



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

---

“LA DIFUSIÓN MASIVA DE LA TEATRALIZACIÓN DE LA GUERRA DEL  
INGA PALLA EN EL CANTÓN TISALEO Y SU REPERCUSIÓN EN EL  
TURISMO CULTURAL”

---

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en  
Comunicación Social

**Autor:**

Renato Israel Carrera Ramos

**Tutor:**

Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

Ambato-Ecuador

2018

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

**CERTIFICA:**

Que el señor Renato Israel Carrera Ramos, portador de la CC. 1804757928, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACION; sobre el Tema: “LA DIFUSIÓN MASIVA DE LA TEATRALIZACIÓN DE LA GUERRA DEL “INGA PALLA” EN EL CANTÓN TISALEO Y SU REPERCUSIÓN EN EL TURISMO CULTURAL”, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 18 de octubre de 2018

**LO CERTIFICO:**



Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

C.I. 1802008118

## AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones, recomendaciones y propuestas emitidos en el trabajo de investigación: “LA DIFUSIÓN MASIVA DE LA TEATRALIZACIÓN DE LA GUERRA DEL “INGA PALLA” EN EL CANTÓN TISALEO Y SU REPERCUSIÓN EN EL TURISMO CULTURAL”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 18 de octubre de 2018



Renato Israel Carrera Ramos

C.I. 180475792-8

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA DIFUSIÓN MASIVA DE LA TEATRALIZACIÓN DE LA GUERRA DEL “INGA PALLA” EN EL CANTÓN TISALEO Y SU REPERCUSIÓN EN EL TURISMO CULTURAL”, presentado por el Sr. Renato Israel Carrera Ramos, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, .....

Para constancia firman

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

## **DEDICATORIA**

Mi tesis la dedico a mis Padres Román Carrera, Narcisa Ramos, quienes con sus palabras de aliento no me dejaron decaer y siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para llegar a ser un profesional.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas esas personas que estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

**Renato Israel Carrera Ramos**

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a mi madrecita Nancy Ramos por ser el pilar fundamental para seguir adelante con mis estudios y conseguir mis metas.

A mí estimado tutor Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg. por las enseñanzas, conocimientos y guía brindada.

Agradezco al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tisaleo a los Ing. Juan Escobar, Ing. Mauricio Sanchez, Ing. Marcelo Guerrero, por dar apertura y brindar la información necesaria para la presente investigación.

**Renato Israel Carrera Ramos**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
Aprobación del tutor .....	ii
Autoría del trabajo de titulación.....	iii
Aprobación del Tribunal de grado .....	iv
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice De Contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Índices gráficos .....	ix
Resumen ejecutivo .....	x
Abstract .....	xi
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO .....	1
1.1. Antecedentes investigativos .....	1
1.2. Objetivos .....	4
Objetivos General.....	4
Objetivos específicos .....	5
CAPITULO II.- METODOLOGÍA. ....	6
2.1 Materiales.....	6
2.2 Métodos.....	6
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN. ....	10
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	10
3.2 Verificación de hipótesis.....	23
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	29
Conclusiones .....	29
Recomendaciones.....	30
Bibliografía .....	31
Anexos.....	33

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Genero.....	10
Tabla 2: Edad .....	11
Tabla 3: Lugar .....	12
Tabla 4: Frecuencia con la que asiste a la escenificación de "La Guerra " del Inga Palla .....	13
Tabla 5: La escenificación de "La Guerra" del Inga Pilla es una manifestación de Turismo Cultural .....	14
Tabla 6: Usted se enteró de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso(periódicos).....	15
Tabla 7: Usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural .....	16
Tabla 8: La vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia.....	17
Tabla 9: La escenificación de "La Guerra del Inga Palla de Tisaleo es considerado como patrimonio del Ecuador .....	18
Tabla 10: Los medios de comunicación masivos ayudan a la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo a convertirla en un atractivo turístico cultural. ....	19
Tabla 11: Algún medio de comunicación impreso en el Cantón ayudaría a difundir mejor la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla .....	20
Tabla 12: La escenificación de "La Guerra" del Inga Palla representa la identificación cultural de Tisaleo .....	21
Tabla 13: Debería existir mayor promoción de la escenificación "La Guerra" del Inga Palla en los medios de comunicación.....	22
Tabla 14: Distribución del Chi-Cuadrado .....	24
Tabla 15: Frecuencias observadas.....	25
Tabla 16: Frecuencias esperadas .....	25
Tabla 17: Tabla 30 Cálculo del Chi cuadrado.....	26
Tabla 18 Monitoreo medios de comunicación masivos (Prensa).....	27



## ÍNDICES GRÁFICOS

Gráfico 1: Genero.....	10
Gráfico 2: Edad .....	11
Gráfico 3: Edad .....	12
Gráfico 4: Frecuencia con la que asiste a la escenificación de "La Guerra " del Inga Palla.....	13
Gráfico 5: La escenificación de "La Guerra" del Inga Pilla es una manifestación de Turismo Cultural .....	14
Gráfico 6: Usted se enteró de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso(periódicos) .....	15
Gráfico 7: Usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural .....	16
Gráfico 8: La vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia.....	17
Gráfico 9: La escenificación de "La Guerra del Inga Palla de Tisaleo es considerado como patrimonio del Ecuador .....	18
Gráfico 10: La información de los impresos sobre la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla de Tisaleo, Ayudan a convertir en un atractivo turístico. ....	19
Gráfico 11: Algún medio de comunicación impreso en el Cantón ayudaría a difundir mejor la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla .....	20
Gráfico 12: La escenificación de "La Guerra" del Inga Palla representa la identificación cultural de Tisaleo .....	21
Gráfico 13: Debería existir mayor promoción de la escenificación "La Guerra" del Inga Palla en los medios de comunicación.....	22
Gráfico 14: Campana de Gaus .....	26

## Resumen ejecutivo

Los medios de comunicación (radio, prensa, televisión e internet), han sido los encargados de difundir las diferentes fiestas a nivel nacional e internacional, dando así un espacio a que los turistas y las personas en general puedan conocer sobre las distintas festividades a celebrarse. El presente estudio investigativo se aborda el análisis a los medios de difusión masiva y la repercusión que estos tiene en el turismo cultural del cantón Tisaleo de forma especial en la difusión de la teatralización de la guerra en la fiesta del *Inga Palla* que se realiza la segunda semana del mes de octubre. Para determinar la función que cumple los medios de comunicación masivos (escritos) se planteó como objetivos; Analizar la difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla”, diagnosticar como se encuentra el turismo cultural, respecto a la teatralización la guerra del *Inga Palla*, diseñar una alternativa de solución al problema., para dar cumplimiento a los objetivos se aplicó una encuesta a las personas que asistieron al evento el día lunes 15 de octubre del 2018, para ellos se consideró una muestra de 361 visitantes, quienes la mayor parte respondieron que siempre asisten a estas festividades, de igual forma que no se informaron de esta actividad por los medios de comunicación escritos, por todo ello dio como resultado que es necesario que le cantón cuento con un medio de comunicación escrito para que puedan dar a conocer todo el desarrollo de la guerra, de igual forma la mayor parte de los encuestados respondieron que están muy de acuerdo que “La Guerra” del *Inga Palla* de Tisaleo, debería ser considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador.

Palabras claves: medios de comunicación masivos, festividades, *Inga Palla*, Patrimonio Cultural, festividades, difusión, guerra.

## **Abstract**

The media (radio, press, television and internet), have been responsible for disseminating the different national and international festivals, thus providing a space for tourists and people in general to know about the different festivities to be held. The present investigative study deals with the analysis of the mass media and the repercussion that these have on the cultural tourism of the canton Tisaleo in a special way in the diffusion of the theatricalization of the war in the party of Inga Palla that takes place the second week of the month of October. In order to determine the function fulfilled by mass media (written), it was proposed as objectives; Analyze the massive diffusion of the theatricalization of the war of the "Inga Palla", diagnose how cultural tourism is found, with respect to the theatricalization of the Inga Palla war, design an alternative solution to the problem. To fulfill the objectives, I applied a survey to the people who attended the event on Monday, October 15, 2018, for them it was considered a sample of 361 visitors, most of whom responded that they always attend these festivities, in the same way that they did not report this activity by written means of communication, for all this resulted in that it is necessary that the canton have a means of written communication so that they can make known the whole development of the war, in the same way most of the respondents answered who are very in agreement that "La Guerra" of the Inga Palla de Tisaleo, should be considered as Cultural Patrimony of Ecuador.

