

Diseño de un producto turístico cultural en la valorización del tejido tradicional de paja toquilla en la comuna Pile, Montecristi

Design of a cultural tourism product in the valorization of the traditional weaving of toquilla straw in the commune of Pile, Montecristi

 **Choez-Loor, Evelyn Dayanna**¹

 **Mera-Cárdenas, Flor María**^{1*}

¹Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta, Ecuador

Recibido: 27 Oct. 2024 | **Aceptado:** 18 Ene. 2025 | **Publicado:** 20 Ene. 2025

Autor de correspondencia*: fmera@espam.edu.ec

Cómo citar este artículo: Choez-Loor, E. L. & Mera-Cárdenas, F. M. (2025). Diseño de un producto turístico cultural en la valorización del tejido tradicional de paja toquilla en la comuna Pile, Montecristi. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 4(1), e894. <https://doi.org/10.51252/race.v4i1.894>

RESUMEN

La investigación abordó la valorización del tejido tradicional de paja toquilla en Pile, Montecristi, como recurso clave para el desarrollo de productos turísticos culturales. El objetivo fue analizar los elementos socioculturales asociados a esta práctica y evaluar su potencial turístico. Se utilizó una metodología cualitativa y participativa mediante entrevistas a artesanos, observación directa y el análisis de una matriz de potencialidades. Los resultados evidenciaron que el tejido de paja toquilla no solo representa un patrimonio cultural inmaterial, sino también una oportunidad para diversificar la oferta turística mediante la creación de una ruta temática denominada "Ruta de los sombreros". Esta propuesta integra actividades como talleres interactivos, demostraciones del proceso artesanal y recorridos por los toquillales. La iniciativa promueve la sostenibilidad cultural y la participación comunitaria, fortaleciendo la economía local y preservando la tradición. La investigación concluyó que la integración de estrategias de marketing y capacitación puede potenciar la competitividad de este producto turístico, convirtiéndolo en un modelo replicable para otras comunidades.

Palabras clave: artesanía; patrimonio cultural; sostenibilidad; turismo comunitario; turismo cultural

ABSTRACT

The research addressed the valorization of traditional toquilla straw weaving in Pile, Montecristi, as a key resource for the development of cultural tourism products. The objective was to analyze the sociocultural elements associated with this practice and evaluate its tourism potential. A qualitative and participatory methodology was used through interviews with artisans, direct observation and the analysis of a potentiality's matrix. The results showed that toquilla straw weaving not only represents an intangible cultural heritage, but also an opportunity to diversify the tourism offer through the creation of a thematic route called "Route of the hats". This proposal integrates activities such as interactive workshops, demonstrations of the handicraft process and tours of the toquillales. This initiative promotes cultural sustainability and community participation, strengthening the local economy and preserving tradition. The research concluded that the integration of marketing and training strategies can enhance the competitiveness of this tourism product, making it a replicable model for other communities.

Keywords: crafts; cultural heritage; sustainability; community-based tourism; cultural tourism

1. INTRODUCCIÓN

El turismo cultural juega un papel fundamental en la promoción y preservación de la riqueza histórica y cultural de un destino. Los productos turísticos son elementos esenciales para atraer, satisfacer y fidelizar a los turistas, al incorporar atributos únicos que contribuyan a su destacado posicionamiento en el mercado (Arias et al., 2023). Estos productos culturales abarcan mucho más que destinos o atracciones concretas, ya que incluyen una amplia gama de servicios y vivencias concebidos para satisfacer las necesidades y preferencias de los turistas.

Los productos turísticos culturales generan experiencias auténticas que fortalecen la identidad del destino y promueven la preservación del patrimonio cultural inmaterial (Mera et al., 2024). En la provincia de Manabí, Ecuador, los emprendedores enfrentan limitaciones significativas en cuanto a capacitación y el apoyo gubernamental, lo que obstaculiza el desarrollo eficiente de sus productos. Según Díaz et al. (2023), el 68,2% de los artesanos opina que la falta de infraestructura en el sector afecta significativamente la producción, comercialización y visibilidad de los resultados de su labor.

