angulaciones, tiempos, tipos de movimientos de cámara, personajes y acciones de los mismos (ver anexo 2).

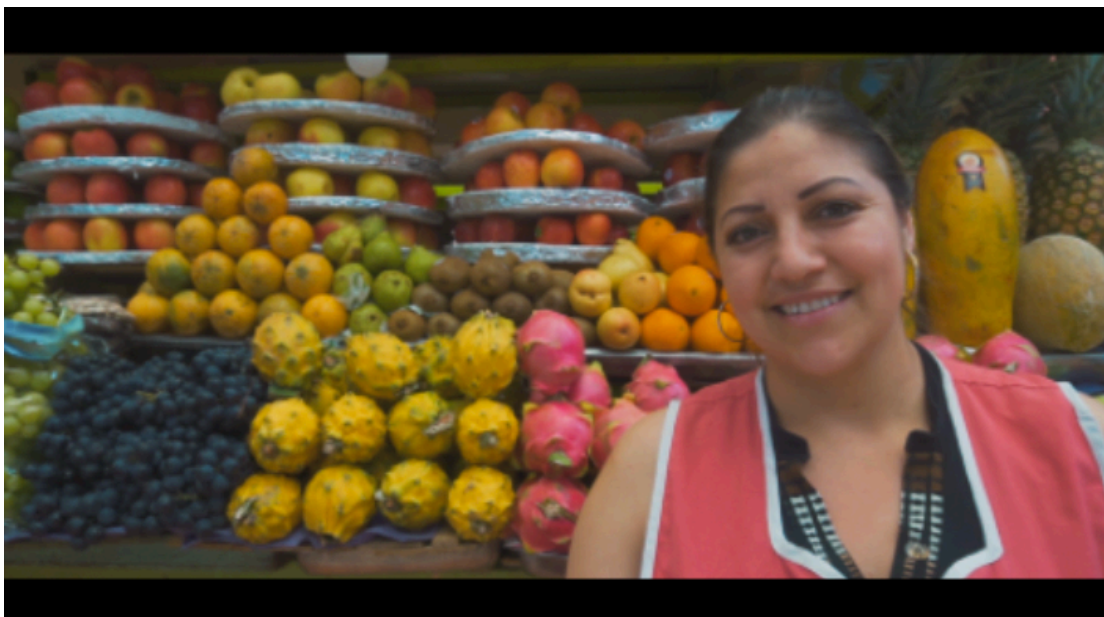
AMBAIO						
#Esc	#Plano	Tipo de plano	Mov. De cámara	Acción	Locación	Voz en off
1	1	PG	Ninguno	Dron sigue al personaje	Parque provincial de la familia	Tungurahua provincia encantada, está ubicada en el centro del Ecuador, cuenta con nueve cantones y una variedad de atractivos turísticos y culturales que la hacen única
1	2	GPG	Tilt Down	Dron a la bandera	Parque provincial de la familia	, por lo que es considerada:"
1	3	PM	Ninguno	Comerciantes sonríen en sus negocios	Varias	Tungurahua, "Tierra de oportunidades".
1	4	PG PM	Paneo (cámara lenta)	El personaje camina dentro del parque	Parque Juan Montalvo	Su capital es Ambato,
1	5	PM	Tilt up	Personaje sonríe y observa el monumento	Parque Juan Montalvo	donde destacan con mucha imponencia sus famosos "Tres Juanes"
1	5	GPG	Tilt down	Dron	Catedral	...la iglesia de La Catedral que congrega cada año a los fieles

Figura 5 Extracto del guion técnico

El guion técnico dentro de esta producción está dividido por cantones, para así tener una idea más clara y precisa de las acciones que se deben realizar durante el rodaje, dentro de la tabla se observan los apartados: tipo de ángulo y tipo de plano los cuales se definen como:

**Tipo de ángulo:** Es cómo se pone la cámara en relación a los ojos del espectador, se pueden utilizar distintos tipos de angulaciones ya sean estándar o normal (al nivel del espectador), cenital, picado o contrapicado. En esta pieza audiovisual se ha decidido tener distintos tipos de ángulos, sin embargo, se ha utilizado mayoritariamente el ángulo normal, ya que es el que mejor conecta con el espectador

**Ángulo normal:** Se refiere a una posición estándar a la altura de los ojos del espectador, en este caso se muestra una mujer comerciante, se ha decidido usar este ángulo en espacio negativo para resaltar la variedad de frutas y colores. (ver figura 6).



*Figura 6 Ángulo normal*

**Ángulo contrapicado:** La cámara se coloca mirando hacia arriba lo que contrario al ángulo picado da una sensación de superioridad. En esta figura se observa a Juan Montalvo, ilustre ambateño y por ende destacado personaje tungurahuese, se ha decidido este ángulo para reafirmar el concepto de grandeza o superioridad (ver figura 7).



*Figura 7 Ángulo contrapicado*

**Tipo de plano:** Existen diferentes valores de planos que permiten destacar ciertos elementos, entre ellos: plano general, primer plano, plano detalle, entre otros. Durante la producción se ha decidido utilizar los planos que mejor favorezcan al lugar, si es un sitio amplio se utilizaría un gran plano general, si es un sitio donde se desea destacar al personaje, un primer plano y así de manera que cada elemento sea favorecido.

**Gran plano general:** Da información al espectador del lugar, es un plano muy amplio, en esta figura se observa al monumento de Rumiñahui, se decidió este plano para mostrar lo grande del lugar (ver figura 8)



*Figura 8* Gran plano general

**Plano medio:** En este plano se muestra la mitad del cuerpo del personaje, desde su cabeza hasta la mitad de su torso, en esta figura el personaje destaca en el plano (ver figura 9).



*Figura 9* Plano medio

**Plano detalle:** Se muestra específicamente cosas, objetos, o como su nombre lo indica, detalles, cerca del lente de la cámara sin que otros elementos intervengan en escena, se muestran rosas que hacen referencia a la Fiesta mayor de los ambateños (ver figura 10).



*Figura 10* Plano detalle

**Primer plano:** El primer plano muestra únicamente el rostro o rostros de los personajes, de esta manera se puede diferenciar sus expresiones, aquí el personaje mira de manera un tanto intrigada (ver figura 11).



*Figura 11* Primer plano

#### **4.3.5 Scouting**

Se denomina scouting al proceso de selección de las locaciones que serán mostradas en la realización audiovisual, en donde se determinan aspectos importantes como ubicación de los sitios, si se requieren permisos, lugares de referencia, entre otros.

En este proceso se recorrió los nueve cantones de la provincia de Tungurahua, donde se procedió a registrar la ubicación de los lugares, se realizó los contactos pertinentes con las personas que aparecerían posteriormente, se tomaron fotografías de referencia, entre otros (ver anexo 3).

Dentro del scouting se tomaron en cuenta al menos tres sitios por cantón, cabe mencionar que cada cantón posee más de dicho número de sitios por recorrer, sin embargo, por la extensión a la que llegaría la pieza audiovisual, se tomó en cuenta a los más destacados y/o poco conocidos de cada sitio. Es así que en el scouting se visitaron por cada cantón los siguientes sitios:

##### **Ambato:**

- Parque Provincial de la Familia: donde se destaca la gran bandera de la provincia de Tungurahua y la vista de la ciudad.
- Iglesia de la Catedral: donde se congrega a turistas y nacionales año a año en la Fiesta de la Fruta y de las Flores
- Parque Montalvo: en este lugar destaca Juan Montalvo, ilustre ambateño
- Mercados: en los distintos mercados de la ciudad se escogieron a personajes representativos del trabajo y entrega característica de los tungurahueses

**Baños de Agua Santa:**

- Parque central: donde se observan las letras que identifican al cantón
- Casa del árbol: sitio popular con su "columpio del fin del mundo"
- Pailón del diablo: este lugar cuenta con atractivos naturales como cascadas, senderos, puentes colgantes, entre otros.

