

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada en Turismo y Hotelería

TEMA:

“LA DIFUSION TURISTICA DE LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI Y SU
INCIDENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PARROQUIA DE
SAN ANDRES DEL CANTON PILLARO DE LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA”

AUTORA: Constante Robayo Diana Carolina

TUTOR: Lcdo. Mg. Abril Flores Oscar

Ambato-Ecuador

2011

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, **Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores** CC 1803292620 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema “LA DIFUSION TURISTICA DE LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI Y SU INCIDENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PARROQUIA DE SAN ANDRES DEL CANTON PILLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” desarrollado por el egresado Diana Carolina Constante Robayo, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por H. Consejo Directivo.

.....

Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores

TUTOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo a constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendación descrita en la Investigación.- Las ideas, opciones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Constante Robayo Diana Carolina

CC: 1804009403

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “LA DIFUSION TURISTICA DE LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI Y SU INCIDENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PARROQUIA DE SAN ANDRES DEL CANTON PILLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Constante Robayo Diana Carolina

1804009403

AUTORA

AL CONCEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

“LA DIFUSION TURISTICA DE LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI Y SU INCIDENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PARROQUIA DE SAN ANDRES DEL CANTON PILLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentada por la Srta. Constante Robayo Diana Carolina, egresada de la carrera de **TURISMO Y HOTELERÍA**, promoción: Marzo- Agosto 2010, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos
Rodríguez

Miembro

Lcda. María Verónica

Miembro

LA COMISIÓN

DEDICATORIA

Al culminar una etapa de mi vida estudiantil

dedico este logro en primer lugar a

Dios por bendecirme cada día y darme

Fortaleza e iluminar mis conocimientos.

A mis padres y esposo por enseñarme a luchar

de forma pacífica y tenaz contra la adversidad.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato y a
mis queridos maestros por la confianza
otorgada y por el enriquecimiento
personal que me han aportado
Gracias a mis padres quienes significan
un ejemplo de superación, estabilidad
familiar y perfecta entrega de amor.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE DIAGRAMAS.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3

Macro Contextualización	4
Meso Contextualización.....	8
Micro Contextualización.....	10
Análisis Crítico	11
Prognosis.....	12
Formulación del Problema	13
Preguntas Directrices	13
Delimitación del Problema.....	14
Delimitación Espacial	14
Delimitación Temporal	14
Justificación.....	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos.....	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación	17
Fundamentación Filosófica	18

Categorías Fundamentales	20
Categorización de Variables	21
Fundamentación de la Variable Independiente	23
Marketing Turístico.....	23
Promoción Turística	24
Difusión Turística.....	26
La Publicidad	27
Material Impreso	29
Medios de Comunicación.....	31
Tecnología.....	31
Fundamentación de la Variable Dependiente	33
Turismo	33
Demanda Turística	34
Afluencia de Visitantes	36
Capacidad de Carga Turística	36
Demanda Turística	39
Estabilidad Económica.....	40
Hipótesis.....	41
Señalamiento de Variables	42

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Modalidad Básica de la Investigación.....	43
Nivel o tipo de Investigación	43
Población y Muestra.....	44
Operacionalización de las Variables	46
Plan de recolección de información	48
Plan de procesamiento y análisis.....	49

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e Interpretación	50
Verificación de Hipótesis.....	66
Descripción de la población	66
Especificación de la Estadística	67
Recolección de datos y cálculo de la estadística	69

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	70
Recomendaciones.....	72

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Tema.....	74
Datos Informativos.....	74
Antecedentes	75
Justificación.....	76
Objetivos	77
Análisis de Factibilidad.....	78
Fundamentación Teórica.....	80
Metodología	82
Árbol de problemas	83
Árbol de objetivos	84
Matriz de marco lógico	85
Desarrollo Operativo de la Propuesta	87

Administración y Previsión de la Evaluación	119
Bibliografía	120
Anexos	122

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	7
Cuadro N° 2	44
Cuadro N° 3	46
Cuadro N°4	47
Cuadro N°5	48
Cuadro N°6	50
Cuadro N°7	52
Cuadro N°8	54
Cuadro N°9	55
Cuadro N°10	57
Cuadro N°11	58
Cuadro N°12	60
Cuadro N°13	61

Cuadro N°14	63
Cuadro N°15	64
Cuadro N°16	66
Cuadro N°17	67
Cuadro N°18	68
Cuadro N°19	69
Cuadro N°20	79
Cuadro N°21	80
Cuadro N°22	85
Cuadro N°23	88
Cuadro N°24	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	51
Gráfico N° 2.....	52
Gráfico N° 3.....	54
Gráfico N° 4.....	56
Gráfico N° 5.....	57
Gráfico N°6.....	59

Gráfico N° 7	60
Gráfico N° 8	62
Gráfico N° 9	63
Gráfico N° 10	65

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama N° 1	10
Diagrama N° 2	19
Diagrama N° 3	19
Diagrama N° 4	20
Diagrama N° 5	21
Diagrama N° 6	82
Diagrama N°7	83
Diagrama N°8	89
Diagrama N° 9	91

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO
EN LA MODALIDAD DE ESTUDIO: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI Y SU INCIDENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS DEL CANTÓN PÍLLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Autor: Constante Robayo Diana Carolina

Tutor: Lcdo. Mg. Abril Flores Oscar

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene la ineludible capacidad investigativa y posee una visión futurista basada en la racionalización adecuada de la utilización correcta de la difusión turística y un estudio preliminar de la afluencia de visitantes , dando a conocer la importancia de la fiesta del corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Pillaro de la Provincia de Tungurahua siendo esto planificados, orientados, y comprometidos con la comunidad y la ética profesional que le impone el turismo cultural.- Los intereses y preferencias se dan mediante la afluencia de

visitantes a la parroquia así como el aprovechamiento para experimentar cosas nuevas y mantener los medios eficaces para una correcta difusión turística.

La identificación y jerarquización de este evento cultural, la adecuada promoción turística y del estudio de los lugares turísticos aledaños, la ubicación, hacen énfasis en los recursos culturales que posee la comunidad de San Andrés, los servicios, el producto turístico y sus implicaciones despierta mucho interés en la presente investigación.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en dar a conocer las diversas manifestaciones artístico tradicionales en el espíritu y sentimiento del pueblo que es expresado mediante lo musical, lo ancestral, que se mencionan en el CAPÍTULO I sobre el evento cultural del Corpus Cristi de la Parroquia San Andrés del Cantón Pillaro de la Provincia de Tungurahua, representado simbólica y cotidianamente en cada una de las costumbres y festejos que se construye una identidad única y muy sólida, para lo cual se ponen a criterio los seis capítulos utilizados en la investigación.

Se realizó un estudio profundizado macro, meso, micro, esto nos ayudó a construir el árbol del problema para luego realizar una contextualización y plantear los objetivos del presente trabajo.

Se obtuvo conocimiento de una investigación donde menciona las transformaciones que han experimentado los danzantes del Cantón Pujili a través del transcurso del tiempo, lo cual nos ayuda al descubrimiento de nuevas observaciones y mediante estas una previa solución, en el CAPÍTULO II se obtiene una gran recolección de datos que nos proporcionara leyes, convenios que se rijan con la fundamentación de variables, para que de esta manera se consolide el propósito de la investigación.

En el CAPÍTULO III la metodología ordenada, nos ayudo a delimitar lugares, y técnicas de trabajo, registrando una muestra adecuada para poder realizar una eficaz Operacionalización de las variables.

Al aplicar la fórmula de la muestra salió a la luz respuestas gratas que ayudaran aclarar la problemática planteada, esta nos arroja datos muy certeros con las que

cuenta para dar solución a la hipótesis planteada al inicio de la investigación utilizando datos estadísticos y la técnica del chi cuadrado.

En el CAPÍTULO IV y V se analiza y se interpreta los resultados para el desarrollo eficaz de la investigación, aquí se descubre datos importantes que ayudan a reforzar los conocimientos y de esta manera aportar con recomendaciones que puedan mejorar investigaciones futuras.

CAPITULO VI al concluir con el proyecto se plantea una magnifica propuesta que espera contar con la ayuda de las personas que desean aportar con conocimientos positivos brindando todo el apoyo para que el plan de difusión turística acerca de las fiesta del corpus Cristi en la Parroquia San Andrés del Cantón Pillaro de la Provincia de Tungurahua salga a la luz y sirva de gran ayuda para retroalimentar sus conocimientos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

La Difusión Turística de la fiesta del Corpus Cristi y su incidencia en la Afluencia de visitantes a la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

El Turismo es la actividad humana que desarrollada por el ser humano genera innumerables beneficios sociales y económicos.- En el caso de Ecuador, es uno de los pocos países megadiversos del planeta lo cual tiene todo para convertir destino de turismo mundial por su privilegiado compendio de expresiones culturales, bondadosa naturaleza y gente amable, sin embargo hay ciertas desventajas para el desarrollo de algunas festividades de mayor importancia para el pueblo ecuatoriano debido a la escaza difusión turística que estos poseen, lo cual no permite una adecuada afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Nuestro país está experimentando un proceso de cambio profundo que busca sentar las bases para desarrollar un turismo sostenible que ofrezca oportunidades de visitas inolvidables, ofreciendo bienestar y gestionando de la mejor manera los recursos culturales y naturales. Los diversos actores sociales trabajan juntos para ser parte de esta transformación a través de Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 (PLANDETUR 2020).

Este documento sintetiza el proceso participativo de los sectores público, privado empresarial, comunitario, no gubernamental, académico y de cooperación internacional, liderado por el Ministerio de Turismo, para lograr que en el Ecuador se practique un turismo sostenible, como aquel que promulga la Organización Mundial del Turismo: "que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino.

Al mismo tiempo que proteja y garantice la actividad de cara al futuro. Se trata de una forma de gestión de todos los recursos para que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida." (OMT, 2002).

El desarrollo turístico del País tiene como objetivo crear y definir productos a partir de los recursos, para lo cual se puede realizar proponiendo un conjunto de actividades (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer, dormir..) y formulando una propuesta de accesibilidad (horarios de funcionamiento, formas de llegar y precios) por parte de un público.

Un recurso en el que la propuesta no está definida previamente por el propietario o gestor del recurso, no se considera producto, pues no es posible el uso y disfrute por parte del público.

Cuando el producto se promociona fuera de su localidad se convierte en una Oferta, que es un producto promocionado mediante programas de actuaciones de comercialización, venta y comunicación, dirigidas tanto al público profesional, como al turista potencial o consumidor.

En el caso de Ecuador, el conocimiento del país y de los procesos de planificación turística realizados por el Ministerio de Turismo en los últimos años, como el Plan de Competitividad y el de Descentralización Turística, nos permitió recomendar este segundo enfoque. Es decir, iniciar el proceso estratégico con el Plan de Marketing para generar más turistas e ingresos a corto plazo, lo que mejoraría los resultados de los productos actuales y también el escenario y el atractivo de las inversiones necesarias de desarrollo a nivel local y nacional.

Cuadro 1: Turismo interno

Atractivo Visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29.5
Playas	775.756	29.1
Balnearios termales	404.860	15.2
Sitios de diversión	221.414	8.3
Sitios de comida	144.161	5.4
Fiestas y mercados	102.281	3.8
Fiestas religiosas	65.396	2.5
Otros	56.460	2.1
Parque nacional	40.147	1.5
Museos	34.267	1.3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0.3
Total del universo	2666.315	100

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio) - Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.
Ministerio de Turismo del Ecuador

La misión de la Provincia de Tungurahua es contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el fortalecimiento de actividades productivas, fomentando el desarrollo del turismo y la agricultura como actividades generadoras de empleo y de la integración nacional, mediante la planificación, administración y desarrollo del transporte masivo por vía férrea. Nuestro accionar se enmarca en los principios del desarrollo humano sostenible, en la defensa del medio ambiente y la conservación de los ecosistemas.

En el Régimen Municipal está indicado que los Municipios tienen como función primordial el impulso del desarrollo turístico cantonal. Además, luego que el Ministerio de Turismo después de sus estudios comprobara el potencial turístico de cada región y la capacidad institucional para que los municipios asuman responsabilidad decide pasar la mayor parte de las competencias turísticas a sus manos.

Hay que entender que no todos los municipios descentralizados pueden tratar el turismo de igual manera ya que su impacto es muy variado. Sin embargo, lo que si pueden procurar los municipios es de sentir políticamente que el turismo es algo propio al que hay que dedicarle mucho esfuerzo.

Por tradición, los municipios se han centrado en la promoción, aplicando una parte del marketing. Así como también, se han dedicado al desarrollo físico de la actividad turística, detectándose en la mayoría de los casos que ambos actúan por separado. No hay que olvidar que la planeación turística debe ir de la mano de la planeación urbanística, y es aquí que los responsables de la administración turística de las

unidades municipales de turismo deben actuar para retroalimentar permanentemente la labor de sus alcaldes.

Es muy importante que los responsables de las unidades de turismo de los cantones, se centren a realizar acciones muy rápidamente dado que los alcaldes pueden dimitir en cualquier momento. En este sentido, es importante hacer "acupuntura de marketing", es decir, darle a los cantones pequeños pinchazos para hacerlas reaccionar en cosas muy puntuales. Por ejemplo, el diseño de una página web inteligente, altamente funcional, que haga marketing on-line del destino (información acerca de los destinos y productos turísticos prioritarios, fotografías de impacto, suscripción a boletines electrónicos y encuestas on-line acerca del perfil del turista que visita), refiriendo a los proveedores de los productos y servicios turísticos con opción a links a sus páginas webs, todo lo cual, facilite la compra del destino al turista. El efecto de esta medida es simplemente multiplicador.

Tener en cuenta que la labor turística se hace en conjunto. El Municipio debe contar con tres agentes en la configuración de su oferta turística: el sector público, los empresarios locales y los operadores que manejan los flujos de turistas. De ahí que la planificación turística es fundamental. Esta planificación debe entenderse más como un proceso de negociación entre los sectores implicados. Toda acción que se quiera emprender debe involucrar a los actores que tienen algo que ver para planear cómo será su respuesta. Por ello la comunicación debe ser fundamental y oportuna

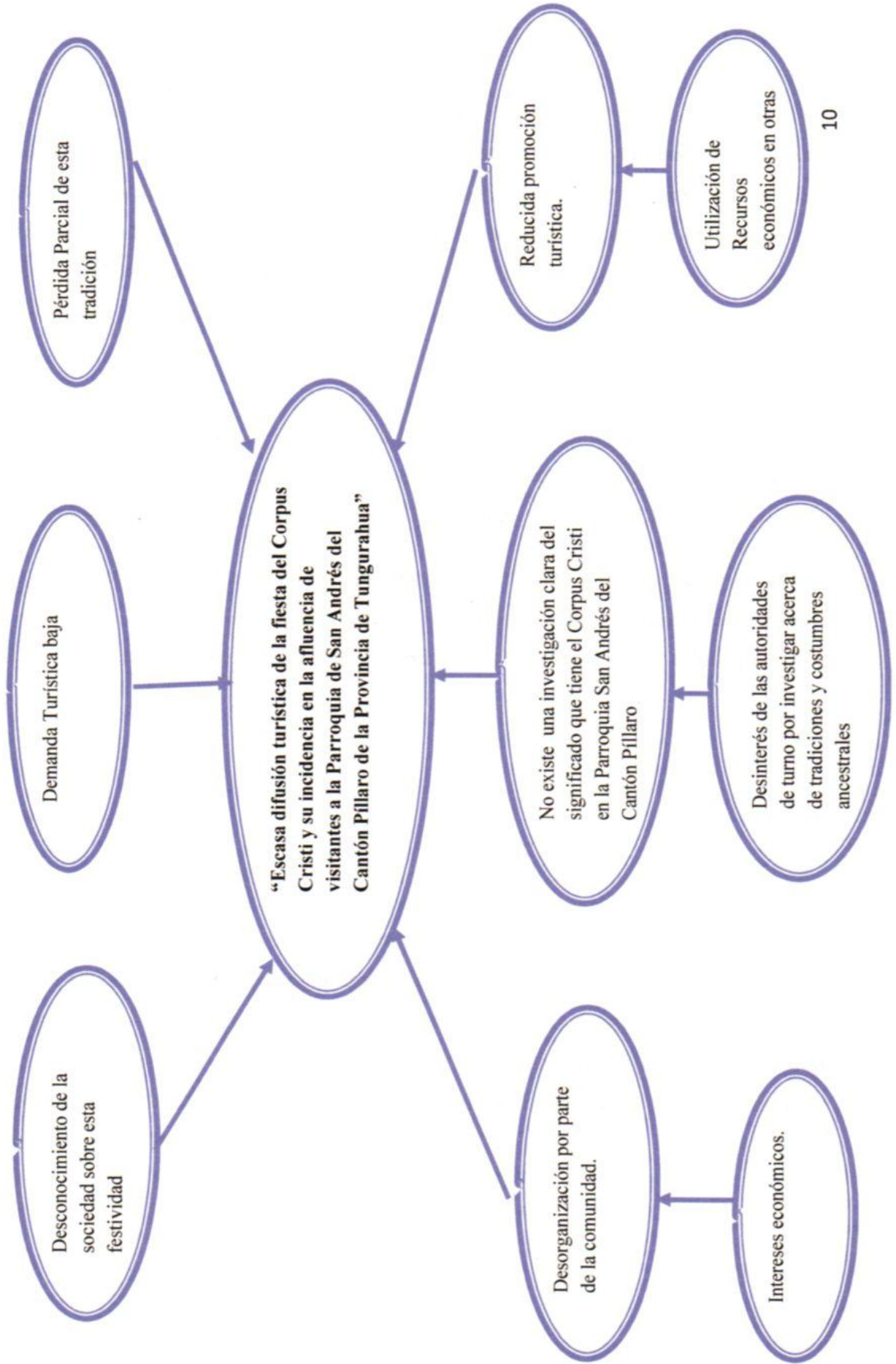
En el Cantón Píllaro el desarrollo turístico a nivel local puede presentar diferentes niveles de proyección. Lo cual dependerá del grado de compromiso de los actores (público profesional turístico, el gobierno local y la comunidad), de los objetivos de la promoción y la magnitud de las actividades que se proyecten. Principalmente, la difusión de la actividad turística local puede alcanzar el espacio provincial, el nivel regional o una combinación de dos, el nacional e incluso el internacional si se quiere.

El Cantón está permanentemente expuesto a situaciones inesperadas que se toman en crisis afectando su población, sus recursos naturales e inclusive su promoción turística.

Hablar de crisis resulta muy amplio ya que puede adoptar formas muy variadas que toman desprevenidos a los responsables de la gestión turística de los destinos. Sin embargo, no puede tomarse una actitud pasiva frente a estos hechos, quedarse sentados y esperar a que pase. Es preciso que los líderes del turismo vean a los tiempos de crisis como oportunidades para reestructurar y afilar su objetivo de promoción.

1.2.2 Análisis Crítico

Diagrama 1: Árbol del Problema



La desorganización por parte de los pobladores de la parroquia San Andrés del Cantón Píllaro en donde se desarrolla la fiesta del Corpus Cristi son razones suficientes para que la fiesta solo se mantenga en dicha sociedad y no sea conocida y compartida con las personas que quieren conocer de sus costumbres ancestrales, además el no poseer una investigación clara del significado que tiene la fiesta del Corpus Cristi, de sus costumbres y tradiciones conlleva a que este evento no sea conocido y la demanda de visitantes sea escasa no solo por parte de turistas si no de las autoridades mismas de la parroquia.