Por esta razón el estancamiento en la innovación y diversificación de productos constituye un obstáculo que limita el potencial de crecimiento económico; asimismo los negocios no logran adaptarse a las cambiantes demandas y preferencias de los consumidores, lo que les hace correr el riesgo de volverse obsoletos (Zambrano et al., 2022). Sin embargo, el Ministerio de Turismo [MINTUR] (2023) reporta un incremento en la llegada de turistas, los beneficios en términos de empleo y crecimiento económico, aunque no se refleja plenamente en la comunidad. En Montecristi, la promoción limitada de la paja toquilla reduce su reconocimiento, a pesar de ser un recurso cultural de gran valor (Falcones et al., 2023).

Por otra parte, la baja inversión en tecnología y capacitación limita la competitividad del mercado de productos culturales en la zona (Díaz et al. 2022). Esto afecta directamente a la preservación de técnicas tradicionales, como el tejido de sombreros de paja toquilla, que enfrenta amenazas como la migración de artesanos y la competencia con productos industrializados (Vélez & Erazo, 2022). El envejecimiento de los artesanos y la falta de transmisión intergeneracional de conocimientos agravan esta situación.

La tradición del tejido de paja toquilla en Pile ejemplifica cómo el patrimonio cultural puede estar en riesgo debido a la transformación digital y la aculturación (Padilla & Herrera, 2023). En respuesta, el desarrollo de productos turísticos culturales se orienta hacia la sostenibilidad, combinando aspectos sociales, ambientales y económicos. La innovación en este sector busca generar experiencias que protejan y valoricen el patrimonio cultural, al mismo tiempo que aportan beneficios socioeconómicos (Mera et al., 2024).

El propósito de esta investigación es analizar la cultura del tejido de paja toquilla en Pile, Montecristi, identificando sus elementos clave y evaluando su potencial como atractivo turístico. Se pretende fomentar la participación comunitaria para desarrollar un producto turístico que valore y preserve esta tradición, y promueva estrategias sostenibles que aseguren su continuidad y aporten beneficios a la comunidad local.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio se llevó a cabo en la comuna de Pile, perteneciente al cantón Montecristi, en la provincia de Manabí, Ecuador, con una duración de 10 semanas, entre agosto y octubre del 2024. La investigación fue de tipo cualitativo y de campo, con un enfoque aplicado y participativo, orientado al desarrollo de un producto turístico cultural centrado en el tejido tradicional de paja toquilla.

En la primera fase, se realizó un análisis de los elementos que conforman la cultura del tejido tradicional. Se identificaron los insumos y herramientas clave, así como los elementos socioculturales asociados. Se emplearon métodos analíticos y sintéticos para descomponer y comprender las particularidades de esta tradición. Las técnicas utilizadas incluyeron la revisión bibliográfica y entrevistas a 10 artesanos y expertos

locales, garantizando el cumplimiento de principios éticos de manera responsable, como el consentimiento informado, la confidencialidad de la información y el respeto por la identidad cultural de la comunidad. Se optó por realizar entrevistas en lugar de encuestas debido a la naturaleza cualitativa de la investigación y a la profundidad de los datos necesarios para comprender los elementos culturales y técnicos del tejido de paja toquilla.

La segunda fase se centró en el desarrollo del producto turístico cultural integral. En esta etapa, se analizó la potencialidad turística de los productos culturales, incluyendo la infraestructura, accesibilidad y servicios disponibles. Además, se diseñó la integración de los elementos del sistema turístico y el público objetivo, la cual se utilizó la técnica de observación que proporcionó una base sólida para evaluar las oportunidades y desafíos en la implementación del producto. La herramienta utilizada para este análisis fue una matriz de potencialidades de Villegas & Sánchez (2000), la cual permitió sistematizar la evaluación de los recursos disponibles.