**Cevallos:**

- Parque central: donde se observan las letras que identifican al cantón
- Tiendas de zapatos: los cevalenses elaboran zapatos artesanalmente y los venden en sus tiendas.
- Ferrocarril del Ecuador: en Cevallos se encuentra una de las principales estaciones de tren, que sin duda es un atractivo para todos.

**Mocha:**

- Mercado central: en este cantón se caracteriza principalmente la venta de platos tradicionales como las papas con cuero
- Parque central: donde se observan las letras que identifican al cantón, y la tranquilidad de este sitio.

**Quero:**

- Parque central: tiene el distintivo del cantón y además se reúnen los habitantes a conversar, resulta un lugar muy acogedor.
- Exteriores de Quero: dicho cantón cuenta con grandes extensiones de sembríos y cultivos que caracterizan a la producción de Tungurahua

**Patate:**

- Santuario en honor al Señor del Terremoto: es un reflejo de las tradiciones y creencias que existen en este sitio, ahora denominado con el galardón: "pueblo mágico"
- Arepas: platillo tradicional preparado a mano, se localizó a la única persona que realiza este oficio en horno de leña.



- Parque central: en sus letras muestra la bandera del cantón

### **Píllaro**

- Monumento a Rumiñahui: dicho monumento es poco conocido ya que su ubicación es un tanto alejada y además su clima la mayor parte del tiempo permanece nublado, por lo que observarlo en su totalidad resulta todo un espectáculo.
- Diablada pillareña: esta celebración se realiza en los primeros días de enero, se refleja la alegría, la gente viste trajes y máscaras vistosas que llaman mucho la atención.

### **Pelileo**

- Producción de jeans: en el sector "el tambo" se realizan ferias, donde se comercializan los afamados jeans de Pelileo
- Parque recreacional "La Moya": sitio turístico que cuenta con distintas actividades, donde se encuentran las letras del cantón

### **Tisaleo**

- Granja San Martín: sitio agroecológico de propiedad privada poco conocido donde se reciben a visitantes y se muestran las distintas especies que allí poseen.
- Huertos: Tisaleo se caracteriza por la producción agrícola, de dicho destino salen todos los productos que se reparten al centro del país y a todo el Ecuador

Estos fueron algunos de los sitios visitados en el proceso de scouting, donde el personaje recorre uno a uno de los cantones de la provincia de Tungurahua, de esta manera se pudo preveer el recorrido para el rodaje, ya que los sitios distan considerablemente, de igual forma se pudo anotar aspectos esenciales como el clima, vestimenta, entre otros.

#### **4.4. Personal técnico**

En una producción audiovisual es necesario designar cargos para poder llevar a cabo su correcta realización, en este caso se han designado estos cargos:

- Director/a: es quien da la visión general de la producción, a través de sus direccionamientos se encamina todo bajo una estética, es quien toma decisiones en cuanto a planos, sonido, vestuario y acciones de los personajes. En este caso a decisión de la directora se utilizó como personaje principal a una mujer joven, ya que representaría a parte del target y permite esa mejor conexión con el espectador, además en cuanto a decisiones estéticas se tomaron en cuenta tonos rojizos, azulados, que contrastan con colores amarillos y naranjas; el personaje viste un mismo atuendo a lo largo de toda la pieza audiovisual, saco rojo y unos “mom jeans” para dar la idea de comodidad y de igual manera tener continuidad en la visita a los cantones, en ciertos momentos el personaje utiliza una cámara fotográfica, para reforzar el concepto de turista (ver figura 12)
- Asistente de dirección: Como su nombre lo indica, asiste al director, y está principalmente asistiendo en el momento de la producción en sí, es el responsable de presionar para que se cumplan los tiempos de realización. Dentro de esta producción el asistente de dirección se encargó también de la fotografía y operar el dron en ciertos momentos, en donde se tomaron en cuenta los espacios que necesiten ser destacados para su utilización, en cuanto a la dirección de fotografía se aplicó el denominado espacio negativo, ley de tercios, entre otros.



Figura 12 Vestuario

#### 4.5. Producción

En la etapa de producción se ejecutan todo lo antes establecido en la etapa de preproducción. Esta producción se la realizó en alrededor de siete días aproximadamente (únicamente fines de semana) de esta manera:

El primer día se realizaron todas las tomas de paso, donde se grabó a comerciantes, vendedores, trabajadores destacados de la ciudad de Ambato, planos detalle de rosas, y otros elementos. A su vez se realizaron tres tomas únicamente en dron, la primera en el Parque Provincial de la Familia, donde se iza la bandera de la provincia, la segunda en la Catedral y la tercera en el Monumento a la Primera imprenta, empezando a las 8am y finalizando a las 6pm.

El segundo día se rodó con el personaje seleccionado en el Parque Provincial de la Familia y en el centro de la ciudad de Ambato, iniciando a las 11am y finalizando a las 5pm

El tercer día se realizó el rodaje en el cantón Baños de Agua Santa, se comenzó en el centro de la ciudad y posteriormente la Casa del Árbol y el Pailón del Diablo, debido al clima el rodaje empezó a las 9am y terminó a las 6pm.

El cuarto día la producción se ejecutó en Pelileo, donde se realizaron tomas en el sector conocido como el Tambo, y en Salasaca, de igual manera en el cantón Patate, en el parque central y posteriormente en la elaboración de arepas. Finalmente la producción se dirigió a Píllaro donde se realizaron tomas en el monumento a Rumiñahui y a instrumentistas del cantón. El rodaje inició 10am y terminó 6pm.

El quinto día se realizaron todos los cantones del sur de la provincia de Tungurahua: Tisaleo, Mocha, Quero y Cevallos, donde se realizaron tomas de diferentes sitios turísticos como granjas agroecológicas, parques, huertos, elaboración de zapatos, comida tradicional, entre otros, el rodaje inició a las 8am y finalizó a las 6pm.

Los equipos utilizados durante la etapa de producción fueron una cámara Sony Alpha 6400, para las tomas aéreas un Dron DJI Phantom Standard 3, y otros equipos como rebotadores y difusores.

#### **4.6. Postproducción**

En la etapa de postproducción se analiza todo el material obtenido para fusionarlo en uno solo, aquí se escogen las mejores tomas, sonidos, se edita el color y se da los últimos detalles para que el producto sea exhibido. En esta etapa dentro de la realización de la pieza audiovisual, se empezó por clasificar cantón por cantón las tomas que mejor estuvieran, al igual que las tomas captadas con dron, en este punto a la par de esto se buscó una canción que acompañe al producto, se editó la voz en off, y se culminaron los últimos detalles.

#### **Edición**

En la edición se escogen las mejores tomas de todas las que fueron realizadas en la producción. En este caso se utilizó el programa *Adobe Premiere Pro CC 2018* para la elaboración del mismo, bajo las especificaciones de tamaño 1080p y 24 fps. En el primer corte fue de 4 minutos aproximadamente, en el

segundo corte se montó ya corregida la voz en off con una duración de 3:40 y en el tercero se realizaron los cambios finales donde se concluyó con 2:57 aproximadamente como tiempo total de la realización audiovisual (ver figura 13).