Key words: mass media, festivities, Inga Palla, Cultural Heritage, festivities, dissemination, war.

## **CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes investigativos**

En la investigación realizada por Garrido (2015) menciona que utilizo manuales con métodos de comunicación en áreas culturales, se puede estimar que en estos la comunicación se esboza cómo objetivo y estrategia de un asunto de diálogo, pues asienta a que los individuos implicados progresen, tanto como habitantes convirtiéndose a sí mismos y a su ecosistema, participando vivamente en los métodos de toma de medidas, vinculándose a los establecimientos, creando áreas para el debate público y la colaboración ciudadana en la misión precisa.

En el estudio realizado por Esteinou (2016) menciona que la comunicación eficiente y eficaz debe ser utilizada no solo como instrumento para divulgar información esta debe ser aplicada como una táctica que permita el diálogo. Esta figura de comunicación consentirá extender los saberes y crear nuevo conocimiento e información, ayudando a socializarla considerablemente a nivel nacional, regional y local.

En el trabajo efectuado por Gómez (2016) sobre la difusión masiva del turismo cultural en Medellín el cual indica que el turismo es una de las manufacturas que ha desarrollado ampliamente en la actualidad y cada ciudad en el planeta lucha por exponer sus principales atractivos para acrecentar su número de turistas y por resultado su capital. El autor indica que utilizo estrategias audiovisuales como instrumento masivo para dar a conocer su ciudad al mundo.

Según Betancur y Cruz (2015) en su investigación acerca del turismo y la comunicación masiva, el autor menciona que su trabajo consistió en una actividad de búsqueda en la representación de la investigación cualitativa, orientada en el juicio del sentido de las prácticas culturales y sociales. Asimismo, indican que el turismo, al ser una manufactura que favorece al progreso social y económico, es asimismo una práctica comunicativa y cultural. En tal motivo, la actividad de comprensión permitió

analizar los aspectos comunicativos que se manejan en esta industria, en la experiencia de los viajes y del turismo y facilita instaurar algunas recomendaciones usuales para las personas implicadas en el área cultural y económica.

En la ciudad de Ambato Guerrero (2016) realizó una investigación sobre la identidad de las fiestas del Inga Palla y su valoración turística, la metodología que utilizó fue de campo así mismo este realizó un cuestionario dirigido a la población del cantón Tisaleo, el cual tuvo como resultado que al definir la relación de la identidad cultural con el valor turístico histórico, se pudo evidenciar que existe personas que tienen real interés de aprender a recuperar, las tradiciones, culturas y la vestimenta que dieron origen a la Fiesta del Inga Palla, ya que desde hace épocas se viene dando, y los organizadores de esta fiesta están trabajando en recuperar cada detalle que por algún motivo extraño fue exento de la tradición.

En la ciudad de Riobamba Freire (2017) efectuó un estudio sobre las fiestas del Inga Palla y la identidad cultural de los jóvenes en el cantón Tisaleo, la metodología utilizada fue de tipo descriptiva, documental y de campo, la población fueron los jóvenes en edades de 15 a 25 años, para obtener la información el autor aplicó entrevistas y encuestas dando como resultado que la influencia de la globalización, nuevas tecnologías y formas de comunicación, ha provocado efectos como la pérdida de la identidad cultural, puesto que una gran parte de la población joven no se siente identificada con las costumbres de su pueblo porque han adoptado nuevas formas de comportamiento.

En el trabajo realizado por Martí, Díez, Ruíz y Chicaiza (2015) sobre “dos miradas para el diseño de la marca destino Tisaleo” el trabajo contrasta dos perspectivas sobre la imagen turística y su efecto como reclamo desde un enfoque cualitativo. Por un lado, un grupo de diseñadores gráficos locales proponen una serie de manuales de identidad corporativa que atienden a las características que han percibido como significativas en el cantón. Por otro lado, un equipo de investigación interdisciplinar e internacional elabora un informe sobre los atractivos potenciales para un segmento de viajeros interesados en el turismo basado en el “paisaje cultural”. La disertación final concluye que la imagen de un destino turístico, además de representar las características propias

del lugar físico, debe tener en cuenta que la mirada del visitante se pueda asociar en su imaginario a algún elemento evocador de lo que espera encontrar el perfil de viajero al que se quiere atraer.

En la investigación realizada por Diéz, Martí, & Suárez (2016) sobre tradición, turismo y arquitectura del cantón Tisaleo en el progreso turístico cultural, los autores indican que el estudio del panorama cultural de Tisaleo, en la zona interandina del Ecuador, es cuerpo de una indagación cuyo propósito es el progreso de un ecoturismo que cohabite con mezcla intercultural y los capitales paisajísticos y naturales propios de la zona. Sin embargo, el Programa de Ordenamiento y Desarrollo Territorial del cantón muestra un escenario de continuidad y mantenimiento del diseño tradicional, la globalización reciente ha generado un proceso de merma creciente de la identidad idiosincrática de las poblaciones andinas, que ha conducido el abandono y la destrucción de sus expresiones arquitectónicas más características.

En la ciudad de Tisaleo Cocha (2017) ha efectuado una investigación sobre el comercio turístico y el apoyo al sector agropecuario de la ciudad de Tisaleo, en el cual el autor menciona que el impulso turística es restringida ocurrido por la ineficaz organización de entes públicos lo cual consiente el trabajo y desinterés individual por parte de los habitantes del lugar. Este planteó medidas para la problemática que milita en la ruta, para así lograr el impulso y propagación al exterior del cantón y poseer más recepción de turistas que experimenten del turismo en el agro.

En la ciudad de Madrid Morere (2017) realizo un estudio con el nombre haciendo camino en el turismo de tipo cultural, en el cual la autora menciona que El primero de los puntos es el del patrimonio material, inmaterial y cultural, en su apreciación más extensa. Los Bienes Patrimonio de la Humanidad y los Itinerarios Culturales (Rutas) que fueron la índole de la manifestación del Turismo Cultural, continúan siendo cuerpo de estudio y análisis, con nuevas perspectivas, y acceden todavía el pilar del Turismo de tipo Cultural.

En el trabajo realizo por Troitiño (2017) sobre el turismo de carácter cultural el investigador indica que las ciudades históricas establecen un valioso patrimonio

cultural y asimismo un significativo recurso turístico. El reforzamiento de la asociación entre turismo y ciudad, transformado en un transcendental factor de recobro de los capitales locales, planea problemas nuevos en correspondencia con la armonía funcional, el medio ambiente y la movilidad.

Según Santos (2016) en el estudio realizado sobre la sustentabilidad sociocultural del turismo en Ecuador, el autor indica que la metodología de la investigación incluyó un estudio cuantitativo y cualitativo del territorio, así como, entrevistas y encuestas a los actores locales. Para lograr el objetivo de su investigación realizó un análisis social y cultural considerando los recursos patrimoniales y socioculturales de la zona. El estudio comprendió programas y proyectos que permitieron formular una propuesta de turismo sostenible que sea inclusiva y respetuosa con las comunidades y sus culturas.

En la investigación realizada por Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y Campo (2016) realizaron el tema sobre Turismo corporativo en Ecuador en el cual aluden que la creciente promoción del Community-based tourism como ruta para un turismo estrategia y sostenible para el progreso social exige profundizar en su juicio. En este artículo se propone como táctica metodológica teórico la focalización metódica en la colectividad. Para este estudio seleccionaron cinco localidades. Como resultado la acción turística no sólo se ve afectada por la organización corporativa, los liderazgos, la mediación externa, los niveles de incautación y la forma en que se ejercen las asociaciones de mercado, sino que, al mismo tiempo, el turismo ejerce un enorme dominio sobre cada uno de estos ambientes de la vida en las colectividades. Existe una profunda superposición recursiva entre el movimiento turística y el trabajo comunitario.

## **1.2.Objetivos**

### **Objetivos General**

- Determinar como la difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla”, repercute en el turismo cultural.