A su vez una reducida promoción turística y la utilización de los recursos económicos en otras actividades tiene como consecuencia la pérdida de esta tradición de sus costumbres y los significados que el Corpus Cristi tiene para el pueblo pillareño.

Este evento debe ser partícipe de propios y extraños debido a que la gente de afuera opta por involucrarse en actos diferentes al que ellos están acostumbrados a vivir diariamente y de esa manera buscan compartir costumbres ajenas a los que ellos poseen.

1.2.3 Prognosis

De no plantear alternativas de solución a esta problemática de difusión turística la identidad, música, folklore se esfumaría y no existiría una definición precisa acerca del origen de la fiesta, la gente misma serian los principales promotores de la pérdida de identidad de los personajes, participando así de forma directa en la aculturación

transportando a los individuos a vivir una cultura diferente a la que ellos estaban dispuestos a poder llamar tradición ancestral.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo incide la difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi en la afluencia de visitantes a la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua?

1.2.5 Preguntas Directrices

¿Será la difusión turística un medio adecuado para dar a conocer la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua?

¿Qué actividades se realizan en la fiesta del Corpus Cristi para que exista afluencia de visitantes en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua?

¿Qué alternativa de solución se presentan entre la problemática identificada?

1.2.6 Delimitación del problema

- ✓ Delimitación de Contenido
- ✓ Campo: Turismo
- ✓ Área: Oferta y Demanda Turística
- ✓ Aspecto: Difusión Turística y su incidencia en la afluencia de visitantes a la
- ✓ Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua

Delimitación Espacial

- ✓ Parroquia: San Andrés
- ✓ Cantón: Píllaro
- ✓ Provincia: Tungurahua

Delimitación Temporal

- ✓ Segundo Semestre del Año 2011

1.3 Justificación

El presente trabajo investigativo es factible realizarlo debido a que nos ayudará a conocer las actividades que se desarrollan y el proceso de que el indígena ha sufrido en el transcurrir del tiempo, la incorporación de valores estéticos y genéticos que permanecen latentes en la memoria de los pueblos, el difícil camino de una construcción sólida de la identidad con los cantos y danzas tradicionales, también porque en un futuro esta investigación podrá ser de gran apoyo para aquellas generaciones que deseen investigar más a fondo, será una fuente que constituye una herramienta para desarrollar al Ecuador de manera equitativa y solidaria para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos

Es de suma importancia debido a que sería el primer documento que brinda una información completa acerca de la difusión turística que existe en el Cantón y de cómo esto ha sufrido una metamorfosis completa, con esto se quiere captar toda la atención de turistas extranjeros y nacionales con el objetivo de dar a conocer todo lo maravilloso que nuestros pueblos les pueden brindar.

Logrando así que la afluencia de visitantes sea mayor y sea de gran importancia, para el desarrollo del país y sobretodo brindando un sin número de oportunidades de conocer la diversidad étnica ecuatoriana que tiene un rasgo común como es la amabilidad y la hospitalidad de la gente Ecuatoriana.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- ❖ Investigar la incidencia de la difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi en la afluencia de visitantes a la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua

1.4.2 Objetivos Específicos

- ❖ Indagar elementos eficaces para que la Difusión Turística sea mayor en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua
- ❖ Diagnosticar el nivel de afluencia de visitantes en la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua
- ❖ Determinar qué actividades se realizan en las fiestas del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua
- ❖ Diseñar una propuesta que permita la difusión turística de las fiestas del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Para el desarrollo del presente trabajo se tomo un antecedente investigativo del Señor MORALES, Patricio que elaboró su tesis en la Universidad Central Del Ecuador con el tema "LAS TRANSFORMACIONES EXPERIMENTADAS POR EL DANZANTE DE CORPUS CRISTI DEL CANTÓN PUJILI, PROVINCIA DE COTOPAXI" el cual aportara con las conclusiones más importantes y primordiales.

Conclusiones

La coreografía ha perdido su creación a y composición para el ritual en homenaje al Dios Sol, por la limitación en los pasos de la danza que realizan sus ejecutores: más bien, se improvisa la danza por los habitantes del cantón Pujili y se pierde el elemento de simbolización del Dios del Sol.

La iglesia Católica sigue siendo la encargada de la recuperación de almas al servicio de Dios, con diferentes maneras de acercamiento a los habitantes, tanto a los mestizos como a los de la región, conduciendo siempre a la celebración de la fiesta del danzante en nombre de la religión católica.

Análisis personal

Esta investigación me es de gran ayuda debido a que la pérdida de identidad como pueblos y la aculturación se ha venido dando por la integración de nuevas costumbres y sobretodo porque los medios de comunicación han tenido gran influencia, de esta manera me ha permitido detectar el problema de cambio en las diferentes comunidades

Esto me permitirá dar diferentes opciones de solución para que este paradigma sea combatido y los pueblos continúen demostrándonos todo lo que sus ancestros les han inculcado.

2.2 Fundamentación Filosófica

La investigación se asume en el paradigma Critico Propositivo ya que razona una realidad cultural, debido a que la sociedad quiere recuperar su identidad como danza y darle un significado a sus nuevas generaciones las cuales deben seguir intactas y no desvanecer fácilmente, de esta manera se podrá mantener la identidad como pueblo y sobrellevar año tras año el ritual que une a cientos de personas a disfrutar de este maravilloso evento cultural y a la vez proponer alternativas ante la escasa Difusión Turística da la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua.

2.3 Fundamentación legal

Ley de Cultura

- a) Afirmar la identidad nacional, reconociendo la pluralidad étnico - cultural del Hombre ecuatoriano dentro de una visión unitaria e integradora del país;
- b) Propiciar el acceso a la cultura de todos los ecuatorianos, creando las condiciones apropiadas para que puedan informarse, formarse, conocer y disfrutar libremente de los valores y bienes culturales;
- c) Hacer efectivo el derecho de todo ecuatoriano a participar en la vida cultural, comunicando y creando en libertad bienes culturales que reflejen los valores humanos universales, latinoamericanos y propios;
- d) Fomentar y preservar, de manera especial, las culturas vernáculas;
- e) Favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural ecuatoriano;
- f) Incentivar, fortalecer e impulsar el pensamiento y la investigación científica y técnica;
- g) Reconocer, estimular y garantizar la actividad cultural de personas y entidades privadas;
- h) Coordinar la actividad de las entidades públicas en el campo de la cultura;
- i) Establecer el sistema que asegure el financiamiento de las citadas acciones.

2.4 Categorías Fundamentales

Diagrama 2: Superordinación Conceptual

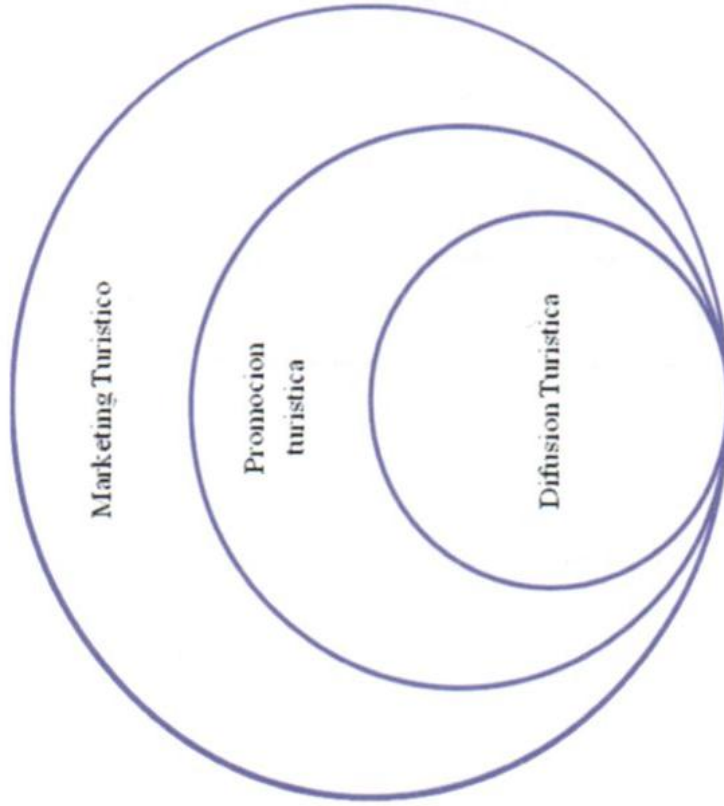
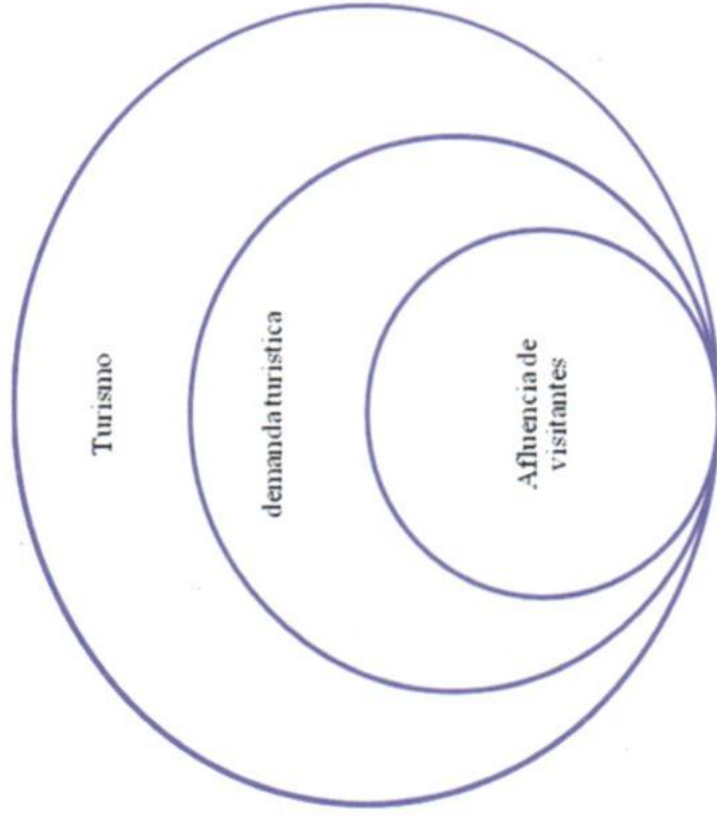


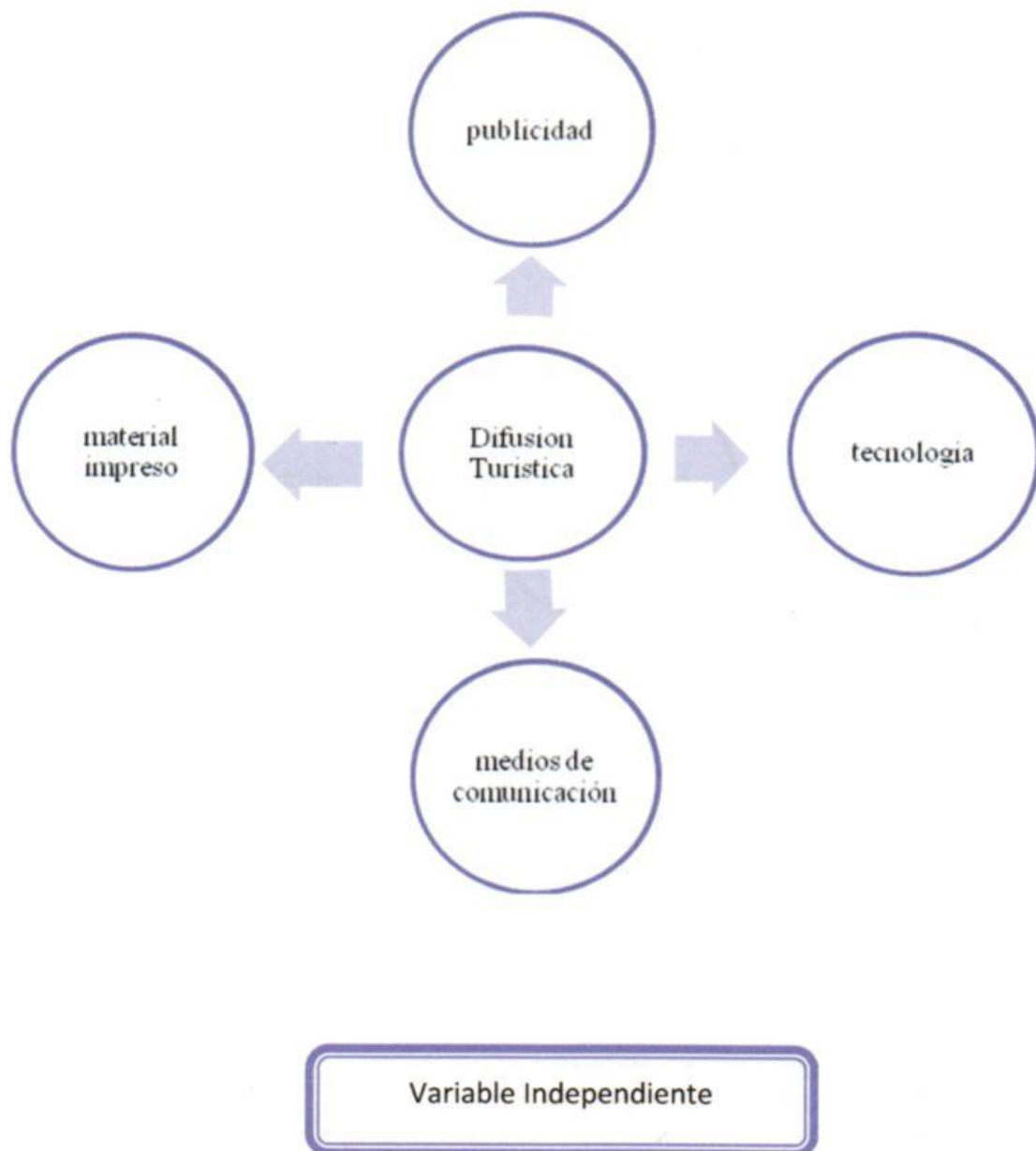
Diagrama 3: Subordinación Conceptual



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

Superordinación conceptual

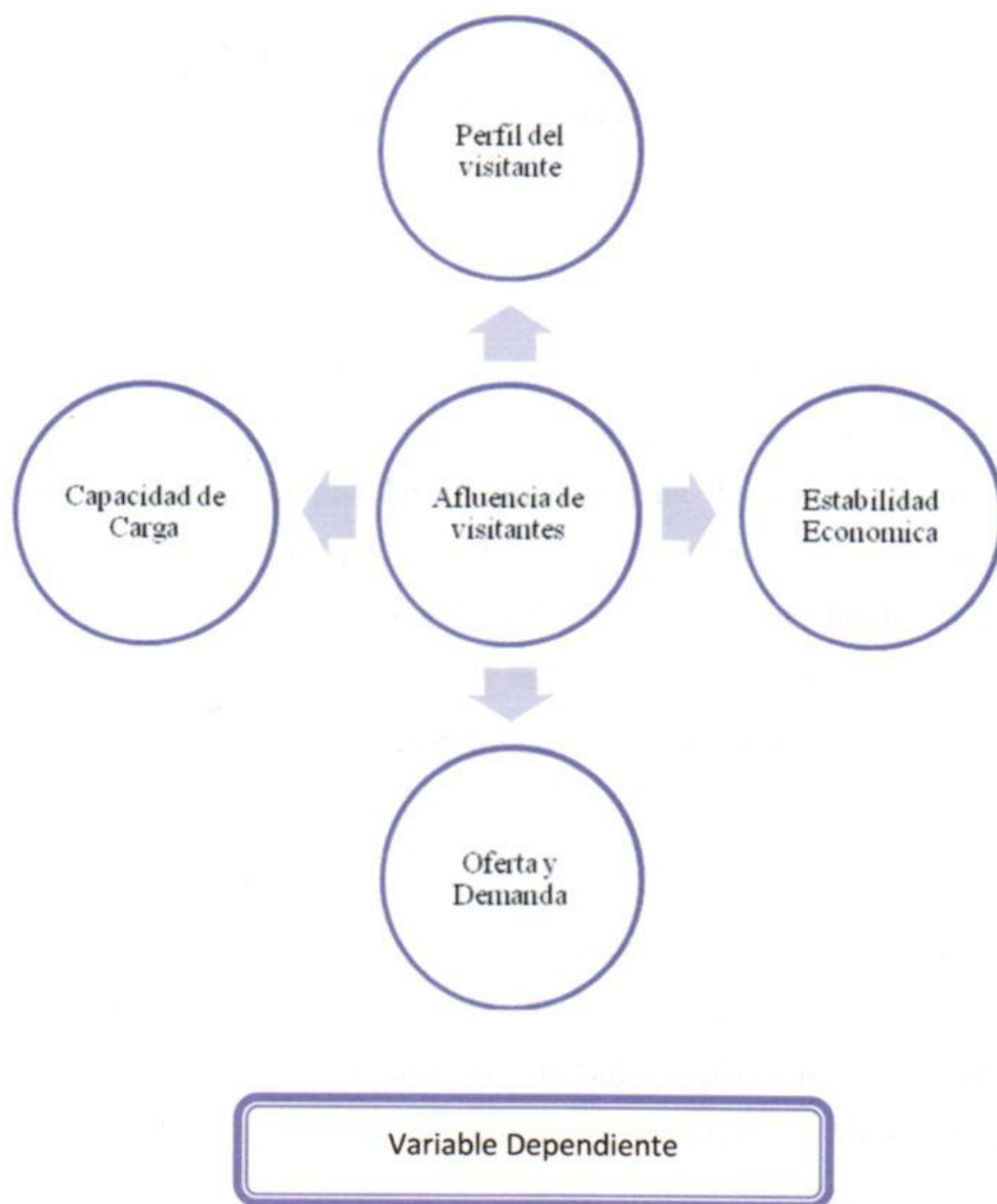
Diagrama 4: Superordinación Conceptual



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

Subordinación Conceptual

Diagrama 5: Subordinación Conceptual



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

2.4.1. Fundamentación Variable Independiente

MARKETING TURÍSTICO.- Se define como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las política de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos,

EL MARKETING TURÍSTICO: "Es un proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los consumidores de forma rentable. Permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica además estar al tanto de la competencia, para conseguir mejor posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños"

EL MARKETING.- Es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente". MCCARTHY, Jerome:

- ❖ Se lo define como un campo del saber que nos facilita el conocimiento del entorno, entendido como un conjunto de técnicas o ciencia basada en un método que consiste en un procedimiento ordenado y sistemático para la

solución de problemas que se originan básicamente en las empresas (técnicas para resolver problemas).

- ❖ Es la ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos servicios del fabricante al consumidor, de modo que le satisfaga a este y cumpliendo los objetivos de la empresa.

PROMOCIÓN TURÍSTICA. -Es dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

Los métodos que se utilizan para hacer llegar la información a los mercados turísticos son múltiples y variados; todos constituyen un complejo sistema que se denomina promoción turística, que forma parte del área de comercialización, por lo tanto quedará subordinada al plan de marketing turístico.