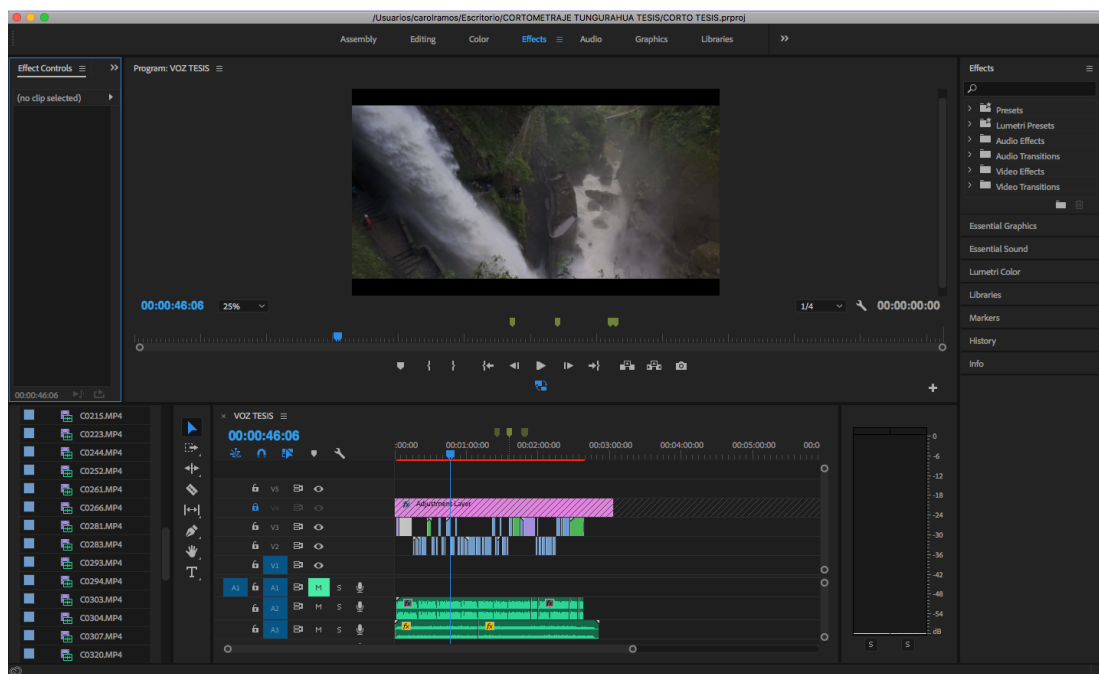


Figura 13 Edición

## Color

La colorización es un proceso dentro de la postproducción en la que se le da, por así decirlo “personalidad” a la producción, ya que se escoge los colores que resaltarán y se corrige distintos errores como falta de luminosidad, demasiada exposición entre otros. En este caso se utilizaron los colores de la siguiente paleta, mismos que se ven evidenciados en distintos elementos dentro de la pieza audiovisual (ver figura 14).



Figura 14 Color

## Sonido

El sonido en una producción representa el 50% de importancia ya que al igual que la imagen tienen mucho peso al momento de transmitir un mensaje, la voz masculina escogida para acompañar a la imagen es de un locutor profesional, quien describe los lugares. La edición de la voz *en off* se realizó en *Nuendo 10*, donde se editaron aspectos como: nivel de ganancia y entrada, corte de frecuencias basura comprendidas entre los 20Hz y los 20KHz, ecualización general y finalmente Saturación para darle definición a la voz (ver figura 15).



Figura 15 Sonido, edición de la voz en off

Para acompañar la voz *en off* de fondo se utilizó una canción libre de copyright obtenida de la plataforma Youtube, donde se modificaron especificaciones esenciales como: ganancia de audio, duración, ajustes de niveles, entre otros.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

La provincia de Tungurahua cuenta con nueve cantones y una variedad de atractivos turísticos que deberían ser empleados para fomentar la visita de turistas, a través de la realización de este producto audiovisual en específico se puede concluir que Tungurahua podría posicionarse como potencia turística debido a todo lo que tiene para ofrecer, de igual manera se pudo conocer sitios que pasaban desapercibido aun viviendo en esta privilegiada provincia, se puede también concluir que, existen sitios que sus dueños desean promocionar, sin embargo, no cuentan con el apoyo o la información necesaria para hacerlo, lo que significa desaprovechar lo que Tungurahua posee.

En esta era tecnológica, las personas de toda edad, pero en especial los jóvenes son quienes utilizan plataformas de redes sociales, donde el contenido de fácil acceso es el más visualizado, como es el caso de los videos, y en donde se logra introducir a la producción audiovisual como un medio eficaz para llegar a la audiencia con un mensaje claro, conciso y directo, sin embargo, no se debe dejar de lado a medios convencionales como radio o televisión, ya que personas de mayor edad, son quienes se informan por estos medios.

Después de haber mostrado el producto final a personas de distintas edades, géneros, condición social, se puede concluir que las piezas audiovisuales pueden generar interés e informar a la audiencia ya que son elementos clave para la difusión. La producción de piezas audiovisuales constituye uno de los pilares fundamentales para dar a conocer distintos sitios, en este caso, la provincia de Tungurahua.

## 5.2. Recomendaciones

Existen lugares que requieren mayor difusión que otros, es por eso que es necesario poner énfasis en dichos espacios, al igual que capacitar a la gente de dicha población para ejercer el turismo comunitario como una fuente de ingreso económico, de igual manera los jóvenes quienes tienen mayor facilidad para el uso de la tecnología, son los llamados en dichos sitios a mostrar a los adultos contenido de calidad relacionado a su lugar de procedencia.

La provincia de Tungurahua requiere difusión permanente para así ser una potencia, se recomienda realizar constantemente campañas publicitarias junto con productos audiovisuales, ya que al realizar un solo producto no basta para posicionar a la provincia, de igual manera se recomienda promocionar a Tungurahua en medios convencionales y no convencionales, ya que ambos poseen una audiencia marcada a la cual se necesita llegar, es así que esta provincia podrá llegar a tener mayor afluencia de visitantes año tras año.

En cuanto a la realización de piezas audiovisuales, se recomienda realizar contactos previos que permitan usar y aprovechar el espacio, ya que en ocasiones las personas de los mismos sitios suelen mostrarse reacias, realizar un acercamiento previo permitiría tener una relación mejor con las personas de dichos sitios, se recomienda siempre verificar las condiciones climáticas y tomar acciones, ya que esto podría afectar el desarrollo de la etapa de producción y finalmente siempre tener respaldos del material fílmico, por cualquier eventualidad que podría presentarse.



## REFERENCIAS

- Armandas, I. (2002). *Actividad de Ocio-Turístico y Personas Mayores: Analisis de Diferencias Psicosociales entre "Viajeros" y "No Viajeros"* (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona, Barcelona, España.
- Baños Ecuador turismo. (2018). *Lugares turísticos de Baños de Agua Santa*. Recuperado de <https://banos-ecuador.com/es/lugares-turisticos-banos-de-agua-santa-a7f1bg3eo>
- Benítez, A. y Rodríguez, V. (2013). *Guion técnico y planificación de la realización*. Recuperado de [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16373/guion\\_tecnico\\_2013.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16373/guion_tecnico_2013.pdf)
- Bosch, C., Serra, J., Pujol, M., y Vallespinos, F. (2010). *Turismo y Medio Ambiente*. Madrid, España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Butler, J. (1992). Ecotourism: Its Changing Face and Evolving Philosophy. En *4th World Congress on National Parks*. Conferencia llevada a cabo en el congreso de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, Caracas, Venezuela.
- Datos de Tungurahua. (2010). *Ciudades principales, religión, lenguas oficiales*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/geanella92/datos-de-tungurahua>
- Detrás de cámaras. (2013). Introducción y Scouting de Locaciones. *Cine digital*. Recuperado de <https://www.cinedigital.tv/detras-de-camaras-introduccion-y-scouting-de-locaciones/>
- Ecuador a la carta. (2018). *Comida típica de Tungurahua*. Recuperado de <https://www.goraymi.com/es-ec/tungurahua/comida-tipica-de-tungurahua-ahg30lv0c>
- Ecuador ofrecerá sus "cuatro mundos" en Fitur. (19 de enero de 2019). *El Telégrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/ecuador-turismo-figur>
- Ecuador Turístico. (2014). *Turismo en Ecuador Baños de Agua Santa*.