La fase final consistió en el planteamiento de estrategias de promoción y marketing para el producto turístico incluyendo la marca del mismo como un paso clave. Los métodos analíticos y sintéticos continuaron siendo la base del enfoque metodológico con técnicas de brainstorming para la generación de ideas y propuesta de marketing. Para esta actividad, se recopilaron y consideraron las posibles estrategias en función del marketing más efectivo, tomando en cuenta las características del producto a desarrollar.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de los elementos que componen la cultura del tejido tradicional

3.1.1. Identificación de insumos y herramientas claves para el tejido tradicional

El tejido tradicional es una técnica artesanal que refleja conocimientos ancestrales y la creatividad en la elaboración de piezas únicas. El insumo principal utilizado es la paja toquilla, una fibra vegetal que se obtiene de la palma "*Carludovica palmata*", nativa de las regiones costeras de Ecuador, especialmente en la provincia de Manabí. De acuerdo con Ramos et al. (2020) el resultado del insumo principal del tejido tradicional influye directamente en la calidad del producto final.

Se destacan varias herramientas tradicionales empleadas por los artesanos, como el matiancho o una taza con agua, un molde de madera inclinada que ayuda en el tejido, las ormas, una tabla y un calzador. El uso de elementos simples pero eficaces, como una sábana o almohada para proteger el pecho durante el trabajo, refleja la necesidad de comodidad en un proceso manual tan detallado (tabla 1).

Tabla 1. Entrevista a los artesanos y expertos locales

Preguntas	Entrevistados									
	Sr. Wilson Alarcón	Sra. Paulina Ordoñez	Sra. Graciela López	Sr. Fidel Espinal	Sra. Yolanda Alarcón	Sr. Domingo Carranza	Sr. Carlos Carranza	Sra. Rosa Espinal	Sr. Simón Espinal	Sra. Luisa Bailón
¿Cómo surgió la tradición del tejido de paja toquilla?	Antepasados	Tradición ancestral	Raíces familiares	Patrimonio cultural	Herencia	Herencia ancestral	Tradición	Patrimonio	Antepasados	Antepasados
¿Qué técnicas se utilizan en el tejido?	Circular	Tejido en espiral	Tejido en espiral	Tejido en espiral	Circular y remate	Tejido en espiral	Tejido Circular	Tejido Circular	Tejido en espiral	Tejido en espiral
¿Qué materiales se necesitan para hacer productos de paja toquilla?	Materia prima	Paja toquilla	Paja toquilla y Agua	Paja toquilla y tintes naturales	Paja toquilla y tintes	Paja toquilla	Paja toquilla	Paja toquilla	Paja toquilla y agua	Paja toquilla

¿Qué herramientas se usan para el tejido?	Matiancho	Cuchillos	Moldes de madera	Peines de metal	Moldes	Calzador	Moldes de madera	Cuchillos	Ormas	Peines de metal
¿Cómo es el proceso de elaboración?	Recolección, secado, rajar y armar	Corte, tejido y moldeado	Selección, secado y moldeado	Corte, tejido y acabado	Selección, secado y tejido	Corte, tejido y moldeado	Recolección, secado y acabado	Corte, secado y moldeado	Recolección, secado, tejido y acabado	Corte, tejido y moldeado

La tabla 1 evidencia cómo el legado ancestral del tejido de paja toquilla forma parte del patrimonio cultural, con técnicas como el tejido en espiral y circular. La combinación de la paja toquilla como insumo principal y las herramientas tradicionales permite preservar esta práctica artesanal, cuyo proceso, que incluye la recolección, secado y moldeado, refleja su importancia cultural y turística.

3.1.2. Identificación de los elementos socio-culturales

En este componente se identificarán los elementos socio-culturales, los cual se presenta a continuación:

Tabla 2. Elementos socio-culturales

Aspecto	Descripción
Orígenes históricos	El tejido de paja toquilla es una tradición ancestral preservada por generaciones en Pile, Montecristi. Su transmisión familiar ha consolidado este oficio como emblema cultural de Ecuador, destacando mundialmente por la calidad y finura de sus sombreros.
Organización social y roles comunitarios	La práctica del tejido involucra a toda la comunidad, con roles definidos: los hombres recolectan y tratan la paja, mientras que las mujeres tejen. Aunque los jóvenes participan, la migración hacia ciudades pone en riesgo la continuidad de esta tradición.
Vínculo con la naturaleza y sostenibilidad	La producción depende de la palma <i>Carludovica palmata</i> y de ciclos naturales, como el clima y la calidad del agua. Este respeto por el entorno natural asegura la sostenibilidad del tejido y refuerza su relación con el medio ambiente.
Prácticas y técnicas tradicionales	Las técnicas especializadas, como el tejido circular, requieren meses de trabajo para crear sombreros de alta calidad. La adaptación a demandas modernas, como el uso de colores, refleja la capacidad de innovación sin perder la esencia cultural.
Impacto económico y reconocimiento internacional	El tejido es la principal fuente de ingresos en Pile. El reconocimiento como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad ha posicionado estos sombreros en mercados internacionales, impulsando el turismo cultural y la economía local.
Desafíos contemporáneos	La migración juvenil, los cambios climáticos y la falta de acceso a mercados limitan el desarrollo de la práctica. Estrategias como cooperativas y apoyo gubernamental son necesarias para garantizar su sostenibilidad futura.

La identificación de los elementos socioculturales del tejido de paja toquilla en la comunidad destaca su relevancia no solo como una práctica artesanal, sino también como un emblema de identidad cultural y un motor económico para la comunidad. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Torres et al. (2024), quienes subrayan que esta práctica ha evolucionado mediante la transmisión generacional de técnicas, la creatividad en los diseños y la organización de eventos culturales que fortalecen su valor turístico.

3.2. Desarrollo de un producto turístico cultural integral

3.2.1. Análisis de la potencialidad turística de los productos culturales

Para el análisis de la potencialidad turística de los productos culturales de Pile, se utilizó una escala de valorización del 1 al 3 para jerarquizar los recursos de interés turístico en cuatro dimensiones: cultural (C), ambiental (A), paisajística (P), y deportiva (D). Además, se consideraron aspectos funcionales clave, como

la dinámica (d), utilización (u), accesibilidad (a) y equipamiento (e), evaluados en una escala del 1 al 4. Esta herramienta permite identificar los recursos con mayor potencial para el desarrollo turístico de la comunidad (tabla 3).

Tabla 3. Matriz de potencialidades

Atractivo y/o recursos	Valor	Potencialidad
Artesanías de paja toquilla	20	Mayor potencialidad
Casa de Formación Artesanal Pile	19	
Toquillales	18	
Fiestas patronales	18	Potencialidad emergente
Redondel de Pile	16	

La tabla 3 resalta que las artesanías de paja toquilla y la casa de formación artesanal poseen la mayor potencialidad turística debido a su valor cultural y atractivo para los visitantes interesados en experiencias auténticas. Los toquillales y las fiestas patronales son recursos con potencialidad emergente, que podrían fortalecerse mediante estrategias de promoción y mejor infraestructura turística. El redondel de Pile, aunque presenta un valor menor en la matriz, destaca por su importancia simbólica como punto de referencia. Su potencial turístico podría incrementarse mediante estrategias que realcen su atractivo y lo integren de manera más activa en el desarrollo de la comunidad.

De acuerdo a la investigación de Pita Lino et al. (2021) estos productos no solo destacan por la diversidad de recursos que abarcan, como manifestaciones culturales, gastronomía y festividades, sino también por su capacidad de atraer diferentes segmentos del mercado turístico interesados en experiencias auténticas. En el caso de Pile, la identificación de recursos clave, como los toquilles, talleres artesanales y la tradición del tejido, permitió valorar su atractivo turístico.

3.2.2. Análisis de la infraestructura, accesibilidad y servicios disponibles en el área de estudio

La comunidad de Pile cuenta con una población de aproximadamente mil cien habitantes, distribuidos en más de 80 viviendas. A pesar de la disponibilidad de servicios básicos como electricidad y agua entubada proveniente de los cerros cercanos, las condiciones sanitarias presentan limitaciones: la mayoría de las viviendas utilizan pozos sépticos en lugar de una conexión a la red pública de alcantarillado. Esto limita el acceso a un sistema eficiente de saneamiento, afectando potencialmente el desarrollo turístico en el área. Además, la comunidad carece de cobertura telefónica fija o móvil, lo cual restringe la conectividad tanto para los habitantes como para los turistas (Villamar et al., 2021).