Al determinar la significancia que posee la difusión masiva de la teatralización de la guerra Inga Palla, se podrá comprobar que la mayoría de la población está relegando

sus orígenes, ya que algunas de estas debido al poco interés por la venida de turistas no han puesto el suficiente interés por estas fiestas y por ende la baja repercusión de turistas en el ámbito cultural.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla”.

Para dar cumplimiento a este objetivo se realizó una investigación de campo para ello se realizó una encuesta a quienes asistieron a “la guerra” en las festividades del Inga Palla y la bibliográfica para esto se desarrolló un estudio meticoloso en base a datos escritos e históricos como fuentes de datos importantes. En si la exploración bibliográfica consintiera ejecutar un plan investigativo factible y optimo al conocer, analizar, valorar y definir conceptos de distintos autores concernientes a este objetivo, para esto se utilizó revistas científicas, libros, internet, documentos y demás datos en donde se manifiesta acerca de la fiesta cultural del Inga Palla.

- Diagnosticar como se encuentra el turismo cultural, respecto a la teatralización la guerra del Inga Palla.

Para dar cumplimiento a este objetivo se realizarón encuestas dirigidas a los visitantes que asistieron a la escenificación de “la guerra” en la fiesta del Inga Palla realizado en el cantón Tisaleo para esto se realizó un cuestionario de preguntas respecto a la teatralización de la guerra del Inga Palla la misma que permitió conocer cómo se encuentra el turismo cultural de la localidad.

- Diseñar una alternativa de solución al problema.

Para dar cumplimiento a este objetivo se procederá a realizar difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla” la misma que se presentara en medios de comunicación ya se han esta prensa, radio, televisión, redes sociales, pancartas y trípticos los mismos que mejoraran el en el turismo cultural en la ciudad de Tisaleo.



## **CAPITULO II.- METODOLOGÍA.**

### **2.1 Materiales**

Los materiales que se utilizó en el presente estudio corresponden a la aplicación de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Hernández, Fernández, & Baptista (2010) menciona que; “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 6). Es de enfoque cualitativo porque se realiza la descripción del problema en estudio, este enfoque pretende recabar todas las cualidades posibles del tema en estudio como es en este caso la fiesta del Inga Palla, como se desarrolla el proceso de teatralización y las formas de hacer publicidad acerca de este evento.

De igual manera Hernández, Fernández, & Baptista (2010) indica que; “el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 7). Es de carácter cuantitativo debido a que se aplicó encuestas para recabar la información y dar respuesta a los objetivos planteados, mediante el análisis de los resultados de manera estadística para establecer de forma exacta el comportamiento de la población en estudio.

### **2.2 Métodos**

#### **Investigación de campo**

Según Herrera, Medina, & Naranjo (2004) la investigación de campo “es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se producen” (p. 95), tiene relación con este estudio debido a que se realizó las encuestas en lugar de los hechos para recabar la información cuando los turistas llegaron a ver cómo se desarrolla la dramatización de la guerra en el sector del Relleno del Cantón Tisaleo, el día lunes 15-10-2018.

## **Investigación bibliográfica – documental**

De igual manera Herrera, Medina, & Naranjo (2004) indica que la investigación bibliográfica-documental, “Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada basándose en documentos (fuentes primarias y secundarias)” (p. 95). En este estudio se utilizó este tipo de investigación para desarrollar el marco teórico recabando información de libros y documentos tanto digitales como impresos, para conocer todo lo relacionado a la fiesta del Inga Palla.

## **Nivel o Tipo de Investigación**

### **Descriptivo**

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “El estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92). En el proyecto en estudio se describe las características de la fiesta del Inga Palla y las formas de como realizar la publicidad, también se describe los resultados de las encuestas aplicadas a las personas queines fueron objeto de estudio.

### **Correlacional**

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) menciona que, “La investigación correlacional tiene, en alguna medida, un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa” (p. 93). Se aplicó para verificar la relación que tiene entre las dos variables que estan siendo objeto de estudio.

## **Población y Muestra**

### **Población**

Monje (2011) indica que, la población o universo “es el conjunto de objetos, sujetos o unidades que comparten la característica que se estudia y a la que se pueden generalizar los hallazgos encontrados en la muestra (aquellos elementos del universo seleccionados) para ser sometidos a la observación” (p. 25). La población para la presente investigación está conformada por todas las personas que asistieron a observar la teatralización de la guerra en la fiesta del Inga Palla del cantón Tisaleo, siendo 6000 personas.

### **La muestra**

“Consiste en un conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones” (p. 123). Para saber a cuantas personas aplicar la encuesta se procedió a tomar una muestra mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra, siendo el siguiente procedimiento:

Para establecer la muestra se aplicará la fórmula del muestreo proporcional, cuya fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza = 1.96

P: probabilidad a favor = 50%

N: población de universo = 6000 visitantes

e: nivel de error = 5%

Q= probabilidad de que el evento no ocurra: 0,50

Acorde a los indicadores antes señalados se procedió aplicar la fórmula de la muestra, con los respectivos valores:

**Aplicación:**

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 6000}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + 6000 * 0,05^2}$$

$$n = \frac{576240}{159604}$$

$$n = 361.04 = \mathbf{361}$$

El instrumento que se utilizó es la encuesta, para ello se diseñó una encuesta con preguntas, las mismas que se aplicó el lunes 15 de octubre del 2018 a quienes asistieron al evento del Inga Palla.

## CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

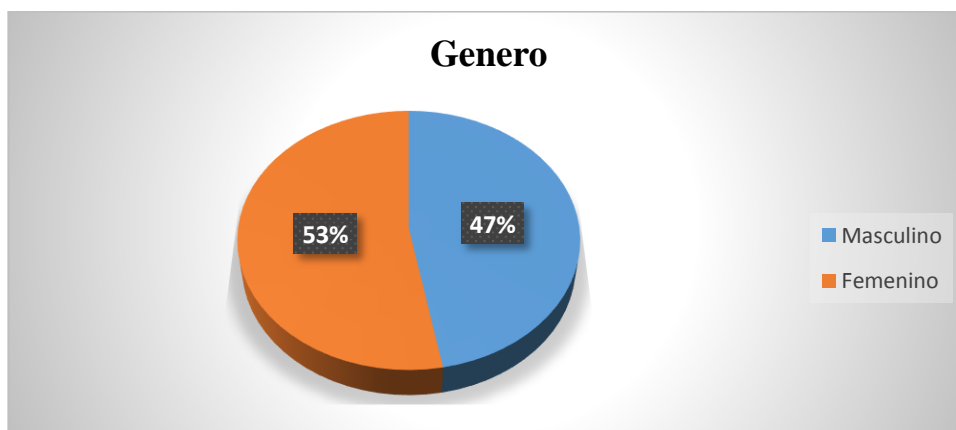
Encuesta aplicada a los espectadores de la teatralización de la guerra en la fiesta del Inga Palla del cantón Tisaleo.

**Tabla 1:** Genero

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Masculino	170	47.09
Femenino	191	52.91
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 1:** Genero

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### Análisis e interpretación

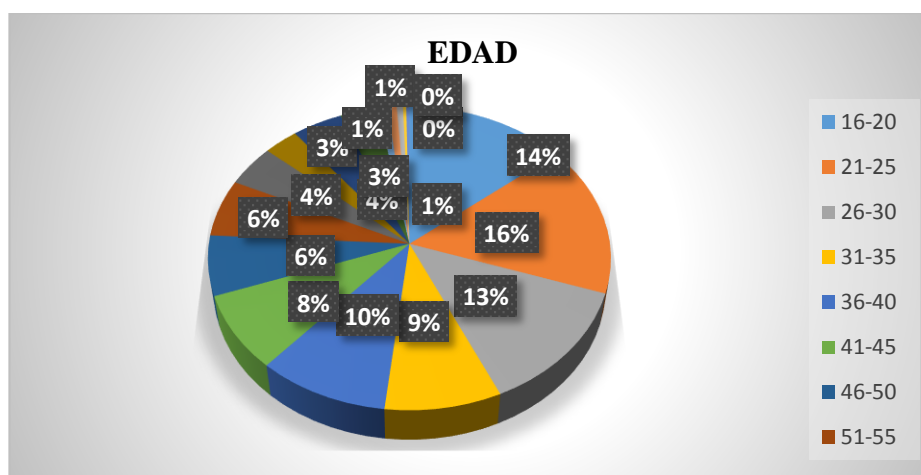
Según los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a las personas que asistieron a la teatralización de “la guerra” del Inga-Palla del cantón Tisaleo, se logró identificar que el 53% son mujeres y el 47% son hombres los que asisten a este evento. En base a esté resultado se puede deducir que la mayoría de las personas que asisten son las personas de género femenino, siendo las mujeres quienes son participes de esta fiesta.