Recuperado de <http://www.ecuador-turistico.com/2014/01/turismo-enecuador-banos-de-agua-santa.html>

El turismo es un pilar en la economía local. (26 de mayo de 2017). *El Telégrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-turismo-es-un-pilar-en-la-economia-local>

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE. (2011). *Código de operaciones de la FEPTCE*. Recuperado de [http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco\\_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013](http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013)

Fernández, F., y Martínez, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona, España: Paidós.

Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato. (2015). *Actualización del plan de desarrollo territorial*. Recuperado de <https://www.ambato.gob.ec/wp-content/uploads/2016/09/PDOT-Ambato-07-06-2016.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños. (2013). *Historia de Baños*. Recuperado de <https://municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/features/historia>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Cevallos. (2014). *Síntesis histórica*. Recuperado de <https://www.cevallos.gob.ec/index.php/2014-04-24-20-22-23/historia>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha. (2014a). *Historia de la parroquia*. Recuperado de [http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=188](http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=188)

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha. (2014b). *Ubicación del cantón Mocha*. Recuperado de [http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16&Itemid=126](http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=126)

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate. (2016). *Reseña histórica*. Recuperado de <http://www.patate.gob.ec/index.php/patates/resena-historica>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Píllaro. (2014). *Historia*.

- Recuperado de [https://www.pillaro.gob.ec/?page\\_id=171](https://www.pillaro.gob.ec/?page_id=171)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Quero. (2014). *Reseña histórica*. Recuperado de <https://www.quero.gob.ec/index.php/municipalidades/resena-historica>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Pedro de Pelileo. (2013). *Reseña histórica*. Recuperado de <http://www.pelileo.gob.ec/index.php/home.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tisaleo. (2014). *Historia*. Recuperado de <https://www.tisaleo.gob.ec/>
- Guía turística de Cevallos. (2016). *Ruta agroturística artesanal del cantón Cevallos*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_cevallos](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_cevallos)
- Guía turística de Mocha. (2016). *Mocha Sendero de tradición y deleite*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_mocha](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_mocha)
- Guía turística de Patate. (2016). *Información turística de Patate*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_patate](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_patate)
- Guía turística de Pelileo. (2016). *Guía de ruta agroturística artesanal del cantón Pelileo*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_pelileo](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_pelileo)
- Guía turística de Quero. (2016). *Guía de ruta agroturística artesanal del cantón Quero*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_quero](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_quero)
- Guía turística de Tisaleo. (2016). *Guía de ruta agroturística artesanal del cantón Tisaleo*. Recuperado de

[https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_tisaleo](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_tisaleo)

Guía virtual de turismo accesible. (2014). *Tungurahua*. Recuperado de <http://turismoaccesible.ec/site/information/region-sierra/tungurahua/clima/>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2012). *Estrategia de Turismo de Tungurahua*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/estrategia-de-turismo-de-tungurahua>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2014a). *Demografía*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/datos-generales>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2014b). *Dirección de Planificación del Honorable Gobierno de Tungurahua*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/eRIwg/286/252-17eohrs-qej0604.html>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2014c). *Historia de Tungurahua*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/historia-de-la-provincia-de-tungurahua>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2014d). *Población*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/datos-generales>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2014e). *Ubicación Geográfica*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/datos-generales>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015a). *Buena acogida de la campaña "Tungurahua le sonríe al turismo"*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/lukmZxcgug/21/250-mhoub-mvg-0723.html>

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015b). *Guía turística de Ambato*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_ambato](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_ambato)

ato

- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2017). *Conoce tu provincia, vive Tungurahua para niños*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/principales/171-conoce-tu-provincia-vive-tungurahua-para-ninos>
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2018). *Conoce tu parroquia, cantón, provincia, vive Tungurahua*. Recuperado de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/estrategia-de-turismo-de-tungurahua/3239-conoce-tu-parroquia-canton-provincia-vive-tungurahua>
- Ilustre Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *Información turística Ambato*. Recuperado de [https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu\\_\\_a\\_tur\\_\\_stica\\_de\\_ambato](https://issuu.com/alejandrocabreratobar/docs/gu__a_tur__stica_de_ambato)
- Importancia. (2014). *Turismo Natural*. Recuperado de <https://www.importancia.org/turismo-natural.php>
- Instituto Geofísico. (2013). *Terremoto del cinco de agosto de 1949*. Recuperado de <https://www.igeptn.edu.ec/imbabura/805-terremoto-del-5-de-agosto-de-1949>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2010a). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Tungurahua*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2010b). *Ecuador en cifras*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=Poblacion+Ambato>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2011). *Boletín de estadísticas turísticas*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2009). *Fiesta de la Fruta y de las Flores*. Recuperado de <http://patrimoniocultural.gob.ec/fiesta-de-la-fruta->

y-de-las-flores/

Jiménez, J. (2013). *Turismo Estructura y Desarrollo*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/321278211\\_Turismo\\_Estructura\\_y\\_Development\\_1945-1990/figures](https://www.researchgate.net/publication/321278211_Turismo_Estructura_y_Development_1945-1990/figures)

Kotler, P., y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.

Koenig, E. (2018). La definición de promoción turística. *Geniolandia*. Recuperado de <https://www.geniolandia.com/13098910/la-definicion-de-promocion-turistica>

Kravets, I., y de Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, Año 2(2), 1-16 Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3240044>

La poca promoción es la causa para escaso desarrollo turístico. (10 de noviembre de 2012). *El telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-poca-promocion-es-la-causa-para-escaso-desarrollo-turistico>

López, A. (2016). *Guía de creación audiovisual de la idea a la pantalla*. Madrid, España: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

López-Guzmán, T., y Sánchez, S. (2009). Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (99) pp. 85-103.

Marketing, negocios e innovación. (2018). *¿Qué es un spot publicitario y qué tipos hay?*. Recuperado de <https://solomarketing.es/que-es-un-spot-publicitario-y-que-tipos-hay/>

Medrano, C. (2009). *El Storyboard. Guiones para medios audiovisuales*. Recuperado de [https://issuu.com/carlosalbertomedrano/docs/el\\_storyboard](https://issuu.com/carlosalbertomedrano/docs/el_storyboard)

Meier, A. (2013). *El cortometraje: el arte de narrar, emocionar y significar*.

- Recuperado de <http://www.elojoquepiensa.cucsh.udg.mx/assets/ojo09/18Rese%C3%B1a.pdf>
- Cifras y datos del turismo en Ecuador. (27 de septiembre de 2017). *Metro Ecuador*. Recuperado de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2017/09/27/cifras-datos-del-turismo-ecuador.html>
- MINCETUR. (2006). *Manual para la formulación de recursos turísticos*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014). *'All you need is Ecuador' es la campaña que está en el mundo*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2009-2013*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismocifras/175-anuario-de-estadisticas-turisticas>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Guía gastronómica de Tungurahua*. Recuperado de <https://issuu.com/vichepastor/docs/guiagastronomicaf>
- Ministerio de Turismo. (2014a). *Hoy arranca segunda fase de la campaña All You Need Is Ecuador*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/hoy-arranca-segunda-fase-de-la-campana-all-you-need-is-ecuador/>
- Ministerio de Turismo. (2014b). *Principales indicadores de turismo*. Recuperado de [http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre\\_boletin\\_2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2015). *El turismo interno en el Ecuador aporta 1.100 millones de dólares a la economía*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Campaña "Viaja Primero Ecuador" presenta 39 paquetes turísticos*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/campana-viaja-primero-ecuador-presenta->

39-paquetes-turisticos/

Ministerio de Turismo. (2018). *Mintur presentará el plan Gastronómico "Ecuador a la carta"*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-presenta-el-plan-gastronomico-ecuador-a-la-carta/>

Ministerio de Turismo. (s.f.). *Campaña promocional "Yo descubrí en Ecuador" inicia segunda etapa*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/campana-promocional-yo-descubri-en-ecuador-inicia-segunda-etapa-video/>

Organización Mundial del Turismo. (1994). *Qué es el turismo*. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/search/node/que%20es%20el%20turismo>

Peña, M.C. (2012). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente* (Tesis doctoral). Universidad de Almería, Andalucía, España.