La economía de la comunidad es desafiante. La mayoría de los habitantes perciben ingresos menores a los 200 dólares mensuales, y algunos reciben apoyo social a través del bono de desarrollo humano, lo cual ayuda a compensar las dificultades económicas, aunque sigue siendo insuficiente para elevar significativamente la calidad de vida. Las actividades económicas en Pile son limitadas, con la agricultura y la producción de sombreros de paja toquilla como ocupaciones principales.

La elaboración de estos sombreros, una actividad que emplea al 20% de la población, se ha transmitido de generación en generación y se ha integrado en la vida cotidiana de la comunidad. Sin embargo, debido a los bajos ingresos, algunos habitantes han optado por emplearse en otros sectores como la construcción y la pesca (Villamar et al., 2021).

3.2.3. Integración de los elementos del sistema turístico para el producto a desarrollar

El sistema turístico en Pile se estructura a partir de recursos culturales, como las artesanías de paja toquilla, el Redondel de Pile como punto de referencia, y la participación comunitaria que impulsa un turismo sostenible.

La propuesta del producto turístico, denominada “Ruta de los sombreros”, integra estos elementos en un recorrido único que permite a los visitantes conocer de cerca la técnica ancestral y el proceso artesanal detrás de la elaboración de los sombreros. Este producto turístico no solo destaca la riqueza cultural de la comunidad, sino que también fomenta la economía local y contribuye a la preservación de esta tradición. Además, se basa en los recursos identificados previamente (tabla 3), lo que asegura la coherencia entre los elementos turísticos seleccionados y el diseño del producto (tabla 4).

Tabla 4. Propuesta del producto turístico

Ruta de los sombreros de Paja Toquilla en Pile	
Recepción en el centro cultural de Pile	Ubicación: Redondel de Pile Actividad: Bienvenida a cargo de un guía local, introducción a la historia de Pile y los sombreros de paja toquilla. Elementos: Folletos informativos, infografías sobre el proceso de tejido, introducción al tour.
Demostración del proceso de tejido	Lugar: Talleres artesanales de la comunidad Actividad: Artesanos muestran el proceso de tejido, desde la recolección y secado de la paja hasta el tejido final. Experiencia interactiva: Los visitantes pueden probar técnicas básicas, supervisados por artesanos. Objetivo: Valorizar el trabajo artesanal y mostrar el esfuerzo detrás de cada sombrero.
Taller vivencial de personalización de sombreros	Actividad: Personalización de sombreros con colores y estilos guiados por artesanos locales. Opcional: Compra del sombrero personalizado como recuerdo. Beneficio: Fomentar la venta directa, apoyando económicamente a los artesanos.
Ruta por los toquillales	Lugar: Plantaciones de paja toquilla cercanas a Pile Actividad: Recorrido guiado por los campos, explicando el cultivo y cosecha sostenible de la paja toquilla. Objetivo: Conectar a los visitantes con el entorno natural y su relevancia para la creación de sombreros.
Degustación Gastronómica local	Lugar: Patio comunal o área gastronómica Actividad: Degustación de platos típicos de Manabí, como ceviche manabita y empanadas de verde. Objetivo: Completar la experiencia con gastronomía local, fomentando ingresos adicionales.
Tienda comunitaria de productos artesanales	Lugar: Al final del recorrido, en el centro cultural o área designada Actividad: Venta directa de sombreros y productos artesanales Objetivo: Incentivar la compra directa, beneficiando a los artesanos locales
Duración del tour	Aproximadamente 4 horas

La integración de los elementos del sistema turístico resulta fundamental para garantizar el éxito y sostenibilidad de la “Ruta de los sombreros” en la comunidad de Pile. Según Cuétara et al. (2022) un sistema turístico eficiente combina recursos, servicios e infraestructura para satisfacer las necesidades de los visitantes, así como las expectativas de la comunidad local. En el caso del tejido de paja toquilla, el diagnóstico inicial permitió identificar recursos culturales y naturales, como los toquillales y los talleres artesanales, que destacan por su autenticidad y atractivo. El diseño del producto se centró en combinar estos elementos mediante actividades interactivas.