**Tabla 2:** Edad

OPCIÓN	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA (%)
16-20	51	14.13
21-25	58	16.07
26-30	47	13.02
31-35	31	8.59
36-40	35	9.70
41-45	29	8.03
46-50	23	6.37
51-55	22	6.09
56-60	16	4.43
61-65	11	3.05
66-70	16	4.43
71-75	12	3.32
76-80	3	0.83
81-85	3	0.83
86-90	2	0.55
91-95	1	0.28
96-100	1	0.28
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera



**Gráfico 2:** Edad

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera

### Análisis e interpretación

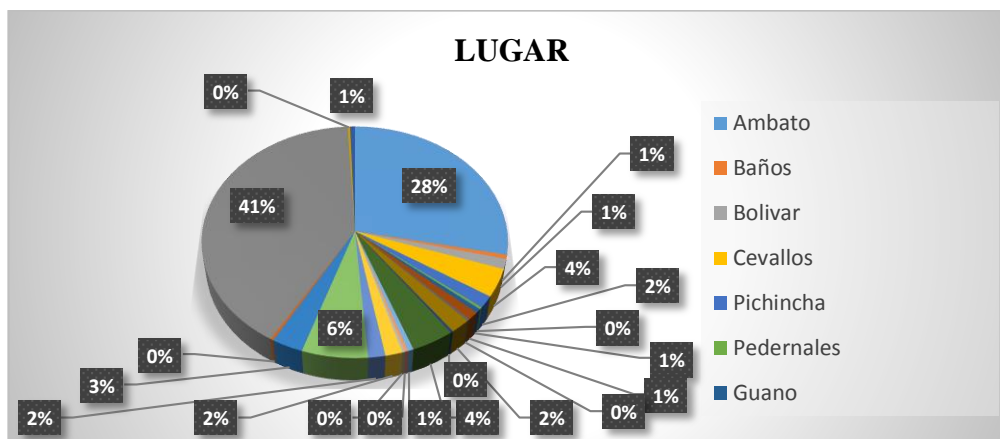
Según los datos que se visualiza en el gráfico anterior permite determinar que el 16.07% son de 21 a 25 años. De esta forma se deduce que la mayor parte de los asistentes son comprendidos hasta los 75 años, pasado esta edad son muy pocas las personas que asisten.

**Tabla 3: Lugar**

CANTONES	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA (%)
Ambato	102	28.25
Baños	2	0.55
Bolivar	5	1.39
Cevallos	14	3.88
Pichincha	6	1.66
Pedernales	1	0.28
Guano	2	0.55
Guayaquil	4	1.11
La Mana	1	0.28
Latacunga	7	1.94
Milagro	1	0.28
Mocha	15	4.16
Otavalo	2	0.55
Patate	1	0.28
Pedro Vicente Maldonado	1	0.28
Pelileo	6	1.66
Pillaro	6	1.66
Quero	23	6.37
Riobamba	11	3.05
Salcedo	1	0.28
Tisaleo	147	40.72
Ventanas	1	0.28
España	2	0.55
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera



**Gráfico 3: Edad**

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera

**Análisis e interpretación**

En base a los resultados recabados de la encuesta aplicada se puede ver que el 40.72% son de Tisaleo y el 28.25% son del cantón Ambato, este resultado demuestra que solo asisten a estas festividades los habitantes de los cantones aledaños.

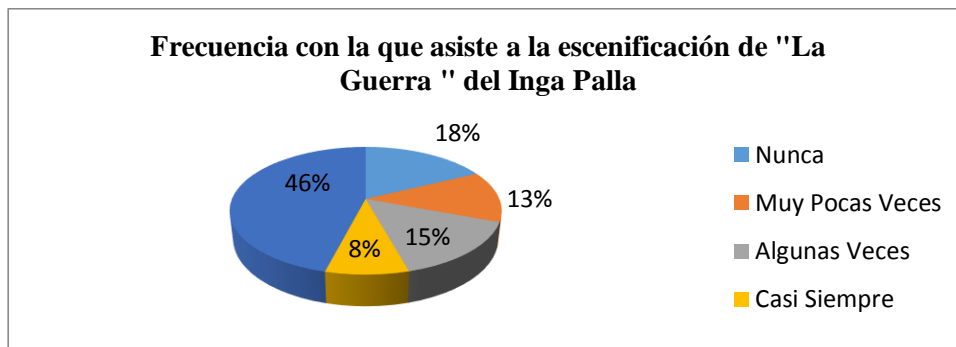
1. ¿Con que frecuencia asiste usted a la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla?

**Tabla 4:** Frecuencia con la que asiste a la escenificación de "La Guerra " del Inga Palla

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Nunca	64	18%
Muy Pocas Veces	47	13%
Algunas Veces	54	15%
Casi Siempre	30	8%
Siempre	166	46%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 4:** Frecuencia con la que asiste a la escenificación de "La Guerra " del Inga Palla

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 46% siempre asisten a este evento, el 18% respondieron que nunca, el 15% dijeron que algunas veces, el 13% muy pocas veces y el 8% casi siempre. Con este resultado se puede considerar que casi la mitad de los encuestados que asistieron son quienes están cada año, pero una gran parte se puede determinar que es primera vez que asisten a ver la teatralización de “La guerra” de la fiesta del Inga-Palla.



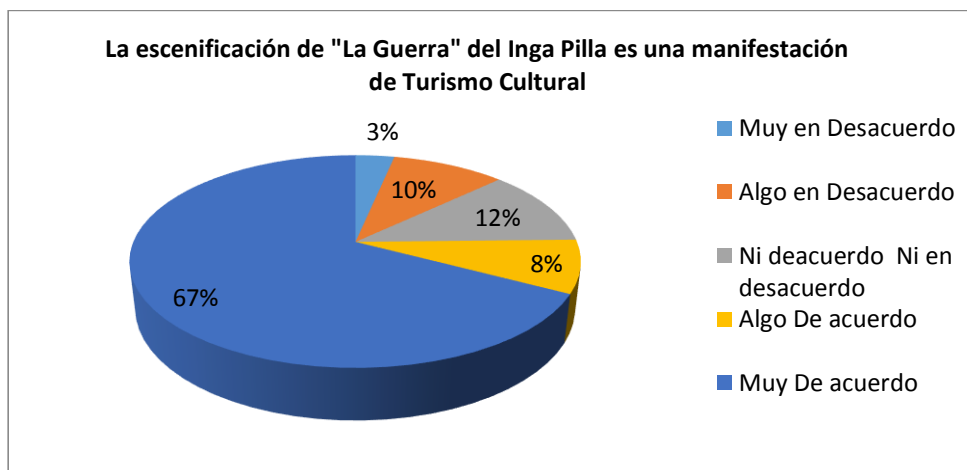
2. Usted está o no de acuerdo que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla es una manifestación del Turismo Cultural de Tisaleo.

**Tabla 5:** La escenificación de "La Guerra" del Inga Pilla es una manifestación de Turismo Cultural

OPCIÓN	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA
Muy en Desacuerdo	12	3%
Algo en Desacuerdo	35	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	12%
Algo de acuerdo	29	8%
Muy de acuerdo	243	67%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 5:** La escenificación de "La Guerra" del Inga Pilla es una manifestación de Turismo Cultural

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### Análisis e interpretación

En base a los resultados de las encuestas aplicadas el 67% respondió que está muy de acuerdo que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla es una manifestación del Turismo Cultural de Tisaleo, el 12% dijeron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% indicaron algo en desacuerdo, el 8% algo de acuerdo y el 3% respondieron que están muy en desacuerdo. Se puede considerar que la mayor parte de los que asisten a este evento, están de acuerdo con la manifestación de turismo cultural, como una modalidad que permite ofrecer aspectos culturales del cantón Tisaleo como es la fiesta del Inga- Palla que da a conocer la escenificación de la batalla de las tropas españolas contra los indígenas liderados por el cacique Tisaleo, siendo parte del homenaje a la Virgen Santa Lucía.