Pérez, M. (2013). *Manual del Turismo Sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y socialmente respetable*. Madrid, España: Editorial MundiPrensa.

Pérez, M. (2014). *Población de Cevallos*. Recuperado de <https://www.cevallos.gob.ec/index.php/2014-04-24-20-22-23/poblacion>

Por qué Cuenca, Ambato y Quito se llaman así. (25 de septiembre de 2016). *El Telégrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/702/51/porque-cuenca-ambato-y-quito-se-llaman-asi>

Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador*. Quito, Ecuador: FLACSO.

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad*. San José, Costa Rica: EUNED.

Rabiger, M. (2005). *Dirección de Documentales*. Leganés, España: Neografis SL.

Ràfols, R., y Colomer, A. (2003). *Diseño Audiovisual*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.

Ramírez, C. (2001). *Visión Integral del Turismo guía Conceptual y Metodológica para el desarrollo y la Planificación del Sector Turismo*.



- (Tesis doctoral). Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES, Chile.
- Sánchez, E. (2001). *Estrategias de guión cinematográfico*. Madrid, España: Ariel.
- Secretaría de Turismo del Gobierno de México. (2015). *Turismo cultural*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Significado de Tungurahua. (s.f.). *Tungurahua*. Recuperado de <https://www.significadode.org/tungurahua.htm>
- Truby, J. (2009). *Anatomía del guión. El arte de narrar en 22 pasos*. Barcelona, España: Alba Editorial
- Turismo alternativo. (2004). *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo*. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>
- Turismo de salud en España. (2013). *Turismo de salud*. Recuperado de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80152/EOI\\_TurismoSalud\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80152/EOI_TurismoSalud_2013.pdf)
- Turismo inducido por el cine. (2013). *El cine y la experiencia turística*. Recuperado de <https://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/8806/Miquel%20Vives%20Garcia.pdf?sequence=1>

## **ANEXOS**

## **ANEXO 1**

### **GUION LITERARIO**

#### **LIBRETO VOZ EN OFF**

Tungurahua provincia encantada, está ubicada en el centro del Ecuador, cuenta con nueve cantones y una variedad de atractivos turísticos y culturales que la hacen única, por lo que es considerada: Tungurahua, “Tierra de oportunidades”. (22 seg de voz)

Su capital es Ambato, donde destacan con mucha imponentia sus famosos “Tres Juanes”, la iglesia de La Catedral que congrega cada año a los fieles y turistas a la Fiesta de la Fruta y de las Flores. (12 seg de voz)

Baños de Agua Santa, es el segundo destino turístico del Ecuador en la provincia de Tungurahua, goza de una extensa cantidad de sitios naturales, por lo que se le denomina “Pedacito de cielo” donde se practican deportes extremos y de aventura. (15 seg)

El cantón Cevallos, es considerado el nuevo huerto de Tungurahua, que junto a la manufactura de calzado se han constituido en los principales motores de generación económica. (10 seg)

Mocha, potencia agrícola y gastronómica, en la que el inconfundible sabor de sus platos tradicionales la convierten en parada inevitable de viajeros. (10 seg)

En Tungurahua, Patate es considerado “El valle de la eterna primavera” y no es menos cierto, por la variedad de bocadillos y frutas que produce su tierra. (12 seg)

Quero conserva tradiciones y costumbres propias de su historia, que junto a su relación directa con la agricultura, forman el lugar perfecto para vivir en armonía con la naturaleza. (13 seg)

Píllaro, cuna de Rumiñahui, Patrimonio inmaterial del Ecuador. Es muy fácil encontrarse a cada paso con ebanistas de renombre internacional, músicos y compositores en su tierra. (14 seg)

Denominada “La ciudad azul” por la producción de jeans, Pelileo es un fiel ejemplo de trabajo y prosperidad (10 seg)

El joven y floreciente cantón Tisaleo, al igual que todos los cantones de la provincia de Tungurahua es eminentemente agrícola, el cuidado y la dedicación de la gente hacia su tierra, es notorio en cada parcela. (13 seg)

Tungurahua, combina todo para hacer de tu estadía un encuentro memorable, Visita Tungurahua, entrañable y cosmopolita (10 seg)

Total voz: 1:47 aproximadamente



Final se graba aquí	GPG	Ninguno	Dron	Monumento Primera imprensa	combina todo lo necesario para hacer de tu estadía un encuentro memorable, visita Tungurahua. Tungurahua, entrañable y cosmopolita
---------------------	-----	---------	------	----------------------------------	--

<b>BAÑOS</b>						
2	1	PG	Estático	Se muestra las letras del cantón	Parque Central	Baños de Agua Santa, es el segundo destino turístico del Ecuador en la provincia de Tungurahua
2	2	PG	Dolly out	Personaje camina junto a la iglesia	Iglesia	, es el segundo destino turístico del
2	3	PP	Tilt down	Personaje observa	Pailón del Diablo	Ecuador en
2	4	PP	Ninguno	Personaje de espaldas	Pailón del Diablo	la provincia de Tungurahua
2	5	PG	Ninguno	Cascada	Pailón del Diablo	Goza de una extensa cantidad de sitios naturales
2	6	PM	Ninguno	Personaje toma fotos	Casa del árbol	Por lo que se la denomina Pedacito de Cielo
2	7	PP	Paneo a la derecha	Personaje observa	Casa del árbol	Donde se practican
2	8	PG	Paneo a la derecha	Personaje en columpio	Casa del árbol	Deportes extremos y de aventura
2	9	PG	Ninguno	Personaje camina	Centro de la ciudad	-----
<b>CEVALLOS</b>						
3	1	PG	Paneo	Hortalizas	Mercado	El cantón Cevallos, es considerado el nuevo huerto de Tungurahua
				Personaje		Que junto a la manufactura

3	2	PG	Paneo	camina junto a las letras del cantón	Parque central	de calzado se han constituido
3	3	PG	Ninguno	Tren Cevallos	Centro de Cevallos	en los principales motores de generación económica
<b>MOCHA</b>						
4	1	PG	Ninguno	Personaje camina junto a las letras del cantón	Parque central	Mocha, potencia agrícola y gastronómica,
4	2	PM	Zoom out	Personaje sirviendo un plato	Mercado	...en la que el inconfundible sabor
4	3	PM	Tilt down	Personaje comiendo	Mercado	de sus platos tradicionales la convierten en parada inevitable de viajeros.
<b>PATATE</b>						
5	1	GPG	Zoom out	Montañas	Los Andes	En Tungurahua, Patate es considerado "El valle de la eterna primavera"
5	2	PG	Ninguno	Personaje camina junto a las letras del cantón	Parque central	"El valle de la eterna primavera"
5	3	PM	Paneo izq	Personaje en jardín	Huerto	y no es menos cierto ...por
5	4	PM	Paneo der	Mama Lucha	Arepas	por la variedad de bocadillos y frutas que produce su tierra
5	5	PG	Ninguno	Personaje camina junto a iglesia	Iglesia central	-----
<b>QUERO</b>						
6	1	PG	Ninguno	Personaje camina junto a las letras del cantón	Centro de Quero	Quero conserva tradiciones y costumbres propias de su historia,
6	2	PM	Dron	Se muestra el cantón	Cerro cercano a	...que junto a su relación directa con la agricultura, forman el lugar perfecto