3.2.4. Determinación del público objetivo para el producto turístico cultural

Para determinar el público objetivo se tomó como base las investigaciones de Torres et al. (2024) y Andrade et al. (2024), el perfil del público objetivo para el producto turístico de la “Ruta de los sombreros” se define de la siguiente manera:

Tabla 5. Perfil del público objetivo

Aspectos	Torres et al. (2024)	Andrade et al. (2024)
Edad	Mayor interés en jóvenes de 18- 30 años y adultos mayores de más de 60 años.	Mayor interés en personas de 46 años.
Procedencia	Predominan turistas nacionales especialmente de Quito.	Procedencia no especificada.
Intereses culturales	Deseos de conocer la tradición artesanal y adquirir sombreros exclusivos.	Interés en aprender sobre la historia, cultura y tradiciones locales.
Actividades deseadas	Talleres de tejido y experiencias personalizadas para conectarse con la cultura local.	Interés adicional en la observación de aves y vida silvestre.
Valoración del destino	Autenticidad y conexión con la cultura local como motivación clave.	Autenticidad y conexión con la cultura local.

Los perfiles del público objetivo identificados destacan un interés compartido por la autenticidad, la cultura local y la tradición del tejido de paja toquilla. Torres et al. (2024) resaltan a los jóvenes y adultos mayores como principales visitantes, motivados por experiencias personalizadas, mientras que Andrade et al. (2024) enfocan su análisis en un público mayor de 46 años con interés en la historia y naturaleza. Ambos coinciden en la relevancia de ofrecer una conexión cultural profunda.

3.3. Planteamiento de estrategias de promoción y marketing para el producto turístico.

3.3.1. Diseño de la marca del producto turístico integral

El diseño de la marca para el producto turístico integral es una estrategia esencial para posicionar y diferenciar el producto en el mercado. La creación de la marca busca transmitir la identidad y los valores culturales del tejido de paja toquilla en Pile, destacando su autenticidad, tradición y exclusividad. Además, pretende fortalecer la conexión emocional con el público objetivo, quienes valoran experiencias únicas y auténticas (Figura 1).

**Figura 1.** Marca del producto turístico integral

La marca no solo actúa como un identificador visual, sino como una herramienta para construir y promover la narrativa cultural del destino. De acuerdo a la investigación de Carrasco et al. (2022), el capital de marca de un destino turístico se construye mediante la experiencia vivida por los turistas. De esta manera, una marca bien diseñada no solo refleja la tradición y la identidad del producto, sino que fomenta una conexión emocional profunda con los visitantes, quienes al compartir sus vivencias en redes sociales se convierten

en embajadores del destino. Esto contribuye a consolidar la presencia de la marca en el mercado y atraer a turistas en busca de experiencias auténticas.

3.3.2. Estrategias de promoción y marketing del producto turístico cultural

Las estrategias de promoción y marketing para un producto turístico cultural, como el tejido de paja toquilla en la comunidad de Pile, pueden fortalecer a través de diversas tácticas de marketing, combinando enfoques digitales, experienciales y de contenido.

El marketing de contenido Castilla et al. (2023), resulta ser fundamental para crear una conexión sólida con los clientes, especialmente en un entorno digital. La creación de contenido relevante y atractivo permite no solo posicionar la marca, sino también fidelizar a los turistas mediante la entrega de valor constante a través de plataformas digitales. Esta estrategia es especialmente útil para productos culturales que requieren una comunicación constante de su identidad y tradiciones.

Por otro lado, el marketing digital es clave para adaptarse a la nueva realidad postpandemia. Cortez et al. (2022) destacan que los medios digitales permiten a las empresas turísticas llegar a un público amplio con presupuestos limitados, aprovechando plataformas como redes sociales y YouTube para mostrar experiencias detalladas y conectar de forma efectiva con los consumidores. Dado que los turistas buscan cada vez más información en plataformas digitales, esta estrategia es esencial para alcanzar una audiencia más amplia.