ORTIGOZA y GÓMEZ Arreóla establecen este concepto de promoción turística de la siguiente manera: "la promoción es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica".

Como toda actividad productiva, la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos:

Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.

Que los mercados (posibles consumidores) deben alcanzar el programa.

Qué medios publicitarios se utilizarán

Con qué presupuesto económico se cuenta

Cómo se medirán los resultados

Es también promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística. El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita - gasto.

Es el diseño y la administración de este elemento de la mezcla de marketing para informar, persuadir y recordar a los clientes actuales y potenciales, la promoción es básicamente un intento de influir en el público (STANTON, 1995).

Pretende la transmisión eficaz y comprensible desde una empresa u organismo hacia otras empresas intermediarias o potenciales consumidoras a petición suya o por iniciativa propia para dar a conocer las características y condiciones de un destino turístico o de un producto, solventando cualquier duda o cuestión referido a los

mismos que puede ser realizada por parte de oficinas de turismo, organismos oficiales o por cualquier persona turista o persona generalmente residente en un determinado lugar.

DIFUSIÓN TURÍSTICA.- Una elaboración histórica de la industria turística viene desde sus orígenes hasta nuestros días, son múltiples y complejas circunstancias en cada región del mundo, en cada época y civilización y los acontecimientos humanos que de una u otra manera tiene que ver con esta actividad.

No obstante en la más remota antigüedad el hombre ha anhelado poseer el conocimiento suficiente de su universo y en concreto del planeta en el que habita, los esfuerzos, actitudes filosóficas y la comprensión misma del entorno han estado sujetos a conceptos.

Son todos aquellos procedimientos y actuaciones que utilizan las empresas productoras e intermediarias de los servicios turísticos. Aquellos organismos oficiales o instituciones que las utilizan para dar a conocer, las actividades y características de un determinado producto turístico.

El turismo es una amalgama de confluencias e intereses de la humanidad que se ha desarrollado como ejercicio propia de la imaginación ansiosa de explotar y que en los primeros tiempos del perfeccionamiento de la civilización se le expresaba atreves de la literatura, relato con el paso del tiempo se ha convertido en una de las más poderosas y representativas industrias humanas dando nuevas ideas en plasmar los ellos paisajes mediante la nueva tecnología, y los diferentes medios de comunicación

CÁRDENAS, Ernesto

DIFUSIÓN TURÍSTICA.- "Proceso por el cual una idea se extiende desde su origen hasta abarcar todo el mercado. La difusión de un producto o de una idea depende de los medios de comunicación que se empleen, de la intensidad de los impactos, de la coherencia que tenga entre la población, de la oportunidad en ser difundida".

ESTRATEGIAS DEL CANTÓN PÍLLARO EN LA ACTUALIDAD

Línea estratégica 3.

Gestión de la información turística clave

Acciones del Cantón Santiago de Píllaro

- Implementación de puntos de información turística en la cabecera cantonal y parroquias respectivas
- Fortalecer y retroalimentar la página web del municipio con información turística.
- Implementar señalización operativa e informativa
- Elaboración de un calendario de eventos para dar a conocer fiestas como la del Corpus Cristi y demás fiestas religiosas.

Proyectos del Cantón Santiago de Píllaro

- Diseño de un plan de promoción y difusión turística, que enfatice su operativización bajo principios de participación y corresponsabilidad público privada.
- Diseño de un Plan de señalización cantonal
- Sistema de información y asistencia al turista.

Línea estratégica 6.

Capacitación y formación de habilidades

Proyectos del Cantón Santiago de Píllaro

- Diseño de un Plan cantonal de capacitación en materia de turismo

- Elaboración de un plan de motivación y socialización turísticas (por ejemplo, "Conozca Primero Píllaro").

Línea estratégica 7.

Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico

Acciones del Cantón Santiago de Píllaro

- Promover la formación de asociaciones que desarrollen actividades turísticas

LA PUBLICIDAD.- Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación a través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía.

LA PUBLICIDAD.- Es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización su finalidad es mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se está vendiendo.

La posibilidad de armar una publicidad se gesta en el departamento de Marketing de una empresa, que es el encargado de estudiar al consumidor, el nicho de mercado.

LA PUBLICIDAD.- Es la actividad que tiene como objetivo anunciar las bondades del producto a través de los medios publicitarios y apoyar así la acción de ventas. Es un conjunto de ideas puestas en marcha para influir en forma dinámica en los

consumidores, llevándoles mensajes inherentes a las ventajas y beneficios del bien o servicio anunciado, con el fin de activar sus decisiones de compra.

La publicidad tiene por esencia comunicar y motivar a los consumidores con argumentos convincentes y razonables acerca de la conveniencia de adquirir los bienes o servicios ofrecidos en el mercado. Existen diferencias bien marcadas entre publicidad y propaganda, puesto que cada una tiene su naturaleza bien definida. La finalidad de la publicidad es, generalmente, de tipo comercial, su función es anunciar las cualidades del producto, con el objetivo de venderlo, mientras la propaganda tiene como propósito difundir creencias religiosas, sociales o de otra índole.

LA PUBLICIDAD.- Es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo.

En un sentido amplio, la publicidad es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción (los otros son: la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el tele mercadeo), y cuya importancia y prioridad dependen: 1) de los productos, servicios, ideas u otros que promueven las empresas, organizaciones o personas, 2) del mercado hacia los que van dirigidos y 3) de los objetivos que se pretenden lograr.

En un sentido más específico, la publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet.

MATERIAL IMPRESO.- Es todo aquello que se expresa gráficamente en dos dimensiones y que ha sido sometido a un proceso de impresión, ya sea fotos, folletos, publicidad, materiales de revistas, periódicos, libros, también llamada imprenta, nombre utilizado para designar diferentes procesos para reproducir palabras, imágenes o dibujos sobre papel, tejido, metal y otros materiales. Estos procesos, que a veces reciben el nombre de artes gráficas, consisten en esencia en obtener muchas reproducciones idénticas de un original por medios mecánicos, por lo que el libro impreso ha sido bautizado como el primer producto en serie.

La historia de la imprenta, que por su propia naturaleza es la mejor documentada de todas las historias, es prácticamente idéntica a la de la impresión en relieve, o impresión tipográfica (impresión desde una superficie elevada). Históricamente, la mayor parte de la obra impresa se ha producido con este método totalmente mecánico. Sin embargo, las técnicas de impresión modernas cada vez se basan más en los procesos de tipo fotomecánico y químico.

EL MATERIAL IMPRESO.- Es la base de la educación y del aprendizaje en particular, base sobre la cual ha evolucionado todo otro sistema de entrega de enseñanza. El material impreso es más accesible, más conveniente y más estandarizado que los datos digitalizados (texto) que aparecen en una pantalla de computadora. La impresión es autosuficiente, lo que significa que para hacerla accesible, se puede usar en cualquier entorno sin la necesidad de otro equipo especializado.

El material impreso, como herramienta de enseñanza, puede llevar grandes cantidades de información en forma condensada. Por lo tanto, es ideal para las

actividades que requieren altos niveles de abstracción y donde se requiere el pensamiento o el argumento lógico. El material impreso también es:

- Espontáneo.
- Pedagógicamente transparentes.
- Fácil de usar y portátil.
- De fácil revisión y consulta.

Se puede usar materiales impresos en diversos formatos, como libros de textos, guías de estudio, libros de ejercicios, síntesis del curso, estudios de casos prácticos.

Los materiales impresos se caracterizan por codificar la información mediante la utilización del lenguaje textual (suele ser el sistema simbólico predominante) combinado con representaciones icónicas. En su mayor parte son materiales que están producidos por algún tipo de mecanismo de impresión. En este sentido, Flanagan (1991) caracteriza este tipo de medios del siguiente modo: "Los materiales impresos se diferencian de otros tipos de medios por el hecho de estar compuestos de hojas o pliegos (hechos, sobre todo de papel) sobre los que la información se presenta en hileras de caracteres o símbolos. A veces se intercala también material visual, entre las líneas. En ocasiones, el material impreso no es más extenso que una sola hoja de papel; otras veces, contiene una serie de páginas que pueden estar plegadas, cosidas, pegadas, atadas, encuadernadas o grapadas por uno de los lados, formando una especie de paquete.- En el mercado existen numerosos y variados tipos de materiales impresos que pueden ser utilizados con una finalidad pedagógica. La identificación y clasificación de este tipo de materiales es evidentemente una tarea que depende del criterio utilizado.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN.- Se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación.

Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.- Son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día.

TECNOLOGÍA.- Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la humanas.

En la sociedad, la tecnología es consecuencia de la ciencia y la ingeniería, aunque muchos avances tecnológicos sean posteriores a estos dos conceptos.

La palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica, oficio) y logos (ciencia, conocimiento).

De acuerdo a la Real Academia Española, la tecnología es el conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. Cabe destacar que, en forma errónea, se utiliza la palabra tecnología como sinónimo de tecnología informática, que es aquella que permite el procesamiento de información por medios artificiales y que incluye todo lo relacionado con las computadoras.

LA TECNOLOGÍA.- Es una característica propia del ser humano consistente en la capacidad de éste para construir, a partir de materias primas, una gran variedad de objetos, máquinas y herramientas, así como el desarrollo y perfección en el modo de fabricarlos y emplearlos con vistas a modificar favorablemente el entorno. El ámbito de la Tecnología está comprendido entre la Ciencia y la Técnica propiamente dichas. Por tanto el término "tecnológico" equivale a "científico- técnico". El proceso tecnológico da respuesta a las necesidades humanas; para ello, recurre a los conocimientos científicos acumulados con el fin de aplicar los procedimientos técnicos necesarios que conduzcan a las soluciones óptimas. La Tecnología abarca, pues, tanto el proceso de creación como los resultados. Dependiendo de los campos de conocimiento, tenemos múltiples ramas o tecnologías: mecánica, materiales, del calor y frío, eléctrica, electrónica, química, bioquímica, nuclear, telecomunicaciones, de la información.

2.4.2 Fundamentación Variable Dependiente

TURISMO.- Es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de los recursos y en la prestación de servicios generando repercusiones diversas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que: "el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo"

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos.

Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

- Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.
- Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.
- El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad, **FERNANDEZ, Luis (1974)**

DEMANDA TURÍSTICA.- Se define como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística".

Es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.

Esa búsqueda permanente de bienestar que tiene el hombre como objetivo de vida tiene en el tiempo libre destinado al turismo y la recreación un valor importante para su desarrollo personal y social.

Al analizar el comportamiento de la demanda se debe considerar la interrelación entre cuatro variables fundamentales:

1. Necesidades,
2. Deseos,
3. Valores y
4. Beneficios

Es la cantidad de un artículo o servicio que un individuo desea comprar por un período determinado, es una función o depende, del precio de dicho servicio, de los ingresos monetarios de la persona, de los precios de otros servicios similares y de los gustos del individuo.

DEMANDA TURÍSTICA.- Es el volumen de bienes y servicios que pueden adquirir un conjunto de consumidores a un determinado precio.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.- Determinar el volumen potencial futuro de bienes y servicios que requieren los consumidores.

AFLUENCIA DE VISITANTES.- Es crecimiento de la actividad turística en general un gran número de personas que acuden a un lugar específico.

AFLUENCIA DE VISITANTES.- Es un gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo sin necesidad de tomar altos recursos económicos.

En materia de Comercio y de aperturas comerciales, una zona de gran afluencia turística es cualquier parte o el todo lugar que por una o diversas circunstancias de interés económico, durante todo el año, o parte de él, justifica un tratamiento excepcional en cuanto a los horarios y días de apertura de su oferta comercial a los consumidores y turistas.

PERFIL DEL VISITANTE.- Como parte del Programa Nacional de Turismo se establece que uno de los ejes de la política turística nacional lo constituye el tener turistas totalmente satisfechos. A fin de apoyar el logro de este eje rector, se ha establecido un programa permanente de medición de resultados a través del estudio perfil.

Esta permanente evaluación ha permitido no solo conocer a profundidad el perfil de los turistas que nos visitan, sino también generar una serie histórica de datos que sirve de base para presentar un análisis específico de gran precisión sobre la experiencia del turista internacional y analizar por segmentos de mercado específicos.

LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA ostenta un interés creciente dado que se vincula estrechamente con el desarrollo turístico sostenible o turismo sustentable.

La capacidad de carga puede tener diferentes acepciones en función de las dimensiones económica, social y medioambiental. El conjunto de estos tipos de capacidad puede constituir lo que se puede denominar como capacidad de carga turística. Sin embargo, la complejidad de la aplicación de este concepto es evidente.

La capacidad de carga turística es un concepto tratado en la literatura académica, especialmente desde un punto de vista teórico, dado que son pocos los estudios empíricos sobre dicho concepto, aunque hay una tendencia creciente en los últimos años.

Un elemento fundamental en la valoración de la potencialidad turística del territorio, como fase inicial del proceso de planificación del turismo rural, es la evaluación de la vulnerabilidad del mismo a la presión de los flujos turísticos, que de una u otra manera estos tienden a alterar el entorno medioambiental dado lo inevitable de su impacto y visto que dicha modalidad turística se lleva a cabo precisamente en espacios de reconocida fragilidad ambiental. De ahí la importancia de evaluar la vulnerabilidad del contexto, de manera que no se reproduzca la fábula de la gallina de los huevos de oro y el turismo no sea la causa de la destrucción del genes y sus atractivos sino su medio de conservación y regeneración. Normalmente la vulnerabilidad o la fragilidad contrastada del contexto ambiental no suponen una prohibición del uso turístico de la zona ni de la presencia de flujos turísticos en la

misma sino su limitación cuantitativa, a partir del concepto de "capacidad de carga", concepto claramente sinérgico con el de desarrollo sostenible.

Capacidad de carga no es nueva, su aplicación al manejo de visitantes en destinos turísticos no ha sido fácil dado que intervienen en ella intereses, apreciaciones humanas, consideraciones científicas, y juicios de valor, así como parámetros de impacto. Los procedimientos para fijar la capacidad de carga continúan evolucionando y hasta ahora no han podido ser ajustados a las variantes condiciones de los países". (Miguel Cifuentes, WWF)

De aquí que aparezcan diversidad de opiniones, estudios y definiciones de este concepto. Procederemos pues a enumerar algunas de estas definiciones las cuales nos han parecido más relevantes, basándonos en que la Capacidad de Carga Turística es una modalidad específica de la Capacidad de Carga Ambiental.

- **LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA** se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos en detrimento de los recursos y se disminuya el grado de satisfacción del visitante, o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área.
- **CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA** como la capacidad biofísica, social y psicológica de un medio ambiente turístico para soportar actividades y desarrollos sin disminuir la calidad ambiental o la satisfacción del visitante"

CAPACIDAD DE CARGA es un término acuñado por la ecología de poblaciones y el principal problema de su aplicación en el campo del turismo es que en el ámbito

ecológico, y conste que dije ecológico y no ecologista, una población se establece con un conjunto de individuos que comparten características genéticas, fisiológicas, de espacio y tiempo, y supone un crecimiento controlado: tasas de nacimiento, defunciones e intercambio de individuos (emigración e inmigración).

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

LA DEMANDA TURÍSTICA opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.- La cantidad de un artículo o servicio que un individuo desea comprar por un período determinado, es una función o depende, del precio de dicho servicio, de los ingresos monetarios de la persona, de los precios de otros servicios similares y de los gustos del individuo.

A su vez, la demanda del mercado o demanda agregada de un servicio o producto, representa las diferentes cantidades de ese servicio o producto, que demandan a diversos precios, todos los individuos del mercado en un período determinado. La demanda del mercado depende entonces de todos los factores que determinan la demanda individual de ese servicio y además, del número de compradores o consumidores de ese servicio o producto en el mercado.

Cuando aumenta el ingreso monetario de las personas, generalmente aumenta su demanda de una serie de productos y servicios y cuando ese incremento de sus ingresos se hace estable y duradero en el tiempo, el individuo tiende a destinar crecientes sumas de esos ingresos al tiempo libre o entretenimiento.

FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- a) factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;
- b) factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;
- c) factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes;
- d) factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico
- e) factores relativos a la producción de servicios turísticos

ESTABILIDAD ECONÓMICA.- En general se considera que la estabilidad económica es una situación deseable porque en un período de estabilidad la incertidumbre a la que se enfrentan los agentes económicos es mucho menor. Y dado que en general los agentes económicos tienen aversión al riesgo, la existencia de incertidumbres dificulta la actividad económica, comportando desajustes temporales y en general inseguridad social y una caída de los niveles de renta. La estabilidad económica se refleja en la constancia o escasa variación en el tiempo de tres aspectos conceptualmente independientes aunque económicamente relacionados.

Es una situación económica caracterizada por la presencia de grandes fluctuaciones en el nivel de renta y empleo, por la existencia de paro involuntario y de subempleo y por la presencia de la inflación.

Esta consta de tres puntos u objetivos importantes que la conforman y que son de importancia vital para así tener una buena definición.

- a.- Baja del pleno empleo.
- b.- Inestabilidad general de los precios.
- c.- Desequilibrio de la balanza

2.5 Hipótesis

La difusión turística de la fiesta del corpus Cristi incide en la afluencia de visitantes a la parroquia del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua.

2.6 Señalamiento de variables

Variable Independiente

Difusión turística

Variable dependiente

Afluencia de Visitantes

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad Básica de la Investigación

Tiene las siguientes modalidades

Bibliográfica

Porque se consultó en libros e internet

Campo

Ya que la investigación se dio en el lugar donde se realizó su respectivo estudio, mediante la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario.