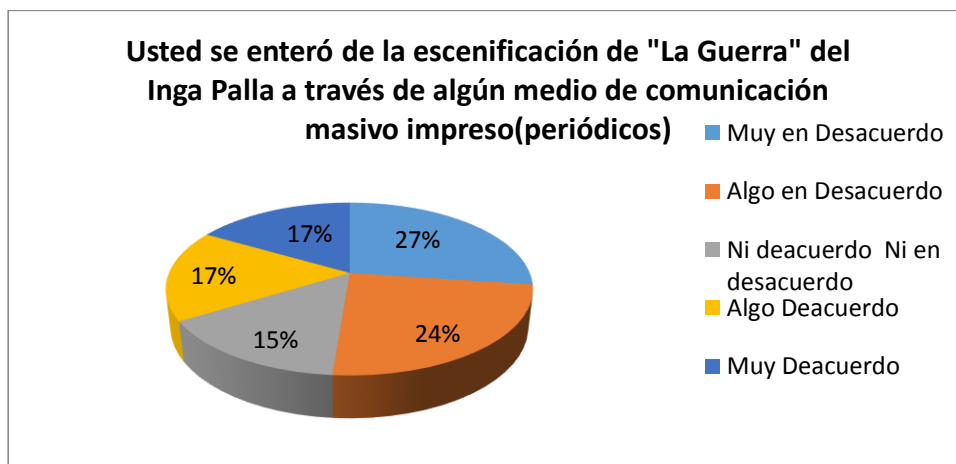
3. Usted se enteró de la realización de la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos).

**Tabla 6:** Usted se enteró de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos)

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Muy en Desacuerdo	98	27%
Algo en Desacuerdo	87	24%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	54	15%
Algo de acuerdo	62	17%
Muy de acuerdo	60	17%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 6:** Usted se enteró de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso(periódicos)

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

De los 361 encuestados el 27% respondieron que están muy en desacuerdo que se enteraron de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso(periódicos), el 27% contestaron muy de acuerdo, 24% algo en desacuerdo, el 17% algo de acuerdo, el otro 17% muy de acuerdo y el 15% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Con respecto a los resultados obtenidos se deduce que la mayor parte de los encuestados no tuvieron conocimiento de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla mediante medios impresos masivos (periódicos), es decir, que existe muy poca difusión de este evento en los medios de comunicación masivo impreso, siendo este el medio siendo este un factor primordial para dar a conocer la cultura del cantón Tisaleo, a los turistas nacionales y extranjeros.

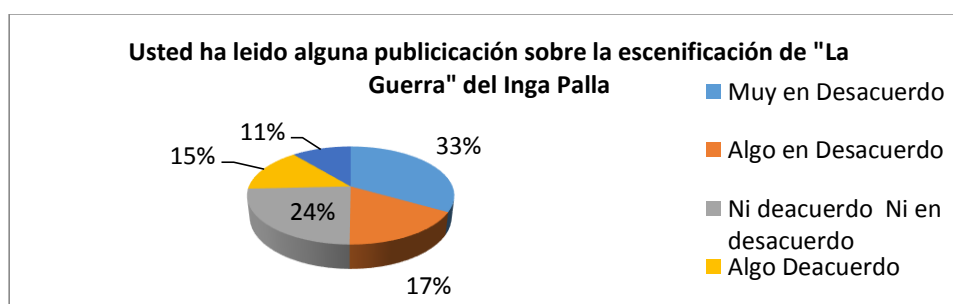
4. A través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos) de Ambato o el Ecuador, usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural.

**Tabla 7:** Usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Muy en Desacuerdo	120	33%
Algo en Desacuerdo	61	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	24%
Algo de acuerdo	53	15%
Muy de acuerdo	40	11%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 7:** Usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de encuestados el 33% respondieron que están muy en desacuerdo que a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos) de Ambato o el Ecuador, ellos han leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural, el 24% contestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% algo en desacuerdo, el 15% algo de acuerdo y el 11% muy de acuerdo. Con este resultado se determina que no existe mucha publicación sobre “la guerra” del Inga Palla mediante medios escritos, es decir, que no se cuenta con un medio impreso para dar a conocer el desarrollo del evento.

5. Considera usted que la vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia

**Tabla 8:** La vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia

OPCIÓN	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA
Muy en Desacuerdo	34	9%
Algo en Desacuerdo	30	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	18%
Algo de acuerdo	83	23%
Muy de acuerdo	149	41%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 8:** La vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 41% respondieron que están muy de acuerdo la vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia, el 23% algo de acuerdo, el 18% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% muy en desacuerdo, el 8% contestó algo en desacuerdo. Se puede deducir que la mayor parte están de acuerdo con el contenido de la escenificación de “la guerra”, siendo esta actividad parte importante para dar a conocer la espiritualidad y la tradición de la población tisaleña que año tras año celebra el culto a la Virgen Santa Lucía.

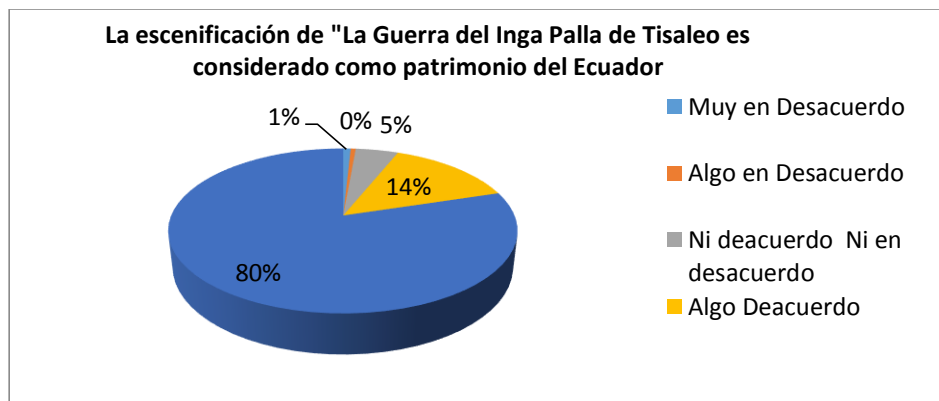
6. La escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, debería ser considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador.

**Tabla 9:** La escenificación de "La Guerra del Inga Palla de Tisaleo es considerado como patrimonio del Ecuador

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Muy en Desacuerdo	3	1%
Algo en Desacuerdo	2	1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	5%
Algo de acuerdo	51	14%
Muy de acuerdo	288	80%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 9:** La escenificación de "La Guerra del Inga Palla de Tisaleo es considerado como patrimonio del Ecuador

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

En las encuestas aplicadas el 80% de ellos respondieron que están muy de acuerdo, el 14% algo de acuerdo, el 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% están algo en desacuerdo y el 1% muy en desacuerdo en que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, debería ser considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador. Según los resultados obtenidos la mayor parte de los encuestados están de acuerdo que la escenificación de “la guerra” sea considerada como Patrimonio Cultural del Ecuador, debido a que es una actividad en donde se escenifica el enfrentamiento de los españoles y cañaris contra los indígenas, esa batalla fue liberada en 1534, este acontecimiento dio paso a la Fiesta del Inga Palla en el cantón Tisaleo.

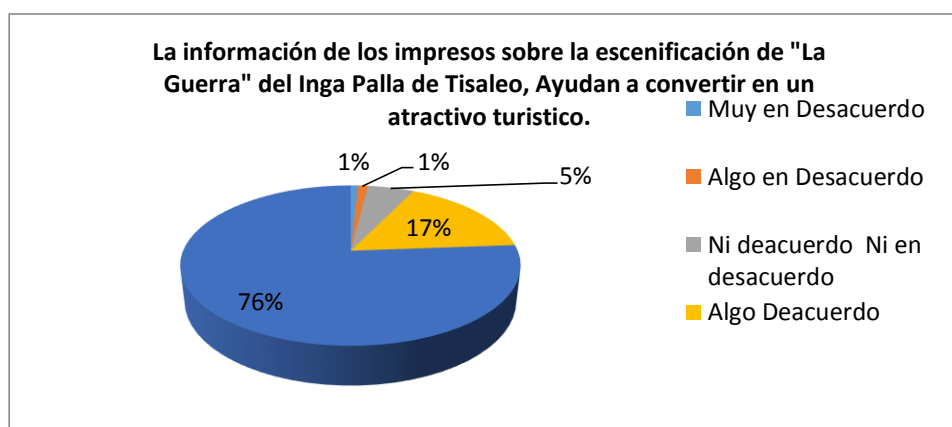
7. Los medios de comunicación masivos como el caso de los impresos (periódicos) mediante la difusión masiva de información sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, ayudan a convertirla en un atractivo turístico cultural.