Además, el marketing experiencial, propuesto por Cardoso et al. (2021), es una herramienta poderosa para generar emociones y experiencias memorables, elementos fundamentales para un producto turístico cultural. La integración de estrategias permite que los turistas no solo conozcan una tradición, sino que vivan una experiencia sensorial e interactiva, creando vínculos emocionales con la cultura local y fomentando una mayor conexión con el producto.

En conjunto, estas estrategias son complementarias y efectivas para promocionar el producto turístico cultural en Pile, ya que permiten destacar tanto la autenticidad del producto como la conexión emocional que los turistas buscan en sus experiencias. La combinación de marketing de contenidos, digital y experiencial ofrece un enfoque integral para posicionar y diferenciar el producto en el mercado competitivo actual, mientras se maximizan las oportunidades de interacción y fidelización del público objetivo.

CONCLUSIONES

La presente investigación demuestra que el tejido tradicional de paja toquilla en Pile, Montecristi, constituye un recurso cultural valioso con un potencial significativo para el desarrollo de productos turísticos sostenibles. La identificación de elementos socioculturales ha permitido diseñar una ruta turística integral que conecta a los visitantes con la tradición artesanal, promoviendo la participación comunitaria y la valorización del patrimonio cultural inmaterial.

Los resultados subrayan la necesidad de implementar estrategias de marketing efectivas y programas de capacitación para fortalecer la competitividad del sector turístico artesanal frente a desafíos contemporáneos como la migración juvenil y la falta de acceso a mercados internacionales. Se recomienda profundizar en investigaciones orientadas a evaluar el impacto económico y social del turismo cultural en la comunidad, y explorar innovaciones tecnológicas que potencien la preservación y difusión de esta tradición. Los hallazgos benefician no solo a la comunidad local, al impulsar su economía y preservar su identidad, sino también a la promoción del turismo cultural sostenible en Ecuador.

FINANCIAMIENTO

Los autores declaran que no recibieron patrocinio para llevar a cabo este estudio-artículo.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología, Visualización, Redacción - borrador original, Redacción - revisión y edición: Choez-Loor, E. L. y Mera-Cárdenas, F. M.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, M., Mera, S. L., & Mera, F. M. (2024). Desarrollo de una marca turística para la promoción y fortalecimiento de la identidad cultural de Pile como destino turístico en Manabí. *Turismo y Patrimonio*, 23,43-59. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2024.n23.03>
- Arias, F. J., Batista, A., Palmero, R., & Hernández, K. (2023). Diseño de producto turístico cultural como estrategia de diversificación de la oferta turística en Cienfuegos Cubas: la ruta de las artes. *Saber, Ciencia y libertad*, 18(1), 245-262. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2023v18n1.10017>
- Calero, J., & Carretero, P. (2021). Influencia del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo del turismo comunitario de Pistishí (Alausí, Chimborazo, Ecuador). *ReHuSo*, 6(1), 1-22. <https://doi.org/10.5281/zenodo.551566>
- Cardoso-Cabrera, D., Vásquez-Eraza, E., & Ramón-Poma, G. (2021). Marketing experiencial aplicado al turismo rural del cantón Morona como componente de la Economía Naranja. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 381-410. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.434>
- Carrasco-García, P., Frías Jamilena, D., & Polo Peña, A. (2022). La formación del capital de marca de un destino turístico a partir de la experiencia turística generada en medios sociales. *Investigaciones Turísticas*, 0(23), 24-47. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.2>
- Castilla, R., Carhuayo, C., & Mccolm, F. (2023). Estrategias de marketing de contenidos y su efecto en la percepción de marca de emprendimientos digitales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 1906-1924. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5446
- Cuéstara Sánchez, L. M., Sablón Cossio, N., Márquez Ortiz, L. E., & Cartay Angulo, R. C. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(2), 287-299. <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i2.37939>
- Díaz Macías, T. M., García Ruíz, J. G., & García Pedraza, L. (2023). Producción del sombrero de paja toquilla en el contexto del desarrollo local comunitario. *Revista de ciencia sociales*, 29, 408-420. <https://doi.org/10.31876/rsc.v29i.40962>
- Díaz, T. M., García, J. G., & García, L. (2022). El sector artesanal en la dinámica de los procesos económicos, culturales y comunitarios en Ecuador. *Espergesia*, 9(2), 16-28. <https://doi.org/10.18050/rev.espergesia.v9i2.2325>
- Falcones, V., Cevallos, V., Plazo, P., Velásquez, M., Rosado, F., Álava, Okafor, C., Olives, S., & Macías, Z. (2023). La importancia del flujo de turistas y sus efectos en el desarrollo sostenible. *Revista de Gestao e secretariado*, 14(10), 17071-17089. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i10.2917>
- Gobierno autónomo descentralizado de Montecristi. (2023). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial. <https://pagina.historica.montecristi.gob.ec/index.php/lotaip/>
- Mera Cárdenas, F. M., Mendoza Mendoza, B. E., Bravo Macías, C. C. & Mejía Ramos, C. M. (2024). Propuesta