3.2 Nivel o tipo de Investigación

Exploratoria

Analiza y contextualiza de manera global el problema en su totalidad

Descriptiva

Se analiza de mejor manera el problema en singular detallando cada una de sus particularidades y elementos intrínsecos

Asociación de variables

Porque establece dependencia entre la variable dependiente con la variable independiente.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Cuadro2: Población

Población	Habitantes	%
Jefes de familia edad 40- 44 años	751	100%
Jefes de familia encuestados	341	100%

Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

3.4.2 Muestra

La investigación de campo (encuesta estructurada) se realizara a los jefes de familia de la parroquia de san Andrés del Cantón Pillaro provincia de Tungurahua, pero al sector universo de la investigación siendo un numero muy grande (jefes de familia) es necesario establecer una muestra.

n= muestra

N= población

l= constante

E=error máximo admisible

$$n = \frac{. 751}{0,04^2(751-1)+1}$$

$$n = \frac{. 751}{0,0016(750)+1}$$

$$n = \frac{. 751}{1,2 + 1}$$

$$n = \frac{751}{2,2}$$

$$n=341,36//$$

3.5 Operacionalización de Variables

Cuadro 3: Operacionalización de la Variable Independiente Difusión Turística

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p><i>Son todos aquellos procedimientos y actuaciones que utilizan las empresas productoras e intermediarias de los servicios turísticos. Estos son: Mecanismos oficiales o instituciones, medios de comunicación que las utilizan para dar a conocer, las actividades y características de un determinado producto turístico. CARDENAS,Ernesto</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos • Medios de comunicación • Producto turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para brindar servicios de actividades intangibles e identificables que satisfacen deseos propendiendo a la calidad total • Capacidad de transmitir una oferta, a través de la utilización de canales efectivos de difusión • Reunión de elementos tangibles e intangibles 	<p>¿Conoce usted a cerca de los servicios turísticos que posee el Cantón Pillaro?</p> <p>¿Qué medios de comunicación cree usted que es el más eficaz para dar a conocer la Fiesta del Corpus Cristi en el Cantón Pillaro?</p> <p>¿Cree usted que la difusión turística ayuda al desarrollo del turismo del Cantón Pillaro?</p>	<p>Encuesta estructurada</p>

Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

Cuadro 4: Operacionalización de la Variable Dependiente Afluencia de Visitantes

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p><i>Es crecimiento de la actividad turística en general un gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo sin necesidad de tomar altos recursos económicos.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Actividad turística Recursos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> Operaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales Oferta de servicios de calidad a bajo costo, propendiendo a la satisfacción del cliente 	<p>¿Qué tipo de actividades turísticas se realizan en el Cantón Pillaro?</p> <p>¿Piensa usted que la diablada pillareña es una competencia directa para que el corpus Cristi no sea tan conocido?</p> <p>¿Cree usted que el desarrollo de la fiesta del corpus Cristi es un factor importante para el desarrollo del Cantón Pillaro?</p>	<p>Encuesta Estructurada</p>

Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

3.6 Plan de recolección de información

Cuadro 5: Recolección de Información

PREGUNTAS BASICAS	EXPLICACION
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la misma
2. ¿De qué personas u objetos?	Jefes de familia de la parroquia de san Andrés
3. Sobre qué aspectos?	La Difusión Turística y La Afluencia de Visitantes
4. ¿Quién?	INVESTIGADORA
5. ¿cuándo?	Segundo semestre del año2011
6. ¿dónde?	En la parroquia de San Andrés del Cantón Pillaro
7. ¿Cuántas veces?	Una vez
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
9. ¿con que?	Cuestionario estructurado
10. ¿en qué situación?	En la viviendas de cada participante

Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Plan de procesamiento de la información

Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente.

Repetición de la recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta

Tabulación de la información recogida

Análisis e interpretación de resultados

Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis

Interpretación de los resultados

Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz

Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

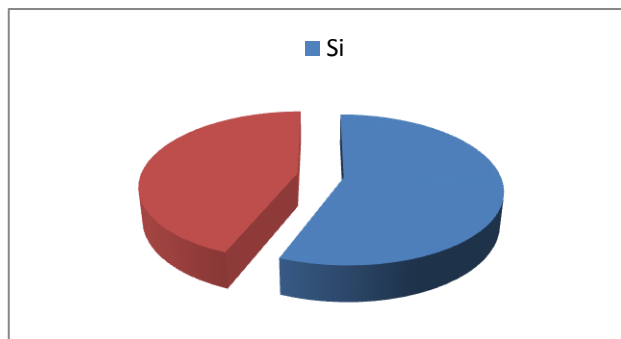
ENCUESTA DIRIGIDA A JEFES DE FAMILIA

1.- ¿Conoce usted a cerca de los servicios turísticos que posee el Cantón Pillaro?

Cuadro N° 6: Tabulación a cerca de los Servicios Turísticos

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	191	56%
NO	150	44%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 1: Servicios Turísticos



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

ANÁLISIS:

El resultado que arroja la encuesta nos da a conocer que el 44% de la población no conoce los servicios turísticos que su propio Cantón posee mientras que un 56% responde que si conoce del tema.

INTERPRETACIÓN:

Se puede decir que más de la mitad de la población del Cantón Pillaro conoce de los servicios turísticos que posee el lugar, mientras que una parte no conoce del tema lo cual es preocupante y requiere de una pronta solución.

PREGUNTA 2:

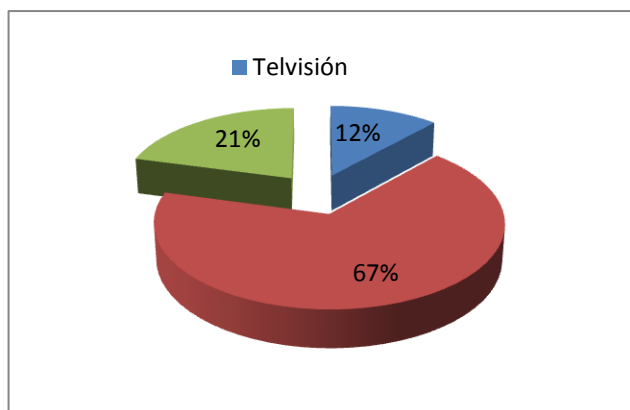
2.- ¿Qué medio de comunicación cree usted que es el más eficaz para dar a conocer la Fiesta del Corpus Cristi en el Cantón Pillare?

Cuadro N° 7: Tabulación acerca de los medios de comunicación

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Televisivo	40	12%
Material impreso	230	67%
Internet	71	21%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 2 Medios de Comunicación

PREGUNTA N° 2



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

ANÁLISIS:

La encuesta realizada muestra que un 12% de la población opina que sería bueno dar a conocer al Cantón mediante el medio televisivo mientras el 21 % opta por internet y con una mayoría del 67% nos dice que el medio impreso es más eficaz.

INTERPRETACIÓN:

Con estos resultados obtenidos podemos mencionar que la televisión, el internet y los medios impresos son una clave muy importante y relevante para dar a conocer algo de interés para todos.

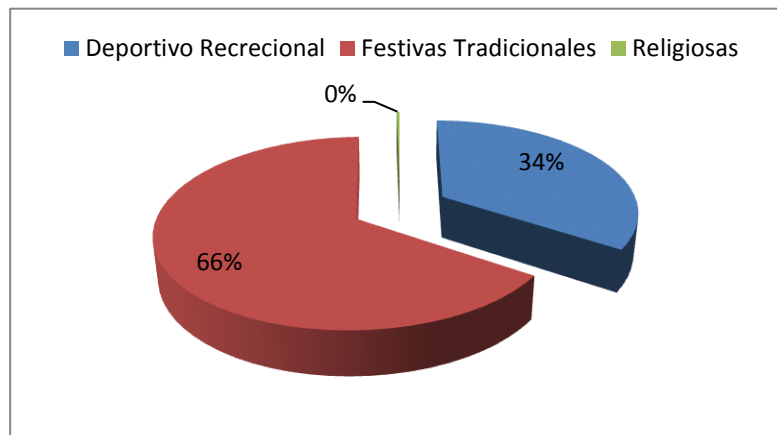
PREGUNTA 3

¿Qué tipo de actividades turísticas se realizan en el Cantón Pillaro?

Cuadro N° 8: Tabulación de las Actividades Turísticas

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Deportivo - Recreacional	117	34%
Festivas - Tradicionales	223	65%
Religiosas	1	1%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 3 Actividades Turísticas



Fuente: Jefes de Familia
 Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

ANÁLISIS:

En esta pregunta observamos que el 1% realizan actividades religiosas mientras que un 34% opta por el deporte y la recreación y con una mayoría del 65% manifiesta que es festivo y tradicional.

INTERPRETACIÓN:

Como conclusión que se sacó de las encuestas se puede mencionar que la gente que visita el Cantón Píllaro lo hace por disfrutar de los diferentes eventos festivos que se desarrollan, mientras que por religión se puede observar que no es muy acogido por la sociedad.

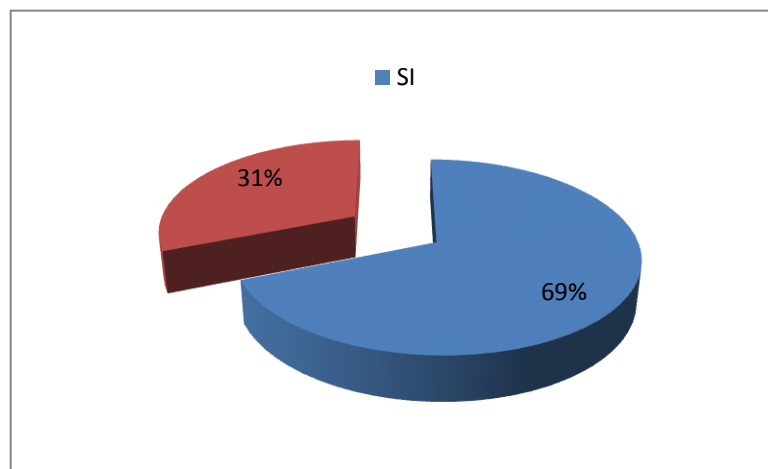
PREGUNTA 4

¿Piensa usted que la diablada pillareña es una competencia directa para que el corpus Cristi no sea tan conocido?

Cuadro N° 9: Tabulación de una competencia directa

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	235	69%
NO	106	31%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 4 Competencia Directa



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

ANÁLISIS:

La encuesta nos da a conocer que un 31% de la población piensa que la diablada es el centro de atención de turistas y un 69% opina que eso no tiene nada que ver.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de personas respondieron que no tiene nada que ver un evento con el otro, debido a que los dos se manejan en diferentes fechas y tienen otros significados, lo cual se puede identificar que se necesita darle un mayor realce a la Fiesta del Corpus Cristi porque es un hecho simbólico.

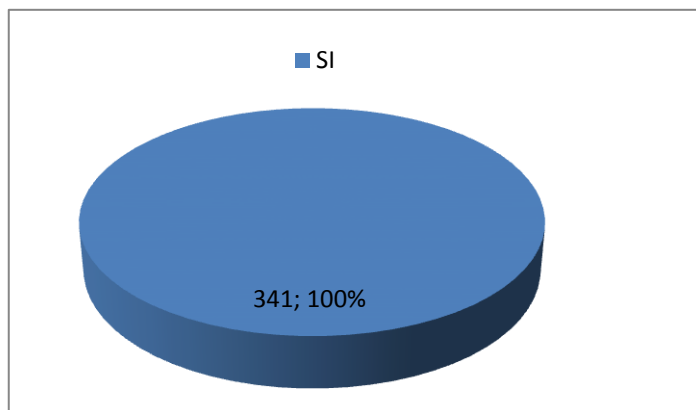
PREGUNTA 5

¿Cree usted que el desarrollo de la fiesta del corpus Cristi es un factor importante para el desarrollo del Cantón Pillaro?

Cuadro N° 10: Tabulación del desarrollo de la fiesta del Corpus Cristi

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	341	100%
NO	0	0%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 5 desarrollo de la fiesta del Corpus Cristi



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

ANÁLISIS:

El resultado que se puede observar en esta respuesta es un 100% lo cual nos a conocer que toda la población piensa que esta fiesta es importante.

INTERPRETACIÓN:

Se concluye mencionando que la Fiesta del Corpus Cristi en el Cantón Píllaro es de mayor importancia debido a que es una tradición, e aquí la recuperación de una fiesta que se ha ido celebrando mediante años pero con una escasa difusión turística.

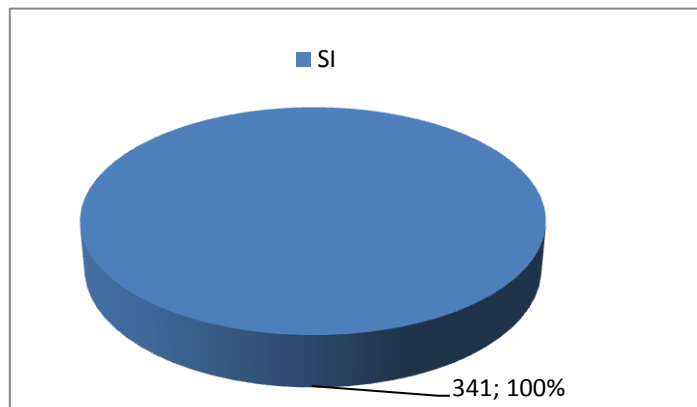
PREGUNTA 6

¿Piensa usted que la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia San Andrés del Cantón Pillaro a sufrido cambios de aculturación?

Cuadro N° 11: Tabulación de los Cambios de Aculturación

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	341	100%
NO	0	0%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 6 Aculturación



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina

ANÁLISIS:

En la encuesta realizada un 100% responde que si, la fiesta del Corpus Cristi a recibido muchos cambios por las nuevas generaciones.

INTERPRETACIÓN:

Lamentablemente la población menciona que se ha detectado un signumero de cambios ya que no existe una participación de nuevas generaciones debido a que ellos han adquirido nuevas costumbres y les desagrada la participación en dicho evento.

PREGUNTA 7

¿Qué tipo de turistas visitan el Cantón Pillare?

Cuadro N° 12: Tabulación de los tipos de turistas

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXTRANJEROS	0	0%
NACIONALES	341	100%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 7 Tipos de Turistas



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina

ANÁLISIS:

La encuesta arroja que la visita que el Cantón recibe por la celebración de la fiesta del Corpus Cristi es un 100% de turistas nacionales.

INTERPRETACIÓN:

Es de mayor importancia dar a conocer esta fiesta no solo dentro del país sino que también conviene que sea conocido a nivel mundial para de esa manera compartir la riqueza y brindar un total desarrollo a la comunidad beneficiada

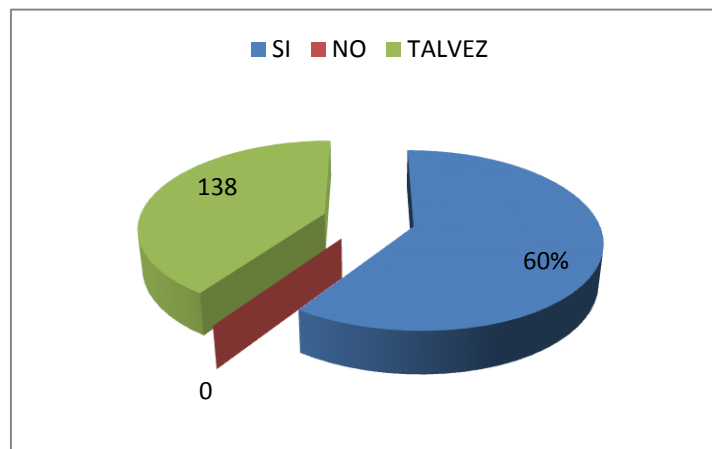
PREGUNTA 8

¿Cree usted que el incrementar medios de promoción turística a cerca de la Fiesta del Corpus Cristi ayudara a que la afluencia de turistas sea mayor?

Cuadro N° 13: Tabulación a cerca de los medios de Promoción Turística

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	203	60%
NO	0	0%
TAL VEZ	138	40%
TOTAL	341	100%

Graneo N° 8 Medios de Promoción Turística



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina

ANÁLISIS:

La población entrevistada responde un 40% que tal vez es decir no está completamente segura, mientras que un 60% manifiesta que necesita ser más promocionada.

INTERPRETACIÓN:

La promoción es un factor de mayor importancia para dar a conocer todos los procesos a desarrollarse, y más si es una fiesta tradicional, dado esto se podrá ver un beneficio ya sea para el visitante como para las personas que poseen esta tradición.

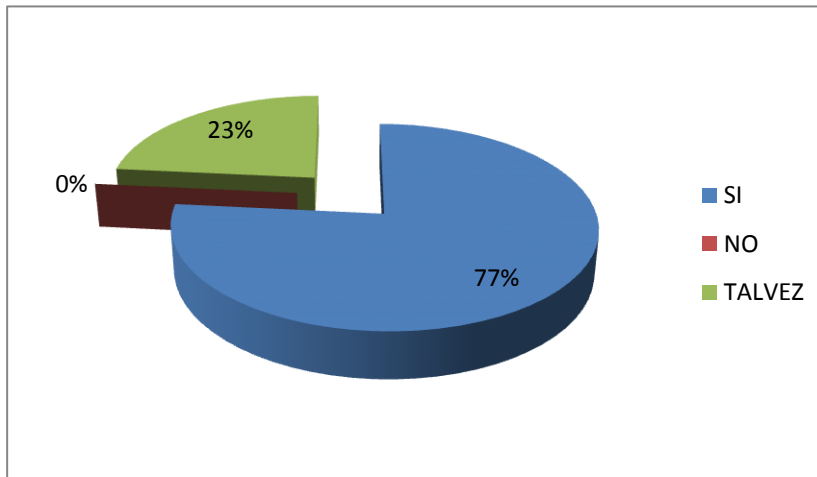
PREGUNTA 9

¿Piensa usted que el Corpus Cristi que se realiza en el Cantón Pillaro cuenta con los elementos necesarios para ser un potencial turístico?

Cuadro N° 14: Tabulación del Potencial Turístico

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	261	77%
NO	0	0%
TAL VEZ	80	23%
TOTAL	341	100%

Gráfico N° 9 Potencial Turístico



Fuente: Jefes de Familia

Elaborado: CONSTANTE, Carolina

ANÁLISIS:

El 23% de la población responde que no tiene los suficientes recursos mientras que la mayoría con un 77% responde que si tiene todos los recursos necesarios para ser conocido por todos.

INTERPRETACIÓN:

Toda fiesta histórica y simbólica es de mayor importancia y más si cuenta con los recursos necesarios para ser aprovechada de una manera moderada por eso se va a implementar cosas nuevas que beneficien a la comunidad y que ellos no desconfíen como lo han venido haciendo,

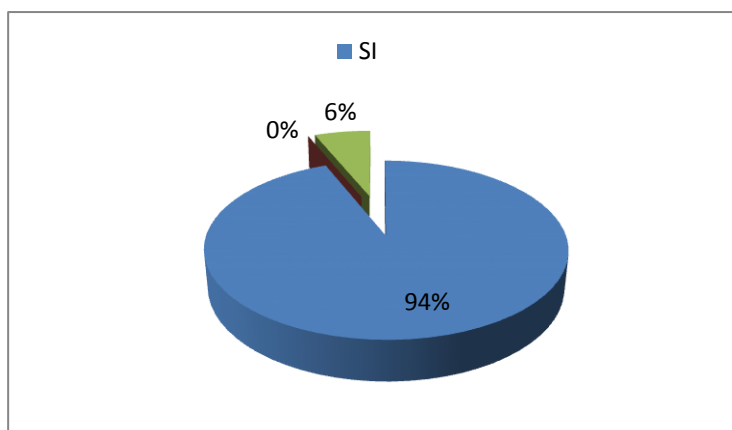
PREGUNTA 10

¿Cree usted que el turismo es un factor importante para el desarrollo económico del País?

Cuadro N° 15: Tabulación de la importancia del turismo

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	320	94%
NO	0	0%
TAL VEZ	21	6%
TOTAL	342	100%

Gráfico N° 10 Importancia del Turismo



Fuente: Jefes de Familia

ANÁLISIS:

Con un bajo porcentaje del 6% la gente responde que no influye las fiestas en el desarrollo de las fiestas mientras que un 94% opina que es de mayor importancia para un mejor futuro.

INTERPRETACIÓN:

Se recalca que todo evento que demuestre rasgos históricos y que puedan ser compartidos entre todos es de mayor importancia y más si se le puede ayudar a que esto se difunda, como una fiesta única donde la gente participante pueda demostrar todas sus destrezas y logros que han venido guardando desde sus antepasados.

4.2 Verificación de la hipótesis

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

HO La difusión turística de la fiesta del corpus Cristi NO incide en la afluencia de visitantes a la parroquia del cantón Pillare de la provincia de Tungurahua.