**Tabla 10:** Los medios de comunicación masivos ayudan a la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo a convertirla en un atractivo turístico cultural.

OPCIÓN	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA
Muy en Desacuerdo	3	1%
Algo en Desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	19	5%
Algo de acuerdo	60	17%
Muy de acuerdo	275	76%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera



**Gráfico 10:** La información de los impresos sobre la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla de Tisaleo, Ayudan a convertir en un atractivo turístico.

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera

### Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 76% respondieron que están muy de acuerdo que los medios de comunicación masivos como es el caso de los impresos (periódicos) mediante la difusión masiva de información sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, ayudan a convertirla en un atractivo turístico cultural, el 17% contestó que están algo de acuerdo, el 5% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% algo en desacuerdo y de igual forma el 1% dicen estar muy en desacuerdo. Con este resultado se puede considerar que la mayor parte están de acuerdo que los medios de comunicación escritos son parte primordial para dar a conocer esta escenificación para que sea un atractivo turístico y vengan mayor cantidad de visitantes de otras ciudades.

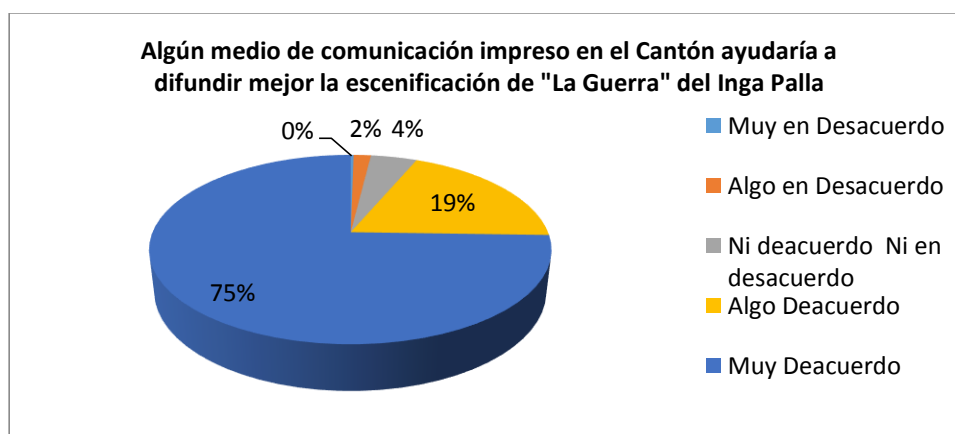
8. Considera usted que un medio de comunicación impreso (periódico) en el Cantón Tisaleo ayudaría a difundir mejor la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como apoyo al desarrollo del Turismo Cultural.

**Tabla 11:** Algún medio de comunicación impreso en el Cantón ayudaría a difundir mejor la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla

OPCIÓN	FR. BSOLUTA	FR. RELATIVA
Muy en Desacuerdo	1	0%
Algo en Desacuerdo	6	2%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	16	4%
Algo De acuerdo	69	19%
Muy De acuerdo	269	75%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 11:** Algún medio de comunicación impreso en el Cantón ayudaría a difundir mejor la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestadas 75% respondieron que ellos consideran que un medio de comunicación impreso (periódico) en el Cantón Tisaleo ayudaría a difundir mejor la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como apoyo al desarrollo del Turismo Cultural, el 19% contestaron estar algo de acuerdo, el 4% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% manifestaron estar algo en desacuerdo. En base a estos resultados permite determinar que la mayor parte que exista un medio impreso que ayude a la difusión de esta actividad, con ello se daría a conocer cada detalle del desarrollo de “la guerra” siendo esto un gran aporte al Turismo Cultural por ende ayudaría al desarrollo económico del cantón.

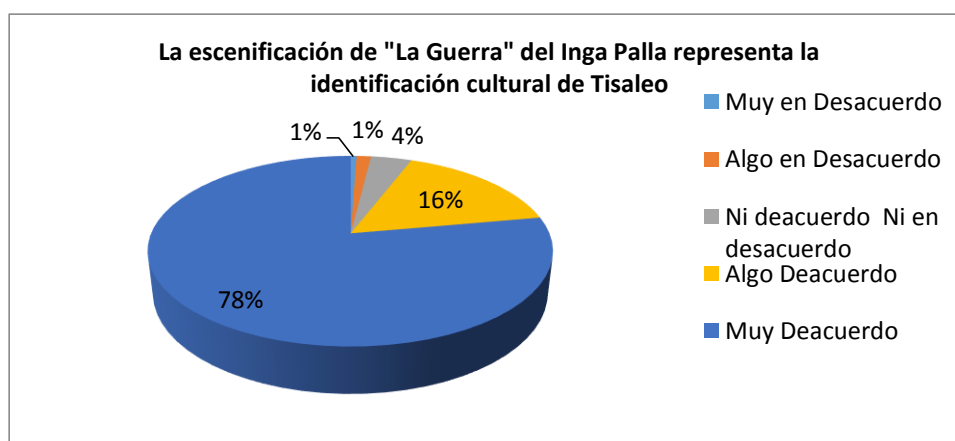
9. La escenificación de “La Guerra” del Inga Palla representa la identidad cultural de Tisaleo.

**Tabla 12:** La escenificación de "La Guerra" del Inga Palla representa la identificación cultural de Tisaleo

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Muy en Desacuerdo	2	1%
Algo en Desacuerdo	5	1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	4%
Algo de acuerdo	59	16%
Muy de acuerdo	281	78%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 12:** La escenificación de "La Guerra" del Inga Palla representa la identificación cultural de Tisaleo

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de las personas encuestadas el 78% respondieron estar muy de acuerdo que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla representa la identidad cultural de Tisaleo, el 16% algo de acuerdo, el 4% contestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% algo en desacuerdo y el otro 1% están muy en desacuerdo. En función de los resultados obtenidos la mayoría están de acuerdo que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla es una representación de la identidad de las creencias, tradiciones y valores mismos que son elementos que ayudan al individuo a fundamentar su sentimiento de pertenencia a este cantón.



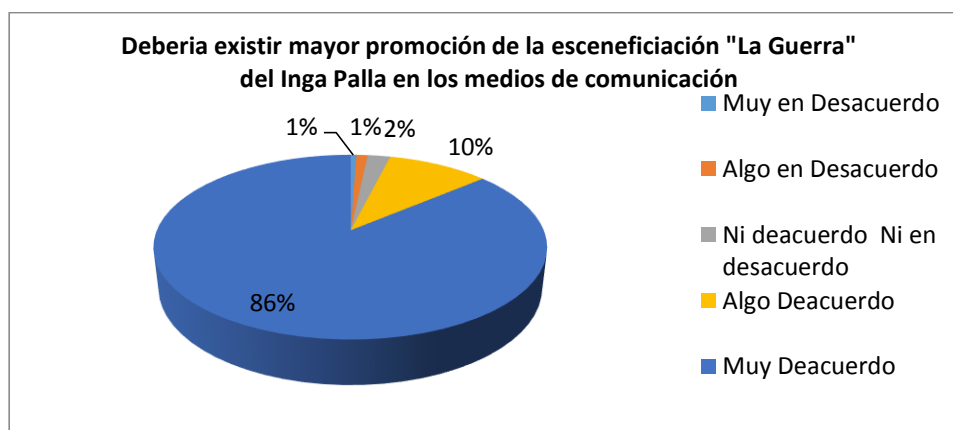
10. Debería existir una mayor promoción de la escenificación “La Guerra” del Inga Palla a través de los medios de comunicación, para el desarrollo del Turismo Cultural en Tisaleo.