					Quero	para vivir en armonía con la naturaleza
6	3	PM	Dolly out	Personaje camina	Parque	-----
<b>PÍLLARO</b>						
7	1	GPG	Paneo de drone	Personaje admira y camina junto a estatua	Huaynacari Monumento a Rumiñahui	Píllaro, cuna de Rumiñahui, Patrimonio inmaterial del Ecuador
7	3	PD	Dolly out	Personaje elabora guitarras	Taller	Donde resulta muy fácil encontrarse a cada paso con ebanistas de renombre internacional
7	4	PG	Dolly out	Personaje elabora guitarras	Taller	con ebanistas de renombre internacional
<b>PELILEO</b>						
8	1	PM	Ninguno	Personaje camina junto a letras del cantón	La Moya	Denominada "La ciudad azul por la producción de jeans,
8	2	PM	Paneo der	Personaje observa jeans	El tambo	por la producción de jeans,
8	3	PD	Zoom out	Personaje elaborando artesanía	Salasaca	Pelileo es un fiel ejemplo de trabajo y prosperidad
<b>TISALEO</b>						
9	1	PG	Ninguno	El personaje recorre junto a las letras del cantón	Centro de Tisaleo	El joven y floreciente cantón Tisaleo, al igual que todos los cantones de la provincia de Tungurahua es eminentemente agrícola
9	2	PM	Paneo der.	Agricultor	Granja San Martín	todos los cantones de la provincia de Tungurahua son eminentemente agrícolas
9	3	PM	Paneo der.	Personaje con un animal	Granja San Martín	el cuidado y la dedicación de la gente hacia su tierra,
9	4	PG	Dolly out	Personaje va hacia pozo de	Granja San Martín	Es notorio en cada parcela

				deseos		
10	1	GPG	Paneo hacia la derecha	Se mira toda la ciudad de Ambato	Monumento primera Imprenta	Tungurahua combina todo lo necesario para hacer de tu estadía un encuentro memorable, visita Tungurahua. Tungurahua, entrañable y cosmopolita



## ANEXO 3 SCOUTING

### SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Ambato

**Dirección:** Centro de la provincia-  
Ambato-Montalvo y Sucre  
(Tungurahua)

**Contacto:** ninguno  
**Cel:** ninguno

#### Ubicación



#### Lugares a ocupar:

Exteriores de la catedral, interior del  
parque y exterior de la casa de Juan  
Montalvo

#### Referencias:

Todo se encuentra ubicado en el  
centro de Ambato

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Templado- frío

**Sonido ambiente:** autos

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**

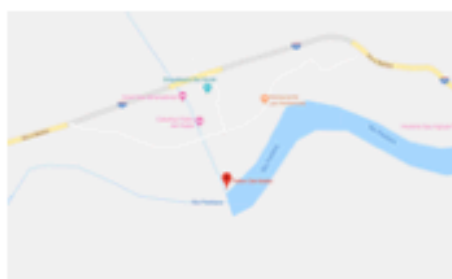


## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Baños de Agua Santa

**Dirección:** Río verde Km 17  
**Contacto:** Andrea Varela (guía  
turístico del lugar)  
**Cel:** 0969084958

**Ubicación**



**Lugares a ocupar:**

Vista superior de la cascada

**Referencias:**

Sector Río verde

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Templado- caliente/húmedo

**Sonido ambiente:** agua

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**



## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Baños de Agua Santa

**Dirección:** Vía a Runtún.  
**Contacto:** ninguno  
**Cel:** ninguno

### Ubicación



**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Templado- caliente/húmedo

**Sonido ambiente:** viento

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**



### Lugares a ocupar:

Vista posterior del columpio donde  
detrás se puede observar al volcán  
Tungurahua

### Referencias:

Sector Runtún

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Nombre de la locación:**

Cantón Cevallos

**Dirección:** Centro de Cevallos

**Contacto:** Propietario del negocio de calzado "Martini"

**Cel:** 032872043

**Ubicación****Lugares a ocupar:**

Centro de producción e imágenes del calzado

**Referencias:**

Centro de Cevallos

**Permiso requerido:** Si

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

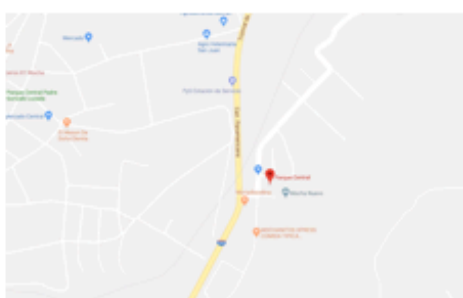
**Fotos anexas:**

## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Mocha

**Dirección:** Centro de Mocha  
**Contacto:** Ninguno  
**Cel:** Ninguno

### Ubicación



**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío  
**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**



### Lugares a ocupar:

Vista frontal del parque con la iglesia central de fondo

### Referencias:

Centro de Mocha

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No



**Nombre de la locación:**  
Cantón Patate

**Dirección:** Calle Ambato  
**Contacto:** Luisa Caicedo  
**Cel:** 099 299 4686

### Ubicación



### Lugares a ocupar:

Interior del local - Horno de leña

### Referencias:

Centro de [Patate](#)

**Permiso requerido:** Si

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Templado

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

### Fotos anexas:



## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**

Cantón Quero

**Dirección:** Centro de Quero

**Contacto:** Ninguno

**Cel:** Ninguno

**Ubicación**



**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** Sí

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**



**Lugares a ocupar:**

Exterior de la iglesia

**Referencias:**

Centro de Quero

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Píllaro

**Dirección:** [Huaynacari Km3](#)  
**Contacto:** Ninguno  
**Cel:** Ninguno

### Ubicación



### Lugares a ocupar:

Vista del monumento a Rumiñahui

### Referencias:

[Via a Huaynacari](#)

**Permiso requerido:** No

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** No

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**







## SCOUTING DE LOCACIONES

**Nombre de la locación:**  
Cantón Pelileo

**Dirección:** Salasaka  
**Contacto:** ninguno  
**Cel:** ninguno

### Ubicación



### Lugares a ocupar:

Tomas de productos artesanales

### Referencias:

Centro de Pelileo

**Permiso requerido:** No  
**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** No

**Estacionamiento:** Sí

### Fotos anexas:



**Nombre de la locación:**  
Cantón Tisaleo

**Dirección:** El porvenir  
**Contacto:** Olga Ortiz  
**Cel:** 0984288143

**Ubicación**



**Lugares a ocupar:**

Interior de la granja

**Referencias:**

Via al porvenir

**Permiso requerido:** Si

**Barrio seguro:** Si

**Asistencia policial:** No

**Asistencia médica:** No

**Problemas con los vecinos:** No

**Clima:** Frío

**Sonido ambiente:** Ninguno

**Baños:** Si

**Estacionamiento:** Sí

**Fotos anexas:**



**ANEXO 4****PLAN DE RODAJE****PLAN DE RODAJE DÍA 1**

Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia
<b>Sábado 19 Octubre</b>	9am	Parque provincial de la Familia	1
	10am	Monumento primera imprenta	1
	10:30am	Comerciantes en sus negocios varios lugares	1
	11am	Parque Juan Montalvo	1
	11:20	Catedral	1
	12pm	Mirador Primera Imprenta	1
<b>FIN DE RODAJE DÍA UNO</b>			

**PLAN DE RODAJE DÍA 2**

<b>PELILEO</b>				
Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia	Observación
<b>Domingo 20 de octubre</b>	8am	Almacén jeans	8	Confirmar Horario
	9am	Feria Salasaca	8	Confirmar horario
<b>BAÑOS</b>				
Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia	Observación
<b>Domingo 20 de Octubre</b>	10am	Iglesia central	2	---
	11am	Pailón del Diablo	2	Sendero para caminar, llevar otra ropa (se puede mojar)
	2pm	Casa del árbol	2	
<b>FIN DE RODAJE DÍA DOS</b>				

### PLAN DE RODAJE DÍA 3

Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia
<b>Sábado 26 de Octubre</b>	8am	Parque central Cevallos	3
	10am	Cevallos	3
	12pm	Martini calzado	3
<b>MOCHA</b>			
<b>Sábado 26 de Octubre</b>	2pm	Parque central	4
	3pm	Mercado	4
<b>FIN DE RODAJE DÍA 3</b>			

### PLAN DE RODAJE DÍA 4

Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia
<b>Domingo 27 de Octubre</b>	8am	Centro de Patate	5
	9am	Mama Lucha arepas	5
	10am	Iglesia Central	5
<b>QUERO</b>			
<b>Sábado 27 de Octubre</b>	2pm	Centro de Quero	6
	3pm	Agricultor	6
<b>FIN DE RODAJE DÍA 4</b>			

### PLAN DE RODAJE DÍA 5

Fecha	Hora	Lugar	#Secuencia
<b>Sábado 9 De Noviembre</b>	9am	Huaynacari Monumento a Rumiñahui	7
	12pm	Taller guitarras	7
<b>TISALEO</b>			

<b>Sábado 9 de Noviembre</b>	2pm	Parque central	9
	3pm	Mercado	9
<b>FIN DE RODAJE DÍA CINCO</b>			

**Nota:** Los lugares fueron grabados en desorden debido a la distancia existente entre los mismos.

## **ANEXO 5**

### **ENTREVISTAS**

#### **Entrevista a Nicolay Pangol Antropólogo, Director del departamento de desarrollo humano y cultural del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua**

¿Cómo considera usted que se puede fomentar el turismo en la provincia de Tungurahua?