HI La difusión turística de la fiesta del corpus Cristi SI incide en la afluencia de visitantes a la parroquia del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua.

4.2.2 Selección de Niveles de Significación

Para la verificación de hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha = 0,01$

4.2.3 Descripción de la Población

Esto se ha tomado como referencia para la investigación de campo una muestra de los Jefes de familia edad 40-44 años de la Parroquia de San Andrés del Cantón Pillaro de la Provincia de Tungurahua

Cuadro N° 16: Tabulación

Población	Habitantes	%
Jefes de familia edad	751	100%
40-44 años		
Numero de muestra	341	100%

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

4.2.4 Especificación de la Estadística

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresara un cuadro de contingencia de cinco filas por dos columnas con el cual se determinara las frecuencias esperadas

Cuadro N° 17: Categorías

Alternativas	Opción 1	Opción 2	Subtotal
1	191	150	341
4	235	106	341
5	341	0	341
6	341	0	341
7	341	0	341
TOTAL	1449	256	1705

FRECUENCIA ESPERADA	
$(1449 \times 341) / 1705 =$	289,8
$(256 \times 341) / 1705 =$	51,2

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

4.2.5 Especificación de las regiones de la aceptación y rechazo

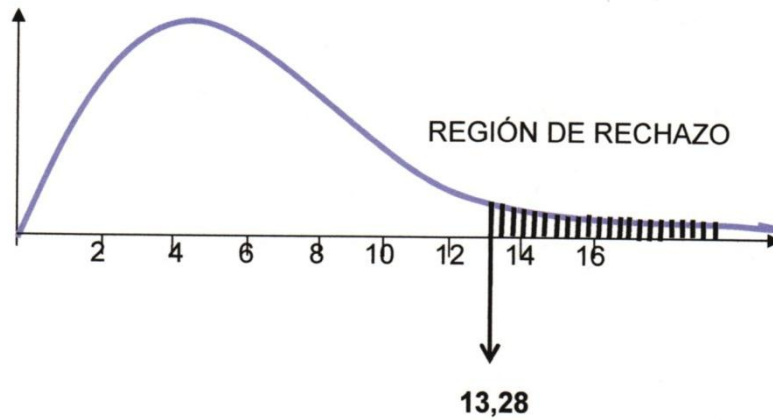
Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro de contingencia consta de cinco filas y dos columnas.

Cuadro N° 18: Grado de Libertad

Grado de libertad

Filas		Columnas
gl=	(5-1)	(2-1)
gl=	4	1
gl=	4x1	
gl-	4	
		$X^2_{13,28}$

La representación gráfica sería:



Regla de decisión

Por lo tanto con 5 grados de libertad y a nivel 0,01 de significación la tabla $\chi^2_T = 13,28$ por tanto si $\chi^2_C < \chi^2_T$ se aceptara la H_0 , caso contrario se rechazara y aceptara la hipótesis alternativa.

4.2.6 Recolección de datos y cálculo de la estadística

Para esto se utilizara la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

Cuadro N° 19:

•	E	(0-E)	(0-E)2	(0-E)2/E
191	289,8	-98,8	197,6	0,66
150	51,2	98,8	197,6	3,86
235	289,8	-54,8	109,6	0,38
106	51,2	54,8	109,6	2,14
341	289,8	51,2	102,4	0,35
0	51,2	-51,2	102,4	2
341	289,8	51,2	102,4	0,35
0	51,2	-51,2	102,4	2
1705	1705			14,04

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

Como se puede observar Los 5 grados de libertad a nivel de 0.01 de significación la tabla $X^2_T = 13,28$ por tanto si X^{CC} aceptara la H_0 caso contrario se rechazara y aceptara la hipótesis alternativa

Como $X^2_T < y_C (14.04)$ se aceptara la hipótesis alternativa H_1 - La difusión turística de la fiesta del corpus Cristi SI incide en la afluencia de visitantes a la parroquia del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Con la investigación realizada se determina que mediante un proceso efectivo de difusión turística se puede lograr una mayor afluencia de turistas, ya que es indispensable dar a conocer la riqueza cultural que nuestros pueblos poseen y también se obtendría un aporte positivo del turista con la comunidad, con esto se lograría un intercambio cultural de las diferentes poblaciones involucradas en estos eventos.

- Se determina que los turistas Nacionales son los que mayor veces visitan estos eventos culturales, lo cual es un tanto preocupante el no tener la presencia de visitantes Internacionales.- Por lo tanto es necesario tomar medidas eficaces de una correcta y mayoritaria difusión turística en la que abarque a propios y extraños a incentivarles a que visiten este tipo de eventos que enriquecen nuestro orgullo y raíces ancestrales.

- Es importante involucrarse en eventos propios de una comunidad ya que aun se puede notar que existen costumbres únicas que aun conservan, también aprender paso a paso el desarrollo de la ceremonia y la importancia y el significado que para ellos tiene este evento.

- De acuerdo con la información recolectada por medio de la aplicación de las encuestas a todos los involucrados, se llega a determinar que es indispensable el manejo de una adecuada promoción de los lugares y eventos turísticos ya que se pudo comprobar que el turismo es una herramienta de mayor importancia para el desarrollo económico del país.

- El desarrollo de la ceremonia del Corpus Cristi, con la inserción al mestizaje y a sus formas políticas, sociales y económicas esta forzado a perder su identidad como pueblo, situación que se observa con la participación solo de gente adulta y la ausencia de jóvenes que quieran seguir a sus padres o abuelos que han venido trascendiendo con este evento año tras año, surgiendo en nuevos personajes que en el pasado no existieron.

- No existe una definición precisa sobre el origen de la fiesta, pues se tienen algunos comentarios los cuales hace confundir a todos aquellos interesados por conocer las verdaderas raíces de la celebración del Corpus Cristi.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio profundizado de los orígenes de la fiesta debido a que es una atracción valiosa para propios extraños que quieran llegar a visitar el lugar, requieren conocer el inicio, los significados de los atuendos que llevan los participantes , los rituales y hasta la música con la que intervienen en la comparsa.
- Capacitar a la población para que durante la estadía de turistas brinden un servicio de calidad y de esta manera ellos estén dispuestos a regresar y también sirvan como un medio de comunicación e impulsen a la gente a que visiten las fiestas culturales que se dan en el lugar.
- Compartir costumbres tradiciones con los turistas para que ellos se sientan incluidos en las actividades que se desarrollan en el transcurso del evento con esto no quiere decir que adopten costumbres nuevas y quieran cambiar la suya, es por eso que el intercambio de ideas positivas podrán ayudar al mejoramiento de una tradición que viene dándose hace mucho tiempo atrás.
- Crear un plan de difusión turística profundizado en donde contenga rasgos históricos, rituales y el significado de su participación, y de esa manera fomentar una afluencia de turistas nacionales e internacionales que ayuden a incrementar la economía de la comunidad y en si del país.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Tema:

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA PARA DAR A CONOCER LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS DEL CANTÓN PÍLLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

6.1 Datos Informativos

Nombre de la comunidad	: San Andrés
Provincia	: Tungurahua
Cantón	: Píllaro
Parroquia	: San Andrés
Organización	: Comunitaria
Población Píllaro	: 34.925
Jefes de familia encuestados	: 751
Beneficiarios	: Personas involucradas
Responsables	: Investigador

6.2 Antecedentes de la Propuesta

Una vez recopilada la información acerca de la difusión turística se puede mencionar que existe una investigación acerca de las transformaciones experimentadas por el danzante de Corpus Cristi del Cantón Pujili, Provincia de Cotopaxi, mientras que no existe ninguna información cercana al tema investigativo escogido, lo cual es un motivo para poner en consideración el presente trabajo investigativo con el objetivo de aportar al conocimiento de nuevas generaciones que estén interesadas en investigar más a fondo este tema que es de gran importancia para el País.

Con esta investigación se puede dar a conocer que las costumbres de nuestros ancestros siguen siendo una base importante de datos de cómo ellos fueron evolucionando y descubrir porque hoy en día algunas de estas costumbres han cambiado y si a afectado en el medio en el que ellos se desenvuelven.

Es por eso que esta investigación ayudara aclarar algunas dudas que pueden tener las nuevas generaciones venideras.

6.3 Justificación

De acuerdo a la información recabada es de suma importancia la propuesta planteada debido a que esta ayudara al desarrollo de la comunidad y en si del país, es grato reconocer que el potencial de un evento cultural como el del Corpus Cristi se lo debe dar a conocer mediante un plan de difusión turística donde relate y describa todo a cerca de esta ceremonia ritual, con esto quiero y aspiro dar a conocer a propios y extraños la riqueza que nuestra gente puede compartir sin que esta sea alterada mediante la adaptación de costumbres ajenas a las de su pueblo, brindando un espacio a todos aquellos que quieran aportar con ideas positivas para que esto perdure y año tras año se lo celebre de una manera adecuada.

Lo novedoso e interesante de esta propuesta, es que la fiesta del Corpus Cristi se convierta en un destino turístico de alto potencial y que sea visitado por un nicho amplio de turistas, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los pobladores.

Con el aprovechamiento y el manejo adecuado de una difusión turística se lograra un espacio marcado con el propósito de implementar una operación en la que trabaje toda la comunidad y genere ingresos para los mismos.

Finalmente quiero mencionar que con este trabajo se verán encaminados todos los recursos de manera que satisfaga las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos esenciales de los mecanismos de difusión y brindando oportunidades de crecimiento a la población.

6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan de difusión turística para dar a conocer la fiesta del Corpus Cristi de la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua,

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir la fiesta del Corpus Cristi dentro y fuera del país por intermedio de alianzas con las empresas turísticas locales para una publicidad y marketing adecuado.
- Determinar el mensaje y la creatividad que se utilizara para el enfoque de los atributos únicos del destino y sus beneficios.
- Seleccionar los medios masivos (televisión, radio, diarios, revistas, publicidad exterior más personalizados (folletos, trípticos, dípticos) que se van a utilizar.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

FACTIBILIDAD OPERATIVA

La propuesta de elaborar un plan de difusión turística es con un fin estructurado de dar a conocer la fiesta del corpus Cristi mediante un sinnumero de métodos de promoción y publicidad desarrollando de manera aleatoria y de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por la comunidad.

Por lo tanto se considera interesante que el desarrollo y aplicación de la presente propuesta sea operativamente y factible de realizarla y tener los resultados deseados.

FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad ejecutarse este proyecto en función de la disponibilidad de recursos utilizados

Cuadro N°: 20 Indicador de financiamiento

INDICADORES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Apoyo de organismos Seccionales					
Apoyo de organismos Municipales					
Apoyo de ONG'S					
Suficiencia del conjunto de recursos para financiar las actividades de la propuesta					
Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución					
Tendencia actual de apoyo económico a este tipo de emprendimientos					

Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

Resultado

El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a s naturaleza comunitaria.

Una vez establecidos los indicadores y su ponderación en una escala del 1 al 5 se concluye que el proyecto es económicamente factible.

6.6 FUNDAMENTACION TEÓRICA

Cuadro N° 21: Fundamentación Teórica

Necesidades	Carencia de un bien básico, tal como alimento o necesidades más complejas, como la de pertenecer a un grupo.	Necesito unas vacaciones urgentes este fin de semana.
		Necesito reunir a mi familia.
Deseos	Carencia de algo específico que satisface las necesidades básicas.	Deseo irme al Corpus Cristi en el Cantón Píllaro,
		Deseo conocer toda la provincia de Tungurahua.
Demanda	Deseo de un producto específico apoyado por una capacidad específica.	Tengo dinero para visitar el Cantón Píllaro
		En la familia tenemos los recursos.
Productos y servicios	Todo aquello que puede ser ofrecido al mercado para satisfacer una necesidad o deseo, sea tangible o intangible.	Complejo turísticos alojamiento en hoteles, caminatas, cabalgatas
		Sala de reuniones, ambiente tranquilo.
Valor para el cliente	Diferencia entre los valores positivos y	El viaje supone 45 minutos en autobús,

	negativos proporcionados por el producto o servicio.	pero vale la pena
Nivel de satisfacción del cliente	Resultado de comparar la percepción de los beneficios recibidos con las experiencias.	Ojalá pueda volver en otra ocasión La verdad es que ha salido todo perfecto.
Intercambio	Acto de obtener un producto deseado de otra persona, ofreciéndole algo a cambio.	El alojamiento me costó 25 dólares La comida en Pillare se noto de excelente gusto.
Marketing de relaciones	Construcción de relaciones a largo plazo con clientes, proveedores, mayoristas y comercios.	La agencia que organizó el viaje tiene acuerdos con el hotel donde nos alojamos.
Mercado	Conjunto de consumidores potenciales que comparte una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor.	Turismo Cultural Turismo Festivo. Turismo de Aventura

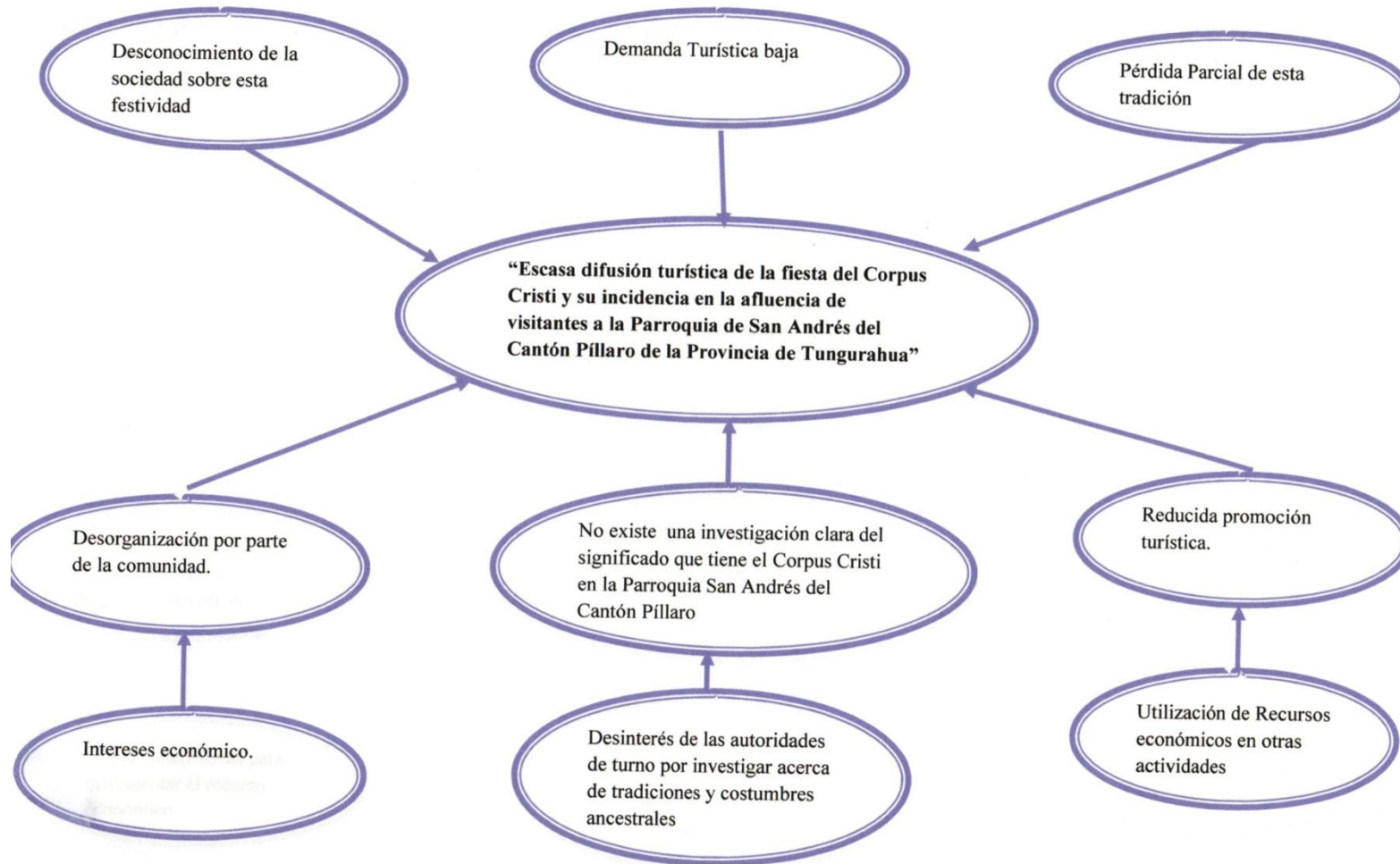
Elaborado: CONSTANTE, Carolina (2011)

6.7 Metodología

Para la presente propuesta se utilizara la técnica de Marco Lógico (SML) basado en la ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA PARA DAR A CONOCER LA FIESTA DEL CORPUS CRISTI EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS DEL CANTÓN PÍLLARO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA para lo cual se utilizara el árbol de problemas se transformara en árbol de objetivos y luego en la matriz de Marco Lógico.