**Tabla 13:** Debería existir mayor promoción de la escenificación "La Guerra" del Inga Palla en los medios de comunicación

<b>OPCIÓN</b>	<b>FR. BSOLUTA</b>	<b>FR. RELATIVA</b>
Muy en Desacuerdo	2	1%
Algo en Desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	8	2%
Algo de acuerdo	36	10%
Muy de acuerdo	311	86%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera



**Gráfico 13:** Debería existir mayor promoción de la escenificación "La Guerra" del Inga Palla en los medios de comunicación

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### **Análisis e interpretación**

Del total de los encuestados el 86% respondieron estar muy de acuerdo que debería existir una mayor promoción de la escenificación “La Guerra” del Inga Palla a través de los medios de comunicación, para el desarrollo del Turismo Cultural en Tisaleo, el 10% algo de acuerdo, el 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% contestaron que están algo en desacuerdo y el otro 1% indicaron que están en desacuerdo. En relación con los resultados obtenidos se puede deducir que la mayor parte están de acuerdo de debe existir mayor promoción de esta actividad cultural, ya que los medios de comunicación son quienes deben promocionar las festividades para que conozcan las personas de los oros cantones, otras provincias y por qué no los países vecinos.

### 3.2 Verificación de hipótesis

#### Planteamiento de hipótesis

**Hipótesis (H0)** = La difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla” en el Cantón Tisaleo **no influye** en el turismo cultural.

**Hipótesis (H1)** = La difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla” en el Cantón Tisaleo **si influye** en el turismo cultural.

#### Selección del nivel de significación.

Para la verificación de la hipótesis se utilizará un nivel de significación  $\alpha$  0,05

#### Especificación del estadístico

Modelo Matemático H.0:  $O = E$

H.1:  $O \neq E$

a) Modelo estadístico  $\chi^2 = \sum (O - E)^2 / E$

#### Donde

$\chi^2$  = Chi cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Frecuencias Observadas

F = Frecuencia Esperada

#### Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

**Criterio:** Rechace la hipótesis nula si:  $\chi^2 \geq \chi^2_{\alpha}$

Donde  $\chi^2_c$  es el valor del Chi cuadrado calculado y  $\chi^2_t$  es el Chi teórico de la tabla el mismo que se lo obtiene ingresando el grado de libertad y el nivel de significación

(0.01=0,95) Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro tiene cuatro filas y tres columnas por lo que:

$$Gl = (f-1) (c-1)$$

$$Gl = (2-1) (5-1)$$

$$Gl = (1) (4)$$

$$Gl = 4$$

Por lo tanto, con 4 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 la tabla del  $\chi^2$  tabular o teórico es igual a 9.49.

**Tabla 14:** Distribución del Chi-Cuadrado

DISTRIBUCION DE  $\chi^2$

Grados de libertad	Probabilidad										
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,68	16,92	21,67	27,88
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59
	No significativo								Significativo		

Fuente: (Soto, 2012)

Elaborado por: Renato Carrera

**Tabla 15:** Frecuencias observadas

Preguntas	Muy en desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Subtotal
3.Usted se enteró de la realización de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos).	98	87	54	62	60	361
4. A través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos) de Ambato o el Ecuador, usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla como parte del Turismo Cultural.	120	61	87	53	40	361
<b>TOTAL</b>	218	148	141	115	100	722

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

**Tabla 16:** Frecuencias esperadas

Preguntas	Muy en desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Subtotal
3.Usted se enteró de la realización de la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos).	109	74	70.5	57.5	50	361
4. A través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos) de Ambato o el Ecuador, usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de "La Guerra" del Inga Palla como parte del Turismo Cultural.	109	74	70.5	57.5	50	361
<b>TOTAL</b>	218	148	141	115	100	722

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Renato Carrera

### Cálculo del Chi cuadrado

Fórmula

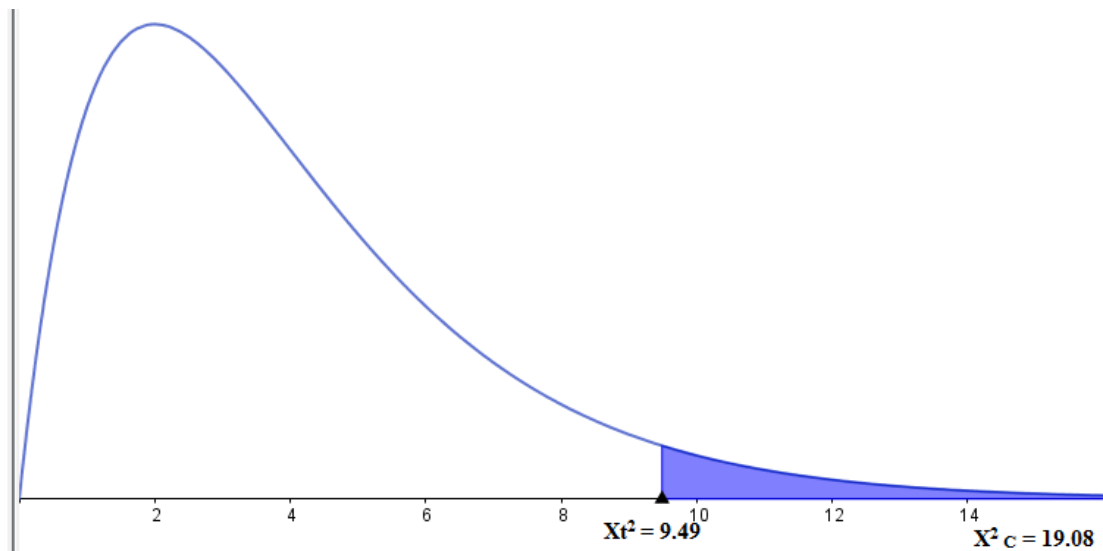
$$x^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

**Tabla 17:** Tabla 30 Cálculo del Chi cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
98	109	-11	121	1.11
87	74	13	169	2.28
54	70.5	-16.5	272.25	3.86
54	57.5	-3.5	12.25	0.21
60	50	10	100	2.00
120	109	11	121	1.11
61	74	-13	169	2.28
87	70.5	16.5	272.25	3.86
53	57.5	-4.5	20.25	0.35
40	50	-10	100	2.00
<b>TOTAL</b>				<b>19.08</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera



**Gráfico 14:** Campana de Gaus

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Renato Carrera

## Decisión

Luego de determinar que el valor calculado es mayor al dado por la tabla estadística, es decir:  $X^2_C = 19.08$  es mayor que  $Xt^2 = 9.49$  por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta a la hipótesis alterna  $H_1$  que menciona lo siguiente:

**H1:** La difusión masiva de la teatralización de la guerra del “Inga Palla” en el Cantón Tisaleo **si influye** en el turismo cultural.

### Análisis a las publicaciones de los medios masivos escritos

**Tabla 18** Monitoreo medios de comunicación masivos (Prensa)

Elaborado por: Renato Carrera

Medio	Fecha publicación	Titular	Sección	Extensión	Ubicación	Gráfico Color	No. imágenes
La Hora	15-10-2018	Fiesta del Inga Palla en todo su esplendor	Actualidad	Página completa	Parte central	Blanco/negro	1 (mediana) 10 (pequeñas)
El Heraldo	16-10-2018	Tisaleo en su fiesta central	Cultura 7-B	Página completa	Parte central	Full color	5 (medianas)
El Heraldo	08-10-2018	Tisaleños se alistan para la Fiesta del Inga Palla	Inter culturalidad	Página completa	Parte central	Full color	1(grande)
El Ambateño	16-10-2018	Aunque sin caballos, ayer la fiesta del Inga brilló en Tisaleo	Actualidad	Página completa	Parte central	Full color	1 (grande) 4 (medianos)
La Hora	16-10-2018	Inga Palla revive la resistencia y la cultura tisaleña	Actualidad	Tres cuartas partes	Parte central superior	Full color	1 (grande)

Elaborado por: Renato Carrera

<b>Medio</b>	<b>Fecha publicación</b>	<b>Titular</b>	<b>Sección</b>	<b>Extensión</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Gráfico Color</b>	<b>Numero imágenes</b>
La Hora	16-10-2018	Inga Palla, una fiesta que sigue vigente	Portada	Media página	Parte central inferior	Full color	1 (grande)
El Comercio	04-10-2018	Tisaleo prepara las fiestas del Inga Palla con sus ocho priostes	Actualidad	Cuarto de página	Parte superior izquierda	Full color	1 (grande)
El Comercio	21-10-2018	Santa lucía fue el centro de la fiesta del inga palla en Tisaleo	Actualidad	Cuarto de página	Parte superior izquierda	Full color	5 (medianas)
El Universo	11-10-2018	Fiesta del Inga Palla se escenificará sin caballos	Cultura	Tres cuartas partes	Parte superior izquierda	Full color	1 (grande)

## **CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

Se concluye que la difusión masiva de la teatralización de la guerra del Inga Palla no está llegando a los cantones y las ciudades de las provincias de la costa y del oriente, es decir, que estas festividades no son muy conocidas a nivel del país pero aun a nivel nacional, esto se debió a que la mayor parte de las personas que asistieron no llegaron porque vieron anuncios en medios masivos de comunicación en donde se de a conocer el desarrollo de la teatralización de la guerra de la fiesta del Inga Palla que se realiza para dar culto a la Virgen Santa Lucía.