Estimular el turismo requiere de un esfuerzo mancomunada entre la empresa privada y el sector público. El sector público debe garantizar la infraestructura que garantice la movilidad y la seguridad turística en sus amplias asepsiones. (viabilidad y accesibilidad, fortalecimiento de festividades locales, organización de actividades deportivas internacionales, infraestructura pública, alimentación, salubridad). La empresa privada requiere innovar sus servicios con la participación e involucramiento de referentes de espectáculo, de arte, de ciencia, de cultura para que los motivos por los que se visita nuestra provincia no respondan a un solo interés. Si no que las opciones sean diversas.

¿Conoce usted algún proyecto que haya aportado al desarrollo turístico de la provincia?

Una buena iniciativa, fue el esfuerzo de Fernando Naranjo Lalama, con el Comité provincial de turismo que intenta realizar una organización colectiva de todos los cantones para definir rutas turísticas en Tungurahua.

## **Entrevista a Marlon Guevara ex alcalde del cantón Baños de Agua Santa**

¿Cómo considera usted que Baños ha logrado posicionarse como uno de los cantones más visitados de Tungurahua y por ende del Ecuador?

Baños de Agua Santa, a través del turismo religioso, el Santuario y la devoción de la gente ecuatoriana ha sido un medio que a aportado al turismo del cantón, además de su ecosistema al encontrarse en el final de la cordillera andina y el inicio de la parte oriental, el clima de Baños es perfecto para prácticas deportivas. En los años setenta empezaron a crearse negocios extranjeros en la ciudad, esta presencia ha provocado que se tenga mayor oferta turística para crear una feliz estadía al visitante, en Baños en tan solo tres cuadras se puede encontrar una gran diversidad gastronómica de todo el mundo, este fenómeno migratorio sin duda alguna ha aportado al turismo baneño. Es importante decir que el sentimiento de afecto que tienen los baneños hacia su tierra y la creatividad, hoy hay mas de 500 servidores turísticos agrupados en varias asociaciones.

¿Cómo podrían los demás cantones de Tungurahua posicionarse turísticamente?

La provincia de Tungurahua tiene grandes riquezas, es necesario que la gente de Tungurahua empiece a apostar y también arriesgar por el turismo, dejando de lado el hecho de que se conoce a Tungurahua como una provincia productiva en la agricultura, existen varias ventajas que tiene Tungurahua que deberían ser aprovechadas, por ejemplo, la condición vial de interconexión entre cantones es envidiable, lo segundo, transformar la cotidianidad para generar una ruta que permita recorrer todos los cantones y en cada uno observar la riqueza cultural, ya sea de arepas, vino, caretas de la Diablada, etc. En la provincia por algo se los han declarado como “pueblos mágicos”, es muy importante mostrarle al Ecuador todo lo que Tungurahua ofrece, difundirlas a través del turismo, unificar los destinos, Tungurahua como un destino único y completo.

## **Entrevista a Gabriel Santana propietario de Santana Studio**

¿Qué aporte puede tener la producción audiovisual en el ámbito turístico?

Es un pilar fundamental dado la hipercomunicación y también porque se puede explicar de mejor manera lo que se quiere vender, antes nos valíamos por fotografías, vallas, etc, y se acostumbraba a creer que tendrían un gran alcance, sin embargo, hoy en día mediante la imagen en movimiento se puede tener un contexto más amplio y por ende real de lo que se está ofreciendo, en este caso los atractivos turísticos.

En España la primera fuente de ingresos es el turismo, ¿cómo lo logró?, con una política enfocada en establecer los destinos turísticos por medio de una campaña de promoción, spots, cuñas comerciales, entre otros.

La Sierra ecuatoriana y el Oriente que es donde nos desenvolvemos nosotros, se trata de difundir a través del audiovisual.

¿Qué estrategias dentro del ámbito audiovisual pueden ser utilizadas para la difusión turística

Una campaña de turismo puede estar ligada solamente a un producto, en este caso, un video, pero también a una serie de productos audiovisuales, la estrategia sería mantener una difusión constante ligada a la par de otros medios, donde se genere expectativa en el turista para que visite la provincia de Tungurahua.

## **Entrevista a Luis Ushiña, Chef profesional y propietario de la escuela gastronómica Cuissine**

¿Qué sitios turísticos de Tungurahua considera usted más representativos en la gastronomía ecuatoriana?

Dentro de la gastronomía ecuatoriana existen muchos lugares emblemáticos, Tungurahua no es la excepción, por su ubicación estratégica cuenta con una variedad de platillos, los lugares más representativos serían: Baños, Pelileo, Píllaro, Atocha, y cada uno de los cantones tungurahueses, en especial los



mercados ya que en esos lugares se puede probar de primera mano los productos elaborados por personas expertas y que además habitan en la zona.

¿Cuáles son los platos emblemáticos de Tungurahua?

Existen una variedad de platos emblemáticos de la provincia, entre ellos destacan: Llapingacho, gallinas de Pinllo, pato al lodo, colada morada, pan ambateño, tortillas, caldo de 31, empanadas de morocho, papas con cuy.

## **ANEXO 6**

### **FOCUS GROUP**

Para evaluar de mejor manera el proyecto de tesis se realizó un focus group, donde se convocó a alrededor de 25 personas, de los cuales asistieron alrededor de 24, entre hombres y mujeres, mayores de 18 años, con la posibilidad de viajar, residentes y no residentes de la provincia de Tungurahua.

Para llevar a cabo el focus group se utilizaron las instalaciones de la Unidad Educativa “Sagrada Familia”, ubicada en Ambato, Tungurahua.

A continuación, se señalan el procedimiento realizado:

### **PRESENTACIÓN:**

-Se explicó a breves rasgos de que se trata el proyecto, sin dar mayor detalle en cuanto a contenido, para no influir en las posibles respuestas de los participantes.

-Seguido a esto los participantes se presentaron diciendo su nombre, edad, y profesión.



### **PREGUNTAS:**

Se realizaron algunas preguntas de manera general relacionadas con el producto antes de su proyección.

Se detalla a continuación a manera de resumen algunas de las preguntas y respuestas de los participantes:

¿Qué es el turismo para usted?

Es viajar, conocer lugares nuevos, experimentar, recorrer algún lugar y conocer su historia, gastronomía, etc.

¿Qué elementos considera que son importantes en una pieza audiovisual?

La historia o la narración, los escenarios.

¿Ha visitado los cantones de la provincia de Tungurahua?

Si, sin embargo, no se ha visitado todos los cantones ya que se desconoce información acerca de algunos.

## PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO A LOS PARTICIPANTES

Posterior a la presentación y a las preguntas generales se procedió a proyectar el producto.