6.7.1 Árbol de Problemas

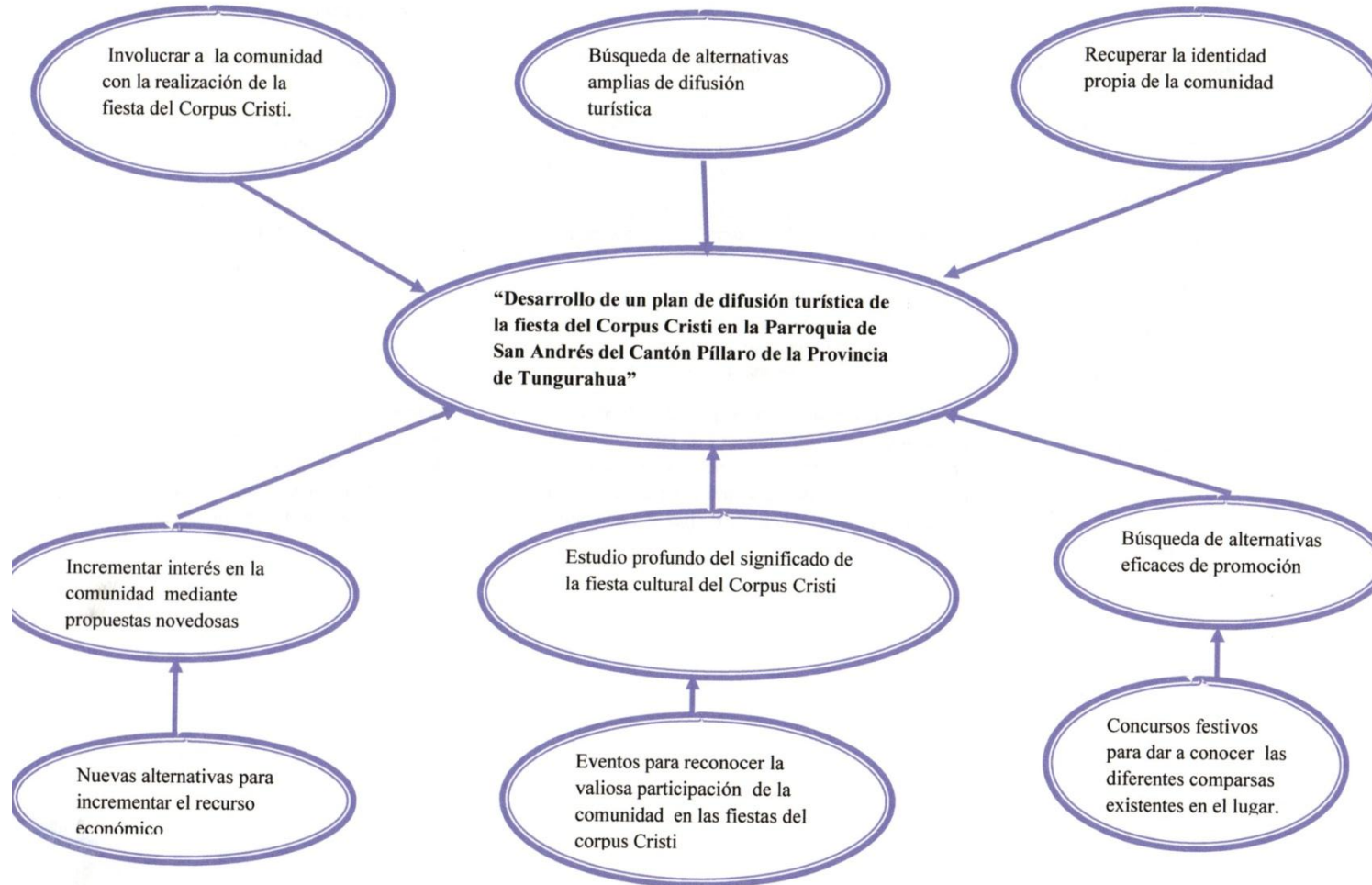
Diagrama N° 6 Árbol del problema



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

6.7.2 Árbol de Objetivos

Diagrama N°7 Árbol de Objetivos



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

Cuadro N°: 22 Matriz de Marco Lógico

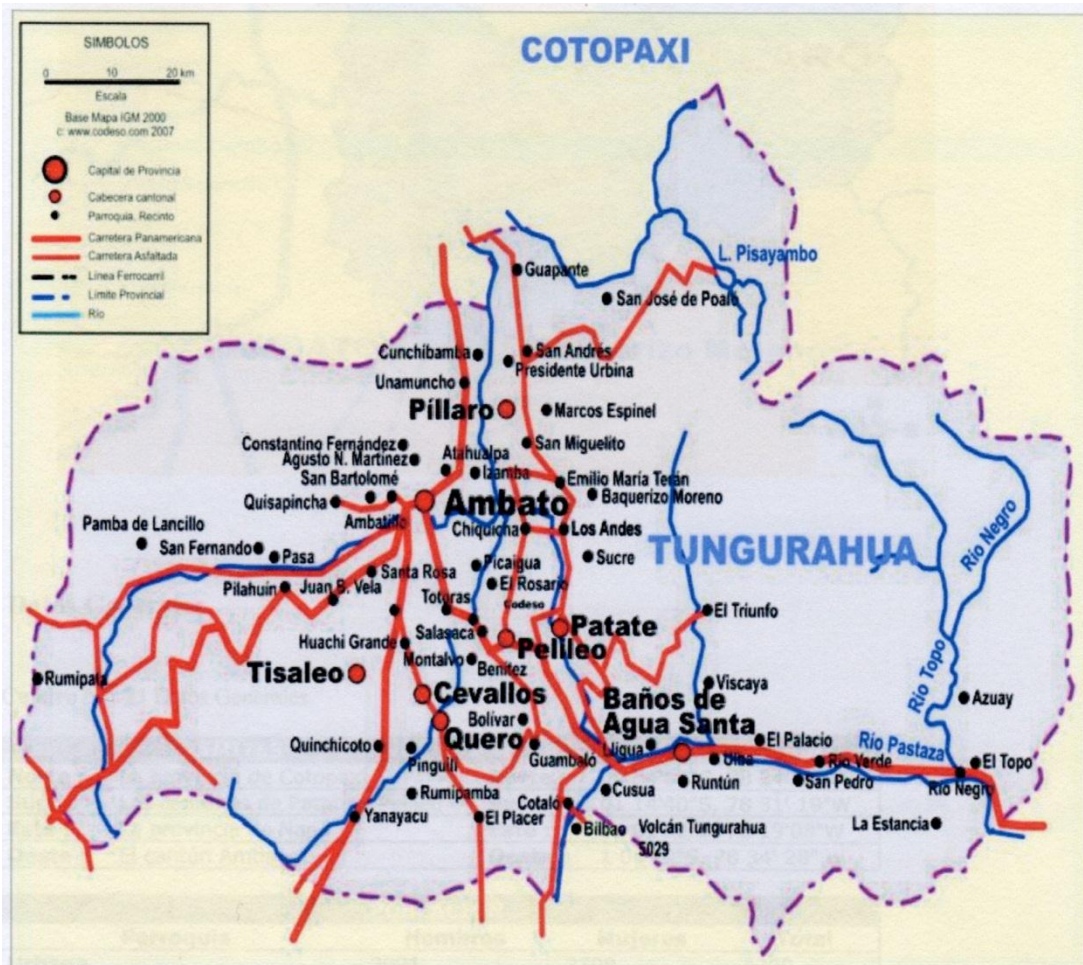
	Nivel de objetivo	Indicador	Medio de verificación	Supuesto
Fines →	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Involucrar a la comunidad con la realización de la fiesta del Corpus Cristi ✓ Búsqueda de alternativas amplias de difusión turística ✓ Recuperar la identidad propia de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para enero del 2012 el 67% de la población es decir 230 estarán involucrados con los eventos a realizarse en las fiestas del corpus Cristi ✓ Para el 22 de Mayo se tendrá 10000 trípticos impresos con la información de las fiestas en material cuche ✓ A partir del mes de febrero del 2012 un 67% de la población es decir 230 pobladores remontaran sus costumbres ancestrales mediante una recapitulación de lo que han vivido sus ancestros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Documento de inscripciones a participar en las comparsas de la fiesta ✓ Trípticos, dípticos, comunicados, videos, spot publicitario. ✓ Documentos históricos de lo que significa su fiesta 	Presupuesto certificado por el MINTUR
Propósitos →	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Desarrollo de un plan de difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia de San Andrés del Cantón Pillaro de la Provincia de Tungurahua” 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El desarrollo de un plan de difusión Turística estará en pie en el mes de Enero del 2012 se contara con el apoyo de un 100% de la población que corresponde a 341 habitantes a impulsar este proyecto para que atreves de este surja como una tradición cultural 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de difusión turística, medios de comunicación. 	Apoyo por parte del municipio de la provincia de Tungurahua

<p>Component</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar interés en la comunidad mediante propuestas novedosas ✓ Estudio profundo del significado de la fiesta cultural del Corpus Cristi ✓ Búsqueda de alternativas eficaces de publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para junio del 2012 un 100% de la población con 341 habitantes aportaran con el interés de participar con ideas nuevas para dar a conocer su fiesta cultural ✓ Para enero del 2012 un 67% de la población con 230 participantes ayudaran a propagar los inicios de sus fiestas y su significado mediante conocimientos de gente que vivió las primeras celebraciones ✓ En el mes de marzo se contara con 203 pobladores que son 63% de la comunidad a seleccionar una variedad de métodos de difusión turística eficaces para dar a conocer el evento cultural a celebrar 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Documentos de Rutas elaboradas y señalizadas para que visiten la Parroquia ✓ Escritos antiguos y modernos que describen el significado del inicio de las fiestas del corpus Cristi ✓ Registros de turistas que visitaron las fiestas 	<p>Ayuda de autoridades Municipales .</p>
<p>Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevas alternativas para incrementar el recurso económico ✓ Eventos para reconocer la valiosa participación de la comunidad en las fiestas del corpus Cristi ✓ Concursos festivos para dar a conocer las diferentes actividades existentes en el lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para el 2012 se incrementara un 30% de participación para mejorar el recurso económico. ✓ En junio del 2012 el 80% de los pobladores participaran en la fiesta del Corpus Cristi ✓ En junio del 2012 se contara con 290 pobladores que equivale al 85% de la comunidad aportaran con diferentes alternativas de emprendimiento como la exposición de artesanías hechas en la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estadísticas de índices económicos de la Provincia ✓ Registro de participantes ✓ Facturas de compras realizadas 	<p>Apoyo por parte de la comunidad de San Andrés</p>

Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

6.7.4 Desarrollo Operativo de la Propuesta

PROVINCIA DE TUNGURAHUA



CANTON PILLARO



Datos Generales

Cuadro N° 23 Datos Generales

LIMITES		UBICACIÓN GEOGRAFICA	
Norte :	La provincia de Cotopaxi	Norte :	00 54'18"S, 78 24'38"-W
Sur :	Los cantones de Patate y Pelileo	Sur :	01 14'40"S, 78 31' 19"W
Este:	La provincia de Ñapo	Este:	01 02'12"S, 78 19'08"W
Oeste:	El cantón Ambato	Oeste:	1 04'20"S, 78 34- 28" W
PARROQUIA			
Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
Urbana	2991	3308	6299
Periferia Rural	2580	2982	5562
Baquerizo Moreno	140	136	276
Emilio María Terán	640	689	1329
Marcos Espinel	2580	2982	5562
Presidente Urbina	1129	1291	2420
San Andrés	4628	5257	9885
San José de Poaló	944	978	1922
San Miguelito	2413	2637	5050
Total	16522	18403	34925

Fuente: Ilustre Municipio de Pillaro

El Cantón Pillare fue fundado en el año 1570 por Antonio Clavijo y se lo ascendió a Cantón el 25 de Julio de 1851.

Las voces indígenas que intervienen en el nombre del Cantón se dan por una de las tribus que habitaban en este sector que eran los ATIPILLAHUAZO de donde se deriva el nombre de Píllaro. PILLARO, proviene de dos voces indígenas: PÍLLALA que significa rayo o trueno, y ARROQUE que quiere decir Altares; por consiguiente su nombre significa "Altar del Dios Rayo y Trueno". ¿Por qué Santiago? Santiago, el mayor de los apóstoles. Patrón guerrero de las armas españolas, fue considerado así, primero, porque fue fundado por un español, y no por hidalguía y coraje del pueblo pillareño que siempre se lo reconoció por su bravura y rebeldía, por esta razón su nombre es "Santiago de Píllaro".

El cantón Píllaro, majestuoso, imponente, está situado en las faldas de la Cordillera Central de los Andes, al noreste de la provincia del Tungurahua; se extiende desde el río Guapante o Yanayacu al norte, el Cutzatahua al sur, al oriente de la Cordillera de los Andes y al occidente el río Culapachan.

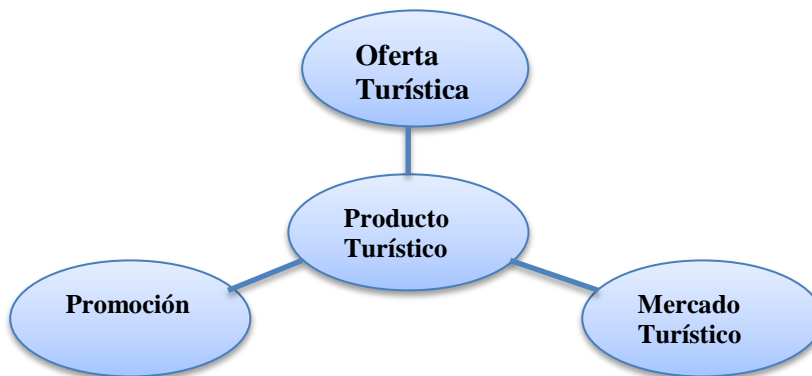
En la cordillera Oriental, que atraviesa su territorio, se halla el legendario y misterioso Cerro Hermoso y Los Llanganates, con sus minas de oro, tesoro escondido por Atahualpa. Píllaro, durante el reinado del Shyri Inca, se fue haciendo de un poderoso cacicazgo en el Reino de Quito, en nuestro cantón fue el ATI

PILLAHUAZO en cuya hija tuvo el inca Huayna Cápac a Rumiñahui, que nació en Huaynacuri, legítimo pillareño. Antiguamente fue asiento de las tribus: Tasinteo, Quillacunas, Montugtusas, Huapantes y otras que se distinguieron siempre por su amor a la libertad y a su patriotismo.

Los pillareños en general son creativos, con profundo sentimiento práctico; amantes del trabajo y muy constantes, son alegres, francos, acogedores, muy aficionados a las bellas artes y la música.

PREPARACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

Diagrama N°8: Marketing Estratégico



Fuente: Miguel Ángel Acerensa

1. Información proveniente al plan
2. Definición de los objetivos promocionales
3. Selección de la estrategia promocional
4. Atractivos turísticos
 - Atractivos de sitios

- Atractivos de eventos

5.- Preparación del material de apoyo

- Plan creativo
- Plan de medios

6.- Campaña publicitaria

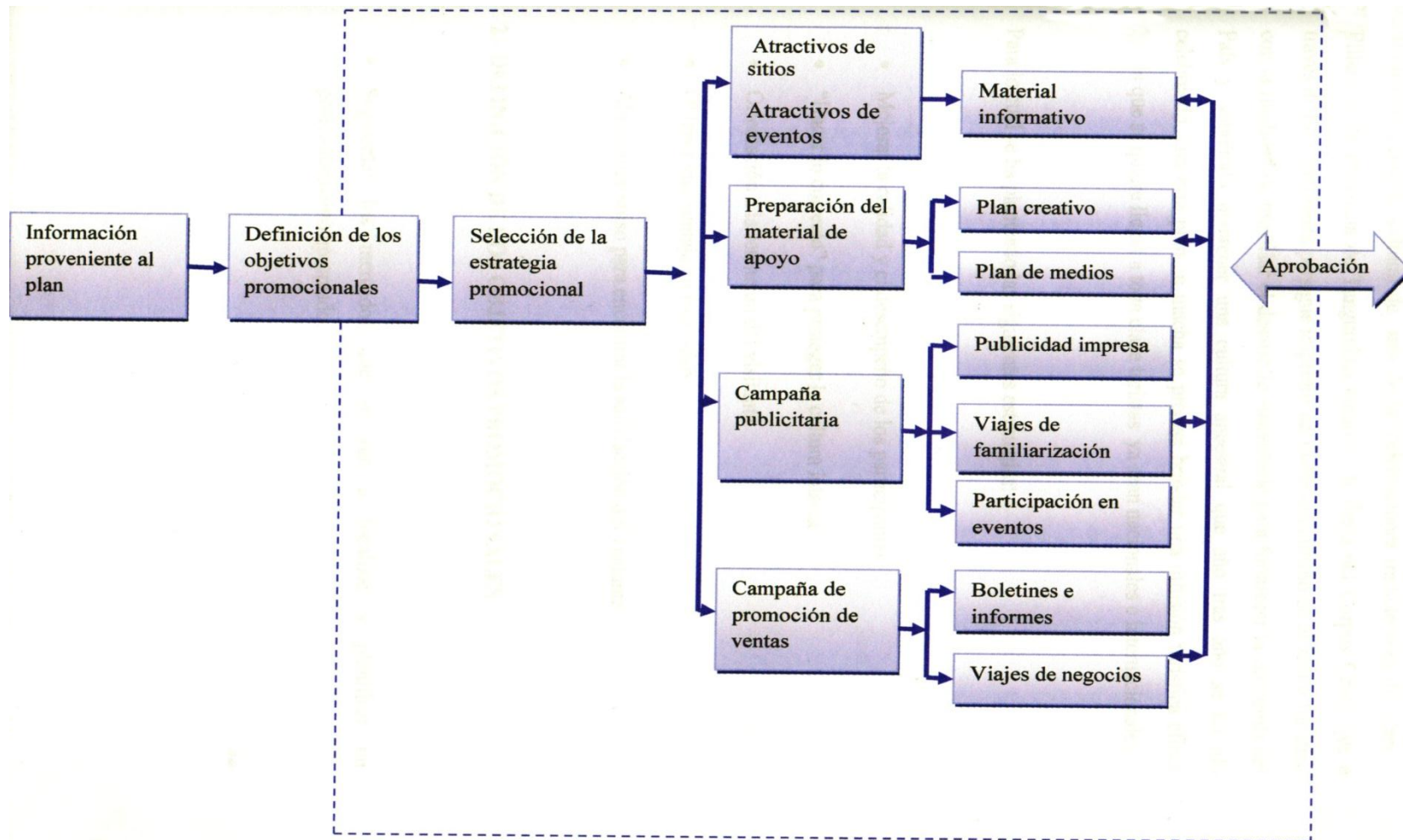
- Publicidad impresa
- Viajes de familiarización
- Participación en eventos

7.- Campaña de promoción de ventas

- Boletines e informes
- Viajes de negocio, vacaciones, visita a familiares, religión

8.- Aprobación

Diagrama N° 9 Preparación del Plan de Marketing



1.- INFORMACIÓN PROVENIENTE AL PLAN

Dentro del contexto cultural de una de las celebraciones tradicionales del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua como es la fiesta del Corpus Cristi, que a través de esta propuesta persigue imprimir un fuerte dinamismo en el sector turístico con la finalidad de impulsar el desarrollo sustentable para fortalecer la economía del País y sobretodo mantener una cultura ancestral que año tras año se ha ido celebrando, con este plan en marcha se precisa brindar una difusión turística eficaz con la que se quiere llegar a toda clase turistas ya sean nacionales e internacionales.