- para diseño de un producto turístico cultural. Caso: Comuna Pile, Montecristi. *Maestro y Sociedad*, (Número Especial Vinculación Sociedad Y Educación), 102-111. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>
- Mera, F., Mendoza, B., Huerta, J., & Bravo, C. (2024). Storytelling como factor clave en el diseño de un producto turístico cultural: Caso comuna Pile, Montecristi. *539 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 121-134. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2125>
- Ministerio de turismo. (2023). Ministerio de Gobierno; Instituto nacional de estadística y censos (INEC). <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Padilla, J., & Herrera, R. (2023). Patrimonio cultural inmaterial y desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *ReHuSo*, 8(2), 1-16. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i2.5746>
- Paredes, M, J. (2022). Tejiendo desarrollo sostenible en Pile, Manabí. *Antropología Cuadernos de Investigación*. 134-138. <https://doi.org/10.26807/ant.vi26.294>
- Pita Lino, A., Santos Moreira, V., Pibaque Pionce, M., & Toala Baque, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica. *Revista Alfa*, 5(15), 615-634. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>
- Ramos-Tello, Álvaro L., González-Rodríguez, R. O., Espinoza-Tigre, R. M., & Torres-Palacios, M. M. (2020). Competitividad de los productores del sombrero de paja toquilla del cantón Sigsig provincia del Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 459-487. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i3.907>
- Torres Andagoya, R. G., Intriago Vélez, A. J., & Mera Cárdenas, F. M. (2024). Puesta en valor del patrimonio cultural del tejido tradicional del sombrero de paja toquilla en la comunidad Pile, Montecristi, Manabí. *Kalpana- Revista De Investigación*, 26, 43-61.
- UNESCO. (2021). *Patrimonio cultural*. <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- UNESCO. (2022). *El equipo de la UNESCO en Pile actualiza el censo de tejedores de sombrero de paja toquilla*. Unesco. Org. <https://n9.cl/n32sg>
- Vélez Faicán, H. E., & Erazo Álvarez, J. C. (2022). Impacto del Covid-19 en las ventas de sombreros de paja toquilla, Sigsig – Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria koinanía*, 7(1), 728-733. <https://doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1885>
- Villamar González, J., Zambrano Figueroa, L., & Pinargote Vélez, H. (2021). Información turística de la comunidad Pile, Montecristi Manabí. *UNESUM Ciencias*, 5(3), 247-272. <https://n9.cl/2f7al>
- Villegas, F., & Sánchez, M. Á. (2000). Recursos turísticos y actividades del sector turístico en la provincia de Granada. *Cuadernos Geográficos*, (30). <https://www.redalyc.org/pdf/171/17103008.pdf>
- Zambrano, L., Navajas, V., & Ceular, N. (2022). La realidad del turismo en Manabí (Ecuador) y la economía circular como potencial de sostenibilidad turística. *Revista Internacional de turismo, empresa y territorio*, 6 (1), 134-150. <https://doi.org/10.21071/riturem.v6i1.14014>
- Zuccarini, L., Angeles, M., & Pérez, M. (2022). Evaluación de potencialidad turística como herramienta de planificación estratégica en pequeños destinos. Caso de General Acha, La Pampa. *Revista Universitaria de Geografía*, ISSN 0326-8373 /2022, 31(2) (julio- diciembre), 47-76.