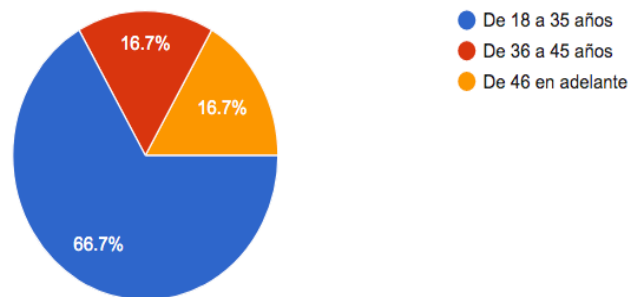
## ENCUESTA



A su vez, a los asistentes, se les realizó una encuesta, donde se muestra a continuación los datos obtenidos mediante la tabulación de los mismos:

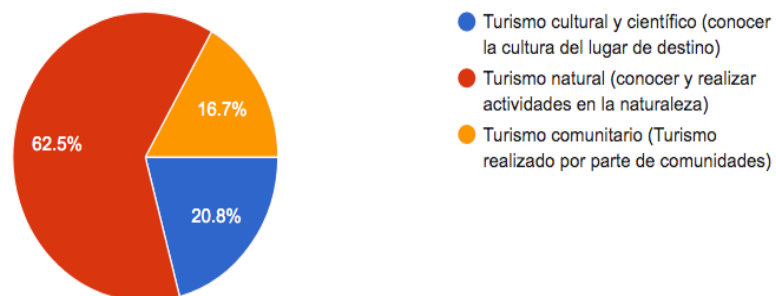
### 1. ¿Cuál es su rango de edad?

24 respuestas



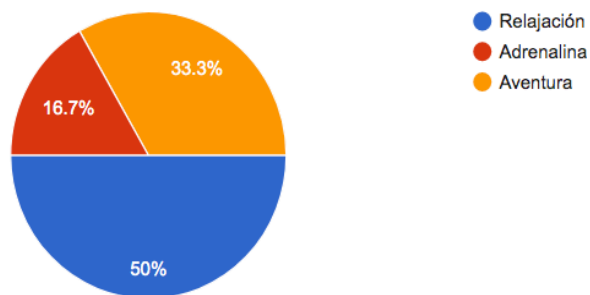
### 2. ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia?

24 respuestas



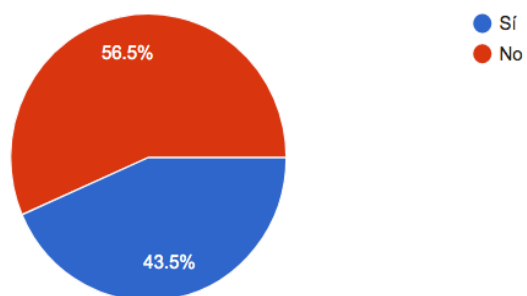
### 3. Al momento de visitar un destino, ¿qué espera obtener?

24 respuestas



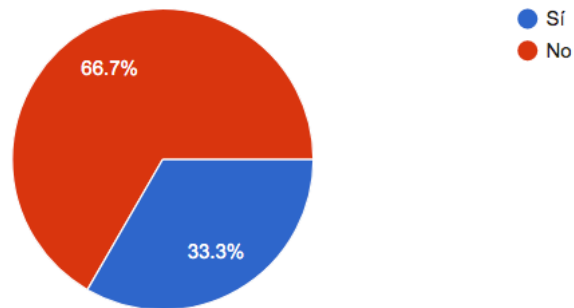
### 4. ¿Conoce los nueve cantones de la provincia de Tungurahua?

23 respuestas



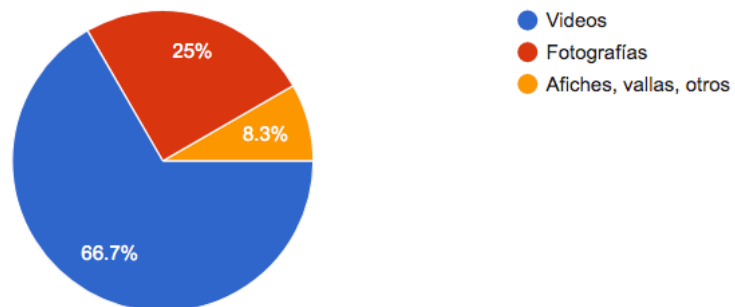
5. ¿Ha visto publicidad de la provincia de Tungurahua en Tv, Redes sociales u otros?

24 respuestas



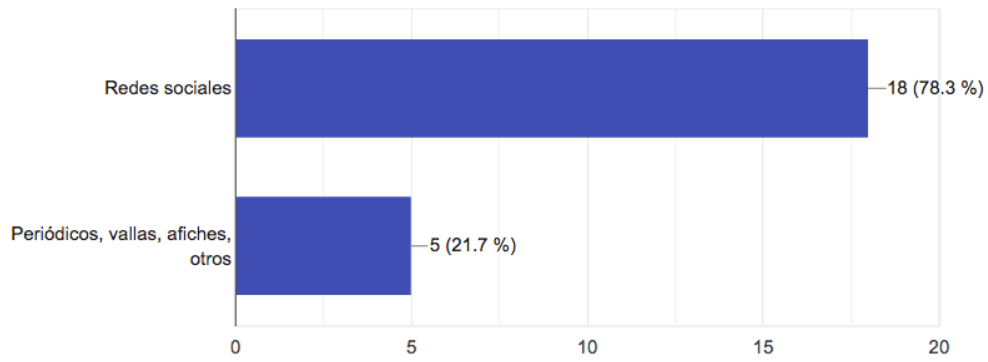
6. ¿Qué tipo de publicidad le llama más la atención a ud?

24 respuestas



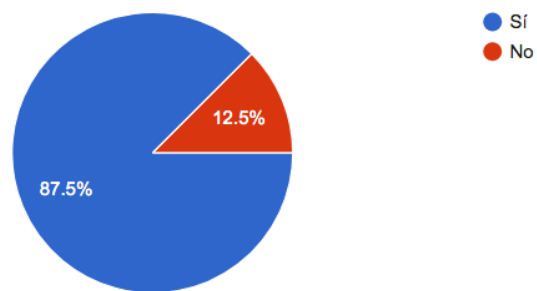
### 7. ¿En qué medios ve ud. más publicidad?

23 respuestas



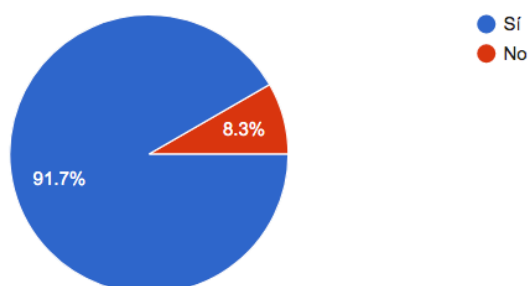
### 8. ¿Considera ud. importante la difusión turística de Tungurahua?

24 respuestas



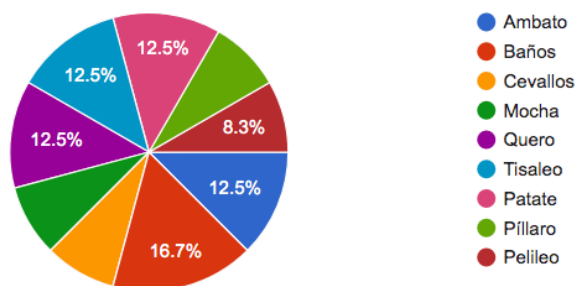
9. ¿Considera ud que la pieza audiovisual mostrada informa/incentiva a visitar la provincia de Tungurahua?

24 respuestas



10. ¿Qué cantón de Tungurahua le gustaría visitar?

24 respuestas



## ANEXO 7

### LINK A LA PIEZA AUDIOVISUAL

<https://drive.google.com/drive/folders/16gSqqqWrpV7gCJ780ySHYXccy1tB4CdB?usp=sharing>