Para lo cual se ha planteado las siguientes estrategias:

- Mejorar la calidad y el desempeño de los participantes
- "Hacer lo correcto" para proteger la cultura intacta
- Orientación a la retención del visitante
- Obtener una ventaja en mercadeo
- Alto compromiso para encontrar la satisfacción del visitante

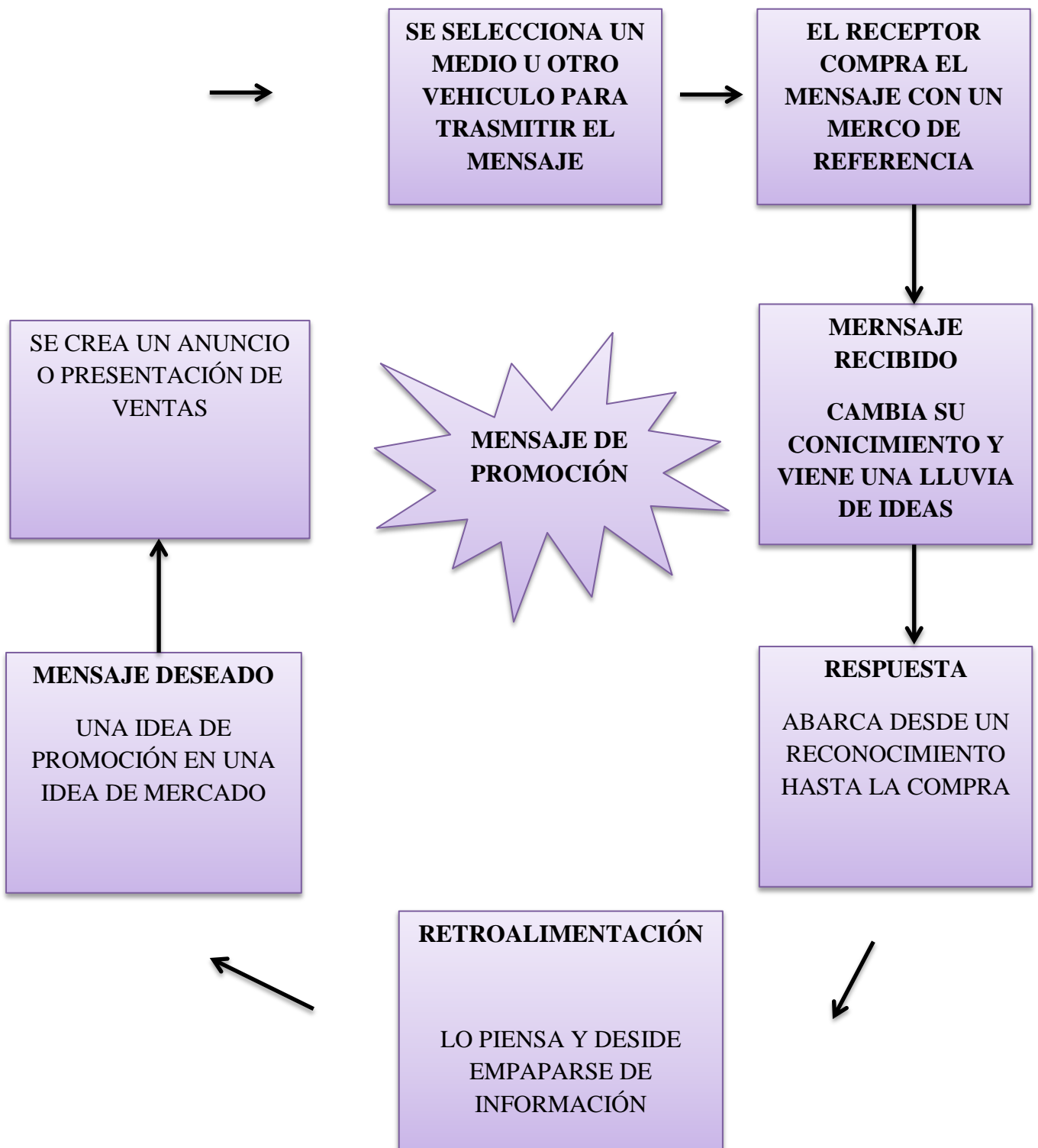
2.- DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS PROMOCIONALES

- Segmentar los mercados que se van a focalizar y planificar un posicionamiento apropiado.

- Proyectar una imagen positiva
- Facilitar todo tipo de material informativo al turista.
- Localizar sectores responsables para que se encarguen de la distribución **de la** publicidad.
- Identificar oportunidades promocionales
- Crear entendimiento y comprensión al momento de suministrar información clave.

3. SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Diagrama N° 10 Mensajes de Promoción



Una vez definidos los objetivos se tiende a seleccionar estrategias que saque a la luz este proyecto.

Estrategia de atracción.- Llegar a los visitantes, mediante la creación de un logo con su propio slogan para que de esa manera se pueda conocer y consolidar la celebración de la fiesta del Corpus Cristi como un destino turístico de primer orden.

LOGO Y ESLOGAN



Estrategia de empuje.- Esta se la utilizara implementando todos los medios de comunicación que sean más utilizados y factibles para el turista

Estrategia de mantenimiento.-Cada año consecutivo se realizara un estudio de cómo están funcionando todos los medios que se han utilizado para promocionar la fiesta del Corpus Cristi y así realizar un control de la demanda turística

4.- ATRACTIVOS TURÍSTICOS

PARQUE NACIONAL LLANGANATES



Posee uno de los ecosistemas con la más alta bio-diversidad y endemismo, inclusive superior al Parque Nacional Galápagos, dicha riqueza ha despertado el interés de la comunidad científica nacional y extranjera. Se han registrado colibríes y más de 150 especies de aves multicolores, entre los mamíferos se destacan el oso de anteojos, venados, pumas, cervicabras, conejos y lobos.

CERRO HERMOSO



Conocida como una de las montañas más lindas del Ecuador. Tiene una altitud de 4.571 msnm. Ideal para ascensiones especialmente a partir del mes de septiembre. Es considerado como un sitio, donde se celebraban ceremonias de adoración indígena.

HUAYNACURI



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

EL TESORO DE LOS INCAS - EL DERROTERO DE VAL VERDE

Cuentan los cronistas que en la época de la colonia un español de apellido Valverde estuvo casado con la hija de un cacique, quien fue uno de los líderes de lo que hoy es Píllaro. Este español de la noche a la mañana se convirtió de un hombre pobre en un individuo rico y acaudalado, ya que el padre de la chica reveló a su yerno, el lugar donde el General Rumiñahui escondió el tesoro del Reino de Quito, de donde se dice Valverde sacó gran cantidad de oro y plata, este tesoro serviría para pagar el rescate del Inca Atahualpa que se encontraba prisionero en Cajamarca. Al ser ejecutado Atahualpa, Rumiñahui decidió ocultarlo en lo que hoy es el Parque Nacional Llanganates. Valverde regresó a vivir en su natal España y posteriormente dirigió al Rey de España un manuscrito revelando la ruta a seguirse al lugar donde se encuentra el Tesoro. Este manuscrito desde esa época se lo conoce como la guía o el Derrotero de Valverde, el mismo que inicia su recorrido de 5 jomadas en la ciudad de Píllaro. Desde aquellos días hasta la actualidad cientos de investigadores, científicos, exploradores y buscadores de tesoros han llegado a Píllaro para seguir fielmente el Derrotero y esperar que la suerte los acompañe con el consecuente hallazgo del tesoro.

QUILLAN



Pertenece a la parroquia San Miguelito del cantón Píllaro provincia de Tungurahua. Es un hermoso valle ubicado en la cuenca del río Culapachán en la parte suroeste del cantón.

Existen tres vías de acceso hacia la comunidad, la más transitada es una de segundo orden, que inicia en el centro de Píllaro Ubicación: El sector de Quillán se encuentra a 12.5 Km desde el centro del cantón con un tiempo aproximado de 30 minutos. Descripción: El 50% de las familias que habitan el sector se dedican a la agricultura y ganadería, el 40% labora fuera de la comunidad, el 6% a los Servicios turísticos y administrativos y el 4% se dedica a la elaboración de artesanías.

La tierra es utilizada especialmente para la agricultura y ganadería, aunque actualmente se utilizara para el desarrollo del ecoturismo. Estos suelos son poco profundos, erosionados, sobre una capa dura cementada.

Atractivos:

- **Los sietes Chorros:** Se encuentra en la comunidad de Quillán, desde el centro del cantón, a 10,5Km. Al pasar la escuela Simón Rodríguez, la única de la zona, existentes dos desvíos del camino principal, proseguimos por el costado izquierdo, y luego de recorrer 500m llegamos al atractivo. El declive principal tiene 3.5m. de altura, de una belleza extraordinaria, el ancho que ocupa el caudal es de 2m., la temperatura del agua es de 10°C.
- **Vertiente Paccha:** Se encuentra a 1 IKm desde el centro del cantón, pasamos la escuela Simón Rodríguez, la única de la comunidad, transitamos 600m. Para dirigimos por el costado derecho de la vía principal, caminamos 200m. Y en la primera curva cerrada al costado izquierdo, se divisa gran cantidad de agua. La vertiente goza de una espectacularidad, naturalidad y transparencia impresionante, ya que son aguas subterráneas
- **Puente Antiguo:** Se encuentra a 12.7km, desde el cantón llegamos a la comunidad Quillán La "Planta" nos dirigimos hacia el sur, luego de caminar unos 200m. Por un sendero de herradura podemos divisar el resto de lo que fue el primer puente del cantón en la orilla izquierda del río Culapachán.

Molino Antiguo: Se encuentra a 11,1 Km, desde el cantón, pasamos la escuela Simón Rodríguez, transitamos 600m, para dirigimos por el costado derecho de la vía principal, caminamos unos 200m, y en la primera curva cerrada al costado izquierdo, se divisa gran cantidad de agua que brota de media montaña, para llegar al molino hay que caminar unos 100m, por un sendero plenamente delimitado, siguiendo el curso del agua

LAGUNA DE PISAYAMBO



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

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

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

Ubicación: El lago de Pisayambo se encuentra ubicado en las inmediaciones del Parque Nacional Llanganates a 45 Km. al nororiente del cantón Píllaro provincia de Tungurahua.

Extensión: Las dimensiones del lago son de aproximadamente 3 Km. de largo y 2.5 Km. de ancho. Debido al proyecto Hidroeléctrico Pisayambo, el embalse formado en la laguna original en la actualidad es la más importante.

Clima: El agua de esta laguna es transparente y tiene una temperatura de 10° c.
Especies Simbólicas: Si es buen observador podrá encontrar huellas de lobos de páramo e incluso de conejos que habitan en la zona. Exclusivamente se puede observar aves de bosque en la parte más alta: como gralarias, mirlos, curiwingues, además huellas de conejos y lobos de páramo y la evidencia de los hábitos alimenticios del oso de anteojos.

Flora: Las riberas de la laguna está conformada por vegetación arbustiva y herbácea, asociada al pajonal. La vegetación arbustiva es caracterizada por especies vegetales como romerillo de páramo, chuquiragua, puliza, pisag, mortiño, orejas de conejo, cacho de venado, amor sacha, genciana, cashpachina, achicoria amarilla, achupalla y demás arbustos que le dan vida a este lugar. El estrato herbáceo está compuesto por diferentes especies de almohadilla y pajonal.

Atractivos: La laguna de Pisayambo es un lugar destinado al turismo naturista directo, pero su cauce ha sido alterado, prácticamente la laguna es un embalse natural modificado. Se puede realizar:

HISTORIA

Las primeras referencias respecto a los habitantes de Píllaro, según Aquiles Pérez menciona asentamientos, pertenecientes a los Caras, quienes establecieron la parcialidad de Yatchil. Los Quitus establecieron sus núcleos en Píllaro, Guapante y Tilituza. Desde el oriente llegaron los Jíbaros, luego llegaron los Incas, quienes tuvieron que enfrentar la gran resistencia de los Nativos Pillarenos. Se cita a Pillaguazu como su cacique fundador, famoso defensor del reino de Quito contra la conquista Inca. Por el año de 1605, Píllaro formó parte de corregimiento de la Villa del Villar Don Pardo, corregimiento de Riobamba, conjuntamente con Ambato y otros pueblos.

En 1754, forma parte del corregimiento de Latacunga. El vocablo Píllaro proviene del cayapa Pilla = Relámpago y Ru = Hueco u Hondón, entonces Píllaro significa:

Cuenca del relámpago. En la época de la conquista española, Píllaro destaca como el casicazgo de Rumiñahui donde este se refugia para defenderse y atacar a los españoles. Por eso, Rumiñahui y Píllaro son símbolos de rebeldía y lucha por la libertad. En 1570, funda el pueblo de Píllaro el español Don Antonio de Clavijo por comisión especial de la audiencia de Quito.

PARROQUIA SAN ANDRÉS

San Andrés.- Es una de las parroquias más grandes del cantón se caracteriza por el máximo cultivo de papas, su clima varía entre los 8° y 13° c. anteriormente se conocía como Yatchil que ahora uno de sus comunidades lo lleva, su fiestas de Corpus Cristi una fiesta religiosa que se celebra en honor al cuerpo de Cristo.

HISTORIA DEL CORPUS CRISTI

La celebración del Día de Corpus Christi se remonta a los años 1192-1258 y hasta la fecha estas festividades de la Iglesia Católica se realizan en muchos países del mundo.

Corpus Christi es una fiesta de la Iglesia Católica destinada a celebrar la Eucaristía. Su principal finalidad es proclamar y aumentar la fe de la Iglesia Católica en Jesucristo presente en el Santísimo Sacramento.

La Celebración se lleva a cabo el siguiente jueves al octavo domingo después del Domingo de Resurrección (es decir, 60 días después del Domingo de Resurrección. En muchos lugares es una fiesta de especial relevancia y en varios países es un día festivo oficial (ciertas partes de España, Austria, partes de Alemania y Suiza, Brasil,

República Dominicana, Bolivia, Croacia, Polonia, Trinidad y Tobago, Portugal, Perú y Venezuela).

En Panamá, se celebra el Corpus Christi los Jueves religiosamente en un pueblo llamado La Villa de Los Santos en el interior del país y esta fiesta mantiene gran significación para sus pobladores.

En España dejó de ser un día festivo hace algunos años, excepto en los municipios donde es fiesta local, y desde entonces la Iglesia lo celebra el domingo siguiente.

En Chile fue feriado legal entre 1987 y 2007, siendo reemplazado por el 16 de julio, día de la Virgen del Carmen. Desde 1968 se celebra en ese país el día domingo.

Las celebraciones del Corpus suelen incluir una procesión en la que la hostia, el mismo Cuerpo de Cristo, se exhibe en una custodia.

Origen de la festividad

Por un lado, se cuenta que en Lieja, Bélgica, una religiosa cisterciense llamada Juliana de Comillón (1192-1258) tuvo una visión que interpretó como la necesidad de instituir una celebración a la presencia de Jesús en la Eucaristía.

Una noche, la luna llena brillaba como plata, pero con una mancha negra; interpretó que la luna representaba a la Iglesia militante en la tierra, que recibe la luz del Sol:

Cristo Jesús; la mancha significó para ella la carencia de una celebración litúrgica para la Eucaristía.

Juliana de Comillón o Juliana de Lieja, como también se le reconoce, presentó petición a las autoridades eclesíásticas, hasta que el Obispo de Lieja Roberto de Theorette en el año de 1246, celebró el primer Corpus.

Más adelante, el Papa Urbano IV -quien conocía bien el asunto de Sor Juliana de Comillón- instituyó la celebración del Corpus Christi para la Iglesia Católica Universal, fijándola el jueves después de la fiesta de la Santísima Trinidad.

Por otro lado, se cuenta que en el año 1264 el Padre Pedro de Praga, Bohemia, dudaba sobre el misterio de la transustanciación del Cuerpo y de la Sangre de Cristo en la Eucaristía. Acudió así en peregrinación a Roma para pedir sobre la tumba de San Pedro la gracia de una fe fuerte.

De regreso de Roma, Dios se le manifestó de manera milagrosa ya que cuando celebraba la Santa Misa en Bolsena, en la cripta de Santa Cristina, la Sagrada Hostia sangró llenando el Corporal de la Preciosa Sangre.

La noticia del prodigio llegó pronto al Papa Urbano IV, que se encontraba en Orvieto, ciudad cercana a Bolsena. Hizo traer el corporal y, al constatar los hechos, instituyó la Solemnidad de Corpus Christi.

El mismo Papa Urbano IV encargó a Santo Tomás de Aquino la preparación de un oficio litúrgico propio para esta fiesta y la creación de cantos e himnos para celebrar a Cristo Eucaristía. Entre los que compuso está la sublime secuencia "Lauda Sion" que se canta en la Misa de Corpus Christi.

El Corpus tiene un origen católico y recuerda la fiesta de la eucaristía. Los danzantes son los principales actores en este evento.

DANZANTES DEL CORPUS CRISTI EN PILLARO



EL CORPUS CRISTI EN PÍLLARO

Esta manifestación religiosa se presenta en la parroquia de San Andrés, a 4.5Km. Aproximadamente a 10 minutos del cantón. Se realiza en el centro de la parroquia, en el mes de junio con una duración de 2 días, en honor al Santísimo cuerpo y sangre de Cristo. Con la participación de los legendarios danzantes cuyos trajes están adornados con varios objetos de oro, plata y plumas multicolores.

El danzante es el bailarín indio o mestizo que luce vestido ceremonial propio de la comunidad para ejecutar las danzas en honor a la naturaleza o al dios sol en las fiestas del sol; se lo considera como figura cultural por cuanto se le sitúa en el marco de conservación y promoción del patrimonio folklórico local y nacional, va configurado la imagen de representación original e indiscutible como una de las mas simbólicas de las fiestas tradicionales del Ecuador.

La figura cultural del danzante se expresa por la simbología, el vestuario la música y la composición coreográfica del personaje en la festividad.

Elementos simbólicos en el danzante

Los elementos simbólicos del danzante permiten observar componentes históricos de simbologías andinas las mismas que han experimentado transformaciones forma y contenido ejecutadas en un inicio por las comodidades indígenas, esta particularidad se visualiza en el vestuario y no en su ritual como en ejecución de las danzas para su dios sol y para el agradecimiento por las cosechas obtenidas que son recuperadas por los mestizos en la festividad alusiva a la fecha.

El danzante en agradecimiento al dios sol tiene diversos símbolos relacionados e identificados con la naturaleza de su existencia así:

- El sol
- La luna
- La tierra
- La naturaleza
- La fecundidad

Los símbolos religiosos

Medallas con Imágenes : La casulla, símbolo de caridad y protección la enagua símbolo de pureza, la corona símbolo de fervores religiosos

5.- PREPARACIÓN DEL MATERIAL DE APOYO

Creación de **AFICHE**



COMUNICADO DE PRENSA



COMUNICADO

PILLARO, jueves 13 de Abril del 2012

Parroquia: San Andrés

Circula programa de fiestas

Se prende celebración del Corpus Christi 2012 en la Parroquia San Andrés.

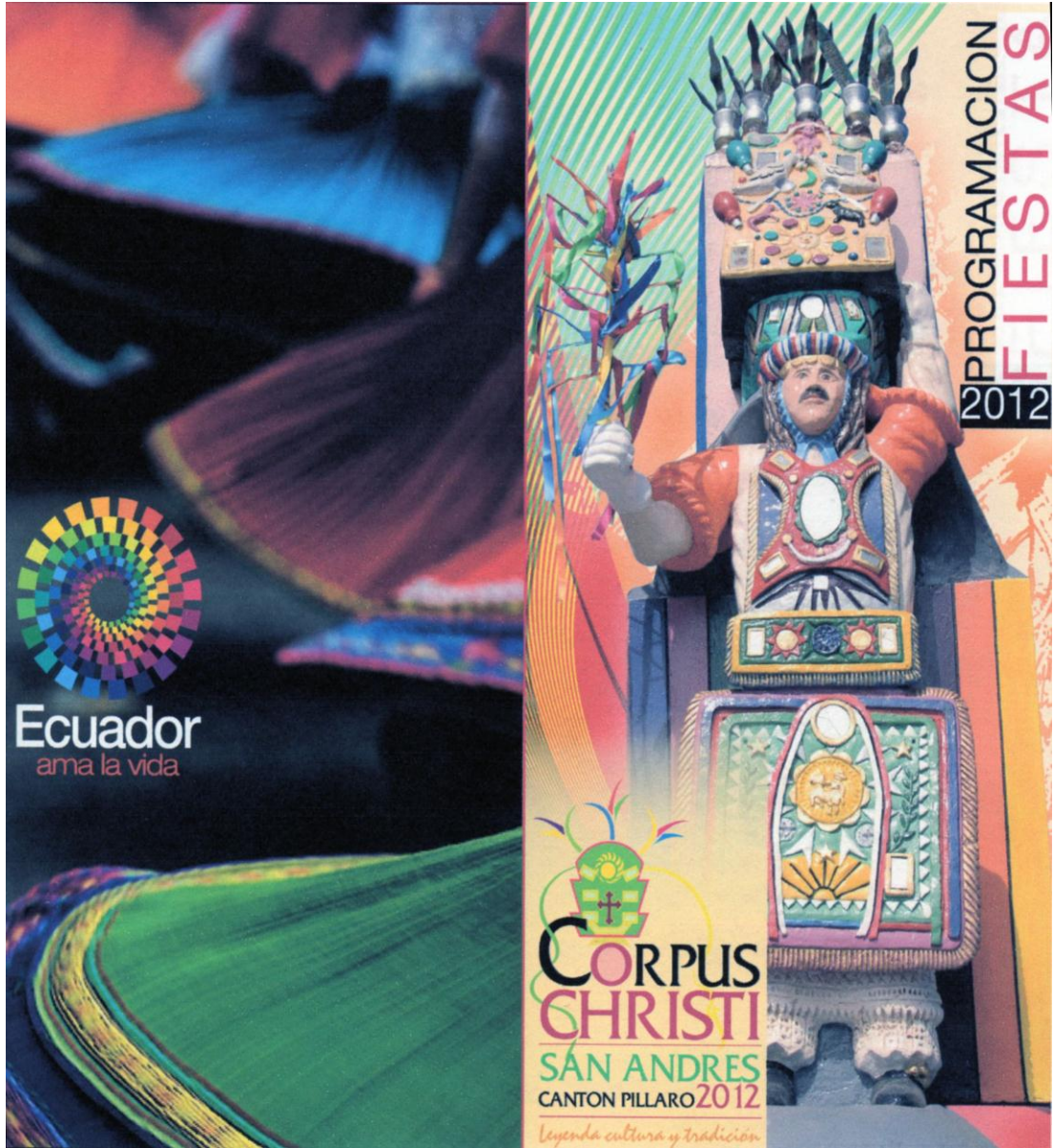
Una de las expresiones culturales más importantes del país está en Pillaro, histórico rincón de los Andes que agradece a Dios por las cosechas, mediante la celebración de la Octava de Corpus Christi, fiesta declarada PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE DE LA NACIÓN.