El turismo cultural del cantón Tisaleo con respecto al desarrollo de la escenificación de la guerra que se realiza a partir de la segunda semana de octubre, esta actividad es motivada por que están directamente imputados a la parte espiritual siendo este acto muy relevante para el desarrollo socioeconómico, no tiene la concurrencia de las personas de los cantones de la región costa y oriente, con esto se puede concluir que el turismo cultural de este cantón no tiene el efecto positivo esperado, debido a que no cuentan con los instrumentos adecuados para dar a conocer la historia y cultura de la teatralización de la guerra que se desarrolla en las festividades del Inga Palla.

En base a los resultados de la investigación de campo realizada se determinó que es necesario contar con un medio de comunicación masiva que sea del cantón Tisaleo para que dé a conocer de forma detallada y con mayor frecuencia todo el desarrollo de la teatralización de la guerra de la fiesta del Inga palla por el culto a la Virgen Santa Lucia.



## **Recomendaciones**

En base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo la mayor parte de las personas encuestadas concuerdan que es importante y necesario contar con un medio de comunicación masiva, por lo que es preciso recomendar que en el cantón Tisaleo se cuente con un medio de comunicación masivo impreso (periódico) para que se promocióne la teatralización de la guerra del Inga Palla para tener un mayor número de visitantes.

Se recomienda al GADM Tisaleo implementar una mayor difusión de la fiesta del “Inga Palla” para que los asistentes tanto nacionales como extranjeros puedan conocer e informarse sobre la misma.

Se implemente en el cantón un periódico semanal con información de la fiesta y además las diferentes actividades de la municipalidad.

## Bibliografía

1. Betancur, L., & Cruz, A. (2015). Turismo y Comunicación. *Comunicador Social*, 2(8), 8-20.
2. Cocha, R. (2017). El comercio turístico y el apoyo al sector agropecuario de la ciudad de Tisaleo. *Revista de La Camara de Comercio*, 6(15), 23-28.
3. Díez, D., Martí, J., & Suárez, S. (2016). Arquitectura, tradición y turismo. La arquitectura vernácula de Tisaleo en el desarrollo de un modelo turístico basado en el paisaje cultural. *Revista AUS*, Chile.
4. Esteinou, J. (2016). Los medios de difusión masiva y en la cultura. *Revista Argumentos*, 25(68), 121-157.
5. Freire, L. (2017). *Fiesta del Inga Palla y la identidad cultural de los jóvenes en el cantón Tisaleo*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
6. Garrido, S. (2015). Programa de difusión para la preservación del Yasuní. *Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas*, 1(1), 1-65.
7. Gómez, N. (2016). Propagación turística por medio de la difusión masiva. *Revista Creative Commons*, 2(7), 102-122.
8. Guerrero, M. (2016). *La identidad cultural del inga palla del cantón tisaleo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
7. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
8. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación*. México: MCGrawHil.
9. Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoria de la investigación científica*. Ambto: Copyrigh.
10. Martí, J., Díez, D., Ruíz, C., & Chicaiza, V. (2015). Dos miradas para el diseño de la marca destino Tisaleo. *Revista KEPES*, 12(12), 331-352.

11. Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Surcolombiana.
12. Morere, N. (2017). Haciendo camino en el Turismo Cultural. *Metodos Revista de ciencias sociales*, 5(1), 4-8.
13. Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. (2016). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.
14. Santos, Q. (2016). Sustentabilidad sociocultural del turismo. *Revista Espiga*, 1(31), 31-43.
15. Soto, C. (11 de octubre de 2012). *Estadística y Tecnología de la Información y Comunicación en ciudades*. Obtenido de <https://cristina92sm.wordpress.com/2011/05/15/ejercicio-del-seminario-nueve-chi-cuadrado/>
16. Troitiño, A. (2017). Turismo de tipo cultural. *Revista Dialnet (Poligonos)*, 1(5), 49-66.

**Anexos.**

**Encuesta**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE  
JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**OBJETIVO:** Conocer la relación entre la difusión masiva y el desarrollo del turismo cultural respecto a la teatralidad “la guerra” del Inga-Palla de Tisaleo.

**SEXO:**

**EDAD:**

Hombre ( )

Mujer ( )

**Lugar de residencia:** .....

Favor escoja una opción en la escala de 1 a 5. Considerar que 1 es negativo y 5 es positivo.

1. Con que frecuencia asiste usded a la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla						
Nunca	1	2	3	4	5	Siempre

2. Usted está o no de acuerdo que la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla es una manifestación del Turismo Cultural de Tisaleo						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

3. Usted se enteró de la realización de la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla a través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos)						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

4. A través de algún medio de comunicación masivo impreso (periódicos) de Ambato o el Ecuador, usted ha leído alguna publicación sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como parte del Turismo Cultural.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

5. Considera usted que la vestimenta y los diálogos entre tropas españolas y de la resistencia indígena es una reproducción exacta a lo sucedido en la historia con la conquista española.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

6. La escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, debería ser considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

7. Los medios de comunicación masivos como el caso de los impresos (periódicos) mediante la difusión masiva de información sobre la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla de Tisaleo, ayudan a convertirla en un atractivo turístico cultural.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

8. Considera usted que un medio de comunicación impreso (periódico) en el Cantón Tisaleo ayudaría a difundir mejor la escenificación de “La Guerra” del Inga Palla como apoyo al desarrollo del Turismo Cultural.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

9. La escenificación de “La Guerra” del Inga Palla representa la identidad cultural de Tisaleo.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

10. Debería existir una mayor promoción de la escenificación “La Guerra” del Inga Palla a través de los medios de comunicación, para el desarrollo del Turismo Cultural en Tisaleo.						
Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

**GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN**



¿Licencia sin sueldo para la Vicepresidenta mientras...



Universitarios se entrenan en herramientas para in...



Tres accidentes durante la mañana de este 27 de noviembre...

Actualidad · ECUADOR

4 de octubre de 2018 22:26

ÚLTIM

## Tisaleo prepara las fiestas del Inga Palla con sus ocho sacerdotes

17:14

17:00

16:59

16:53



### EL UNIVERSO

Fiesta del Inga Palla se escenificará sin caballos

## Fiesta del Inga Palla se escenificará sin caballos



### MÁS EN NOTICIAS

Andrés Paéz denuncia a vicepresidenta María Alejandra Vicuña por concusión y tráfico de influencias

El unicornio siberiano llegó a convivir con los humanos modernos

Hombre murió luego de que le echaran gasolina y le prendieran fuego en Pasaje

NOTICIAS / NOTICIAS TUNGURAHUA

## Fiesta cultural del Inga Palla inicia en Tisaleo

SEP. 23, 2018 |



Cultura. Niños, jóvenes y adultos participan con atuendos típicos de esta festividad.

### GALERIA DE VIDEOS



### CARICATURA



buscar

Enter keyword...



### Recent Posts

Empresario venezolano demanda a aerolínea por el accidente del Chapecoense

27 November, 2018

Así quedó la decoración navideña que Melania Trump eligió para la Casa Blanca

Home > países > Ecuador

> La fiesta del Inga Palla se escenificó en el cantón Tisaleo, en Tungurahua

Ecuador países

## La fiesta del Inga Palla se escenificó en el cantón Tisaleo, en Tungurahua

by admin 16 October, 2018 0 42