En este marco, el Gobierno Municipal del cantón Pillaro le hace partícipe de este acontecimiento que revaloriza nuestra identidad, a la vez que se complace en invitarle a participar en el programa de fiestas que se desarrollará en el mes de junio de 2012.

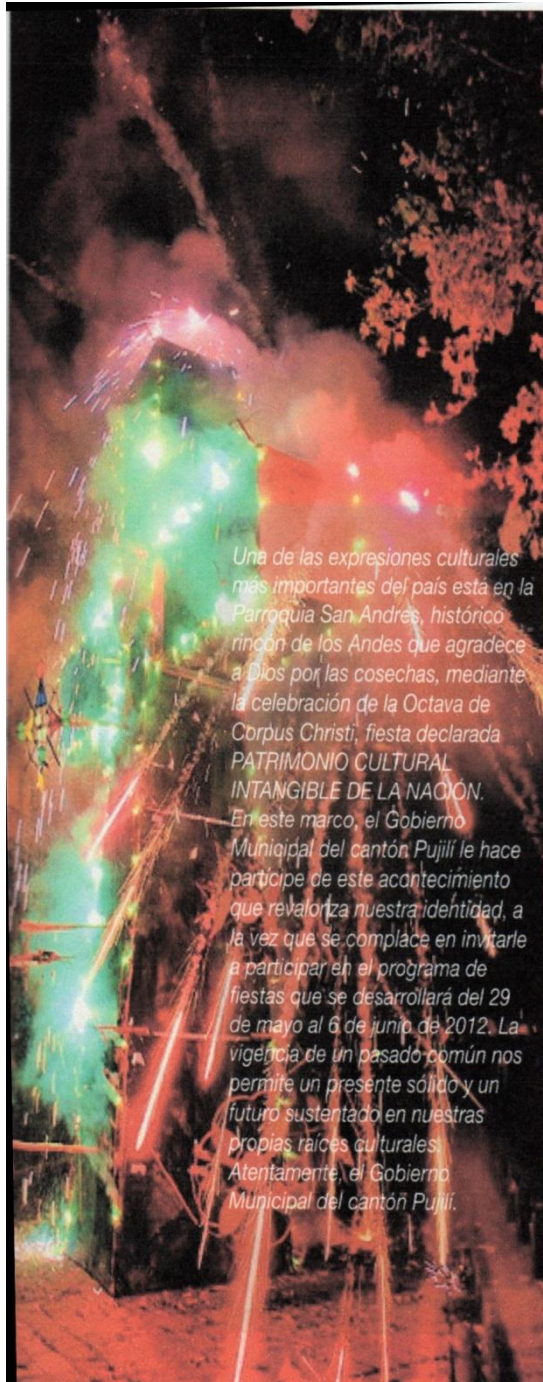
La vigencia de un pasado común nos permite un presente sólido y un futuro sustentado en nuestras propias raíces culturales.

Atentamente,

DIPTICO EXTERNO



DIPTICO INTERNO



Una de las expresiones culturales más importantes del país está en la Parroquia San Andrés, histórico rincón de los Andes que agradece a Dios por las cosechas, mediante la celebración de la Octava de Corpus Christi, fiesta declarada PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE DE LA NACIÓN. En este marco, el Gobierno Municipal del cantón Pujilí le hace partícipe de este acontecimiento que revaloriza nuestra identidad, a la vez que se complace en invitarle a participar en el programa de fiestas que se desarrollará del 29 de mayo al 6 de junio de 2012. La vigencia de un pasado común nos permite un presente sólido y un futuro sustentado en nuestras propias raíces culturales. Atentamente, el Gobierno Municipal del cantón Pujilí.

PROGRAMA:

Sábado 29 de mayo, 14:00:

Expotuning , en el mercado Rosalino Ruiz. 20:00: Noche Romántica , en el parque Luis Fernando Vivero, con la participación de los Priestes: Asociación 14 de Octubre, de pujilenses residentes en Quito; Universidad Técnica de Cotopaxi; Asociación de profesores y empleados del colegio Provincia de Cotopaxi; Escuela Superior Politécnica del Ejército, sede Latacunga; Asociación de Angamarquenses residentes en Quito, Latacunga y Ambato. Habrá la presentación del Mariachi Estrellas de México.

Jueves 3 de junio

Se realizará la expoferia artesanal en la escuela Pedro Vicente Maldonado. A las 15:00, la celebración de la santa eucaristía.

Viernes 4 de junio

A las 15:00 será el pregón de fiestas y a las 19:00 las vísperas de fiesta.

Sábado 5 de junio,

Desde las 09:30 el desfile folclórico de la Octava de Corpus Christi, con comparsas del Ecuador y el mundo.

El domingo 6 de junio

Será la presentación de los danzantes autóctonos. También habrá corrida de toros, bailes y más actos, a los cuales están cordialmente invitados. Las autoridades del Cabildo han invitado al Presidente de la República, ministros y altas autoridades, por lo cual se aspira que lleguen todos a esta celebración anual.

PROGRAMACION
FIESTAS
2012

VOLANTE



TRIPTICO INTERNO



TRIPTICO EXTERNO

Historia

Las primeras referencias respecto a los habitantes de Pillaro, según Aquiles Pérez menciona asentamientos, pertenecientes a los Caras, quienes establecieron la parcialidad de Yatchil. Los Quitus establecieron sus núcleos en Pillaro, Guapante y Tilituza. Desde el oriente llegaron los Jibaros, luego llegaron los Incas, quienes tuvieron que enfrentar la gran resistencia de los Nativos Pillareños. Se cita a Pilla-guazu como su cacique fundador, famoso defensor del reino de Quito contra la conquista Inca. Por el año de 1605, Pillaro formó parte de corregimiento de la Villa del Villar Don Pardo, corregimiento de Riobamba, conjuntamente con Ambato y otros pueblos.

En 1754, forma parte del corregimiento de Latacunga. El vocablo Pillaro proviene del cayapa Pilla = Relámpago y Ru = Hueco u Hondón, entonces Pillaro significa: Cuenca del relámpago. En la época de la conquista española, Pillaro destaca como el casicazgo de Rumiñahui donde este se refugia para defenderse y atacar a los españoles. Por eso, Rumiñahui y Pillaro son símbolos de rebeldía y lucha por la libertad. En 1570, funda el pueblo de Pillaro el español Don Antonio de Clavijo por comisión especial de la audiencia de Quito.

Parroquia San Andrés

San Andrés - es una de las parroquias más grandes del cantón se caracteriza por el máximo cultivo de papas, su clima varía entre los 8° y 13° c. anteriormente se conocía como Yatchil que ahora uno de sus comunidades lo lleva, su fiestas de Corpus Cristi una fiesta religiosa que se celebra en honor al cuerpo de Cristo.

Corpus Cristi

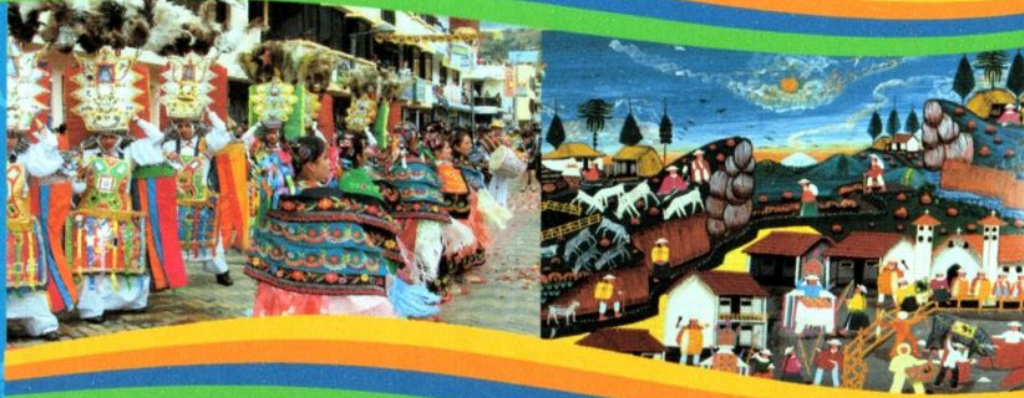
El Corpus tiene un origen católico y recuerda la fiesta de la eucaristía. Los danzantes son los principales actores en este evento.

El desfile del Corpus Christi de la parroquia San Andrés del cantón Pillaro (Tungurahua - Ecuador) mostró un desborde de calor. Desde las 16:00 del sábado 25 de junio del 2011, delegaciones de los barrios y comunidades locales bailaron por las céntricas calles del cantón y de allí se dirigieron a su parroquia.

Los danzantes, con vistosos atuendos, espejos, aretes, monedas y plumas captaron la atención de los pillareños que buscaron el mejor sitio para mirar el pasó de las comparsas.

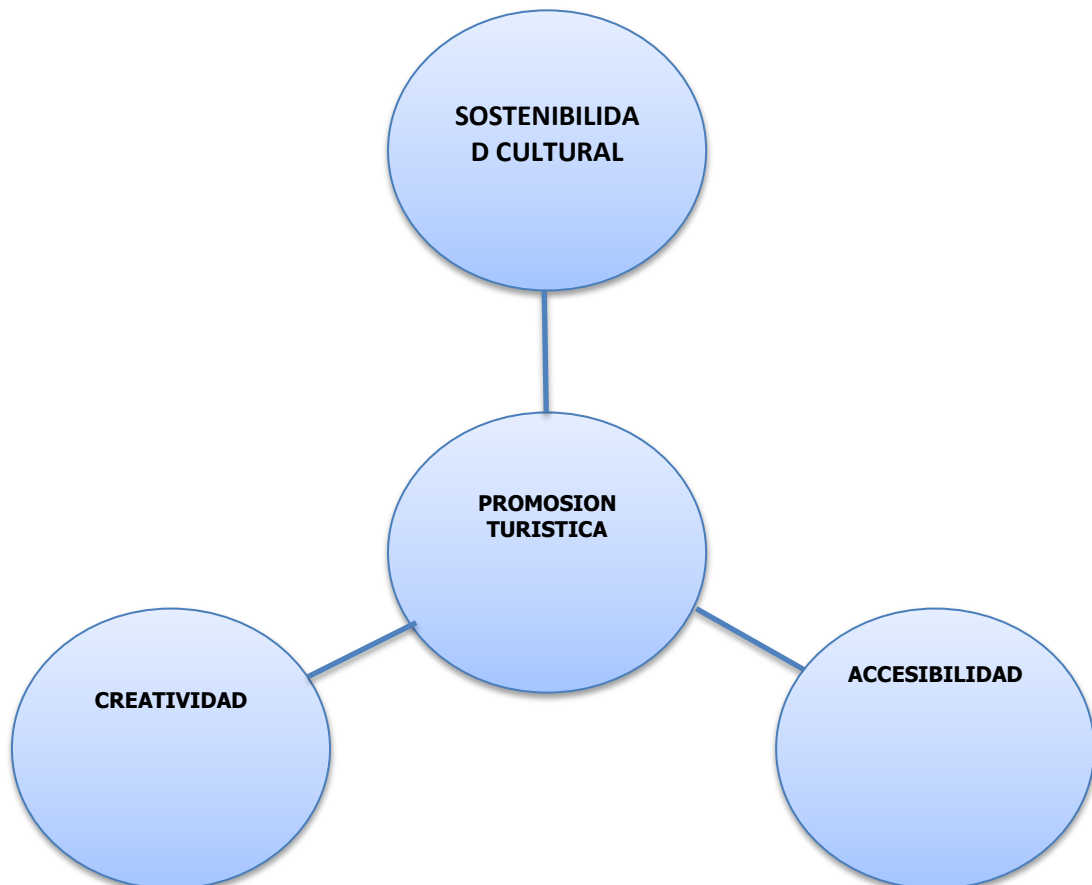
Los yumbos, los osos, las guarichas también aparecieron en esta fiesta. De alguna forma controlaron el orden y también repartieron dulces y licor.

Los zaumadores llevaron el incienso y su aroma se dispersó durante todo el recorrido. El Corpus tiene un origen católico y recuerda la fiesta de la eucaristía.



6.- CAMPAÑA PUBLICITARIA

Diagrama N° 11 Promoción turística



Elaborado por: CONSTANTE, Carolina (2011)

Se realizara cuñas televisivas, radiales y se distribuirán videos promocionales de las fiestas del corpus Cristi para dar a conocer toda la riqueza cultural que posee el Cantón Píllaro

Una técnica importante que también se aprovecha, es la visita de mucha gente a los familiares que se sitúan en el lugar que se desarrolla este evento cultural.

Se plantea realizar eventos como: ferias, grupos folklóricos, sesiones, reuniones, en donde los visitantes puedan integrarse y participar en las comparsas para que de esa manera sientan en valor y el significado que tiene esta fiesta para la gente oriunda del Cantón Píllaro

7.- Campaña de promoción de ventas

Boletines e informes.- En donde contengan toda la información del evento, un calendario de fiestas y las actividades que se van a desarrollar en el evento cultural del corpus Cristi

Sitios web y en si toda la tecnología que hoy en día está vigente, esta es muy acogida por un mercado de turistas jóvenes La fotografía es un medio muy importante que el turista visualiza.

8.- Aprobación

De las autoridades municipales del Cantón y de la provincia y de Mintur y lo más importante contar con el apoyo de la comunidad de San Andrés del Cantón Píllaro en donde se desarrolla el evento cultural del Corpus Cristi.

Cuadro N° 24 .- Administración y Prevención de la Evaluación

Etapas del Proyecto	Objetivo	Responsables	Tiempo	Observaciones
Información Proveniente al Plan	Investigar a fondos las variables que intervienen en el proyecto	Pobladores Investigador	Septiembre – Octubre	
Definición de los objetivos provisionales	Segmentar los mercados que se van a focalizar y planificar un posicionamiento apropiado	Personal especializado	Septiembre - Octubre	
Selección de la estrategia promocional	Implementar todos los medios de comunicación que sean mas utilizados y factibles para el turista	Pobladores Investigador	Enero - Junio	Interviene gente que quiere colaborar de alguna manera con criterios positivos
Descripción atractivos turísticos	Clasificar todos los atractivos turísticos	Investigador Tutor	Cada año consecutivo	
Preparación del Material de Apoyo	Dar a conocer todos los materiales que se utilizan como trípticos, dípticos etc.,	Investigados Autoridades	Enero	
Campaña Publicitaria	Implementar los sitios web como un medio masivos	Personal Especializado Investigador	Mes de abril, mayo y junio	
Aprobación	Involucrar a todas la autoridades que desean participar	Pobladores, Autoridades	Posterior a la investigación	

Elaborado por : CONSTANTE, Carolina

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ, Francisco (2009) "Turismo Cultural" Edición, Capital Americana Pág. 3,4

CRESPO, Remigio (1986) "Turismo Cultural" Pág. 6, 7,8

FERNANDEZ, Luis (1974) "Teoría y Técnicas del Turismo" Pág.40

MÉNDEZ, Ramón (1983) " Diccionario General Ilustrado Vox" Pág. 465

NARANJO, Rumazo (1987) "Perfil histórico de Pujili" Pág. 120

ORTIGOZA y GÓMEZ Arreóla (1984) "Promoción Turística"

Agenda del Concejo Sectorial de Patrimonio Natural y Cultural (2008-2010)

MORALES, Patricio (2006) "LAS TRANSFORMACIONES EXPERIMENTADAS POR EL DANZANTE DE CORPUS CRISTI DEL CANTÓN PUJILI, PROVINCIA DE COTOPAXI"

SITIO WEB

<http://www.inec.gob.ec/preliminares/somos.html>

<http://www.turismo.gob.ec/>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

CULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Encuesta realizada a los jefes de familia de la parroquia Píllaro.

Objetivo: Investigar la incidencia de la difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi en la afluencia de visitantes a la Parroquia de San Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua

Lea detenidamente cada pregunta y marque con una X.

CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted a cerca de los servicios turísticos que posee el Cantón Píllaro?

SI() NO ()

2.- ¿Qué medio de comunicación cree usted que es el más eficaz para dar a conocer la Fiesta del Corpus Cristi en el Cantón Pillaro?

Televisivo () radial () material impreso () internet ()

3.- ¿Qué tipo de actividades turísticas se realizan en el Cantón Pillaro?

Deportivas recreacionales () Festivas tradicionales () religiosas ()

4.- ¿Piensa usted que la diablada pillareña es una competencia directa para que el corpus Cristi no sea tan conocido?

SI () NO ()

5.- ¿Cree usted que el desarrollo de la fiesta del corpus Cristi es un factor importante para el desarrollo del Cantón Pillaro?

SI () NO ()

6.- ¿Piensa usted que la fiesta del Corpus Cristi en la Parroquia San Andrés del Cantón Pillaro a sufrido cambios de aculturación?

SI () NO ()

7.- ¿Qué tipo de turistas visitan el Cantón Pillare?

Extranjeros () Nacionales ()

8.- ¿Cree usted que el incrementar medios de promoción turística a cerca de la Fiesta del Corpus Cristi ayudara a que la afluencia de turistas sea mayor?

SI () NO () TALVES ()

9.- Piensa usted que el Corpus Cristi que se realiza en el Cantón Pillare cuenta con los elementos necesarios para ser un potencial turístico

SI () NO () TALVES ()

10.-¿ Cree usted que el turismo es un factor importante para el desarrollo económico del País ?

SI () NO () TALVES ()

Gracias por su colaboración