



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA  
Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA  
TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA  
DE SANTA ELENA, AÑO 2016.

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR: Agustín Leonardo Prudente De la A**

**TUTORA: Ing. Jéssica Linzán Rodríguez, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2017



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA  
 Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA  
 TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA  
 DE SANTA ELENA, AÑO 2016.

**Autor:** Agustín Leonardo Prudente De La A

**Profesor guía:** Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.

## RESUMEN

El estudio de investigación planteado para la comuna Barcelona, tiene como propósito evaluar el patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona mediante la aplicación de estrategias investigativas pertinentes, contribuyendo así a la diferenciación de la oferta turística de la parroquia Manglaralto, por otro lado, la comuna tiene una herencia cultural, pero le falta diversificación de la oferta turística de la comunidad, aun teniendo como elemento diferenciador el procesamiento completo de la paja toquilla desde la materia prima hasta la elaboración de productos finales, que son las diferentes artesanías, lo que llamaría la atención y las expectativas de los turistas. Para el presente trabajo de investigación se utilizó la metodología de tipo descriptivo-correlacional, por cuanto permite analizar las variables independiente y dependiente; mediante las técnicas de investigación se recopiló información por medio de las encuestas donde se obtuvieron datos de varias tradiciones dentro de la comuna Barcelona, que las diferencian de las demás por ser una de las pioneras en la elaboración de paja toquilla. Las estrategias de posicionamiento ayudarán a crear una marca del producto en la mente del turista, manteniendo el interés sobre las características del sombrero de paja toquilla.

**PALABRAS CLAVE:** Patrimonio cultural inmaterial, desarrollo social.

STATE UNIVERSITY PENINSULA OF SANTA ELENA  
FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES  
CAREER OF TOURISM MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

INMATERIAL CULTURAL HERITAGE OF THE COMMUNE BARCELONA  
AND ITS ROL AS A DIFFERENTIAL ELEMENT OF THE TOURISTIC  
OFFER OF THE MANGLARALTO PARISH .

Author: Agustín Leonardo Prudente De La A

Tutor: Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.

### **ABSTRACT**

The research study proposed for the commune Barcelona, aims to evaluate the intangible cultural heritage of the Barcelona commune by applying relevant investigative strategies, thus contributing to the differentiation of the tourist offer of the Manglaralto parish, on the other hand, the commune Has a cultural heritage, but it lacks diversification of the tourist offer of the community, even having as a differentiating element the complete processing of the toquilla straw from the raw material to the elaboration of final products, which are the different crafts, which would raise the Attention and expectations of tourists. For the present work of the research was used the methodology of descriptive-correlational type, because it allows to analyze the independent and dependent variables; Through research techniques, information was collected through surveys where data were collected from various traditions within the Barcelona Commune, which differentiate them from the others by being one of the pioneers in the production of straw toquilla. Positioning strategies will help create a brand of product in the mind of the tourist, while maintaining interest in the features of the straw hat.

**KEYWORDS:** Straw straw, intangible cultural heritage, tradition, social development.

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de profesora guía del trabajo de titulación **“PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016.”** elaborado por el Sr. Agustín Leonardo Prudente de la A, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

---

Ing. Jéssica Linzán Rodríguez, MSc.  
PROFESORA GUÍA

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.**

El presente trabajo de titulación con el título de **“PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016.”** elaborado por Prudente de la A Agustín Leonardo, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, académica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales:

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico pasan a tener derechos autorales correspondientes que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total y parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

---

Prudente De la A Agustín

C.I. # 092126472-7

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la vida y permitirme elaborar este proyecto; a mis padres, que con mucho esfuerzo me apoyaron día a día para mi superación; a mis hermanos, que me motivaron constantemente para que continúe en la lucha en el camino del bien y como olvidarme de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a todo el personal docente que con sus enseñanzas académicas nos llenaron de conocimiento.

Agustín Prudente

## **DEDICATORIA**

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su eterna confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad.

Agustín Prudente

## TRIBUNAL DE GRADO

---

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.  
DECANA (e) DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
DIRECTOR DE CARRERA  
GESTION Y DESARROLLO  
TURÍSTICO

---

Ing. Jéssica Linzán Rodríguez, MSc.  
PROFESORA – TUTOR

---

PhD. Mauro Miranda Barreto  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Brenda Reyes Tomalá, MSc.  
SECRETARIA GENERAL

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
1. Revisión literaria .....	7
1.1. Desarrollo de teorías y conceptos .....	9
1.1.1. Variable independiente.....	9
1.1.2. Identidad cultural.....	9
1.1.3. Costumbres.....	10
1.1.4. Creencias.....	10
1.2.5. Tradición.....	11
1.1.5. Patrimonio cultural inmaterial .....	11
1.2.7. Expresiones culturales.....	13
1.2.8. Conocimiento .....	13
1.2.9. Variable dependiente.....	13
1.2.10. Oferta turística.....	13
1.2.11. Turismo .....	14
1.2.12. Marca turística.....	14
1.2.13. Comportamiento del consumidor .....	14
1.2.14 La imagen del destino .....	15
1.2.15. Gestión del marketing .....	16
1.2.16. Desarrollo turístico.....	16
1.2.17. Destino turístico .....	17
1.2.18. Estrategia turística.....	17
1.2.19. Estrategia de posicionamiento .....	17
1.2.20. Posicionamiento por la calidad.....	18
1.2.21. Posicionamiento por diferenciación del producto.....	18

1.2.22. Demanda turística.....	19
1.2.23. Turismo accesible.....	19
1.2.24. Medios de comunicación.....	19
1.3. Fundamento social, psicológico, filosófico, y legal .....	20
1.3.1 Psicológico.....	20
CAPÍTULO II .....	21
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
2.1. Tipos de investigación.....	21
2.2. Métodos de la investigación .....	21
2.2.1. Método inductivo .....	22
2.2.2. Cualitativo.....	22
2.2.3. Cuantitativo.....	22
2.3. Diseño de muestreo .....	23
2.4. Diseño de recolección de datos .....	24
2.4.1. La encuesta.....	24
2.4.2 observación Directa.....	24
2.4.3 introducción al SPSS.....	25
CAPÍTULO III .....	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
3.1 Análisis de datos (cualitativo o cuantitativo).....	26
3.2 Limitaciones .....	50
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	56
ANEXOS .....	59
CRONOGRAMA.....	74
PRESUPUESTOS .....	75

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 TEORÍA DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR .....	15
TABLA N° 2 NIVEL DE CONFIANZA .....	23
TABLA N° 3 MUESTRA.....	23
TABLA N° 4 EDAD.....	26
TABLA N° 5 GÉNERO.....	27
TABLA N° 6 EDUCACIÓN.....	28
TABLA N° 7 PATRIMONIO CULTURAL .....	29
TABLA N° 8 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	30
TABLA N° 9 DESARROLLO TURÍSTICO .....	31
TABLA N° 10 ATRACTIVOS.....	32
TABLA N° 11 DIFERENCIA EL SOMBRERO.....	33
TABLA N° 12 LOS RECURSOS TURÍSTICOS .....	34
TABLA N° 13 OFERTA TURÍSTICA .....	35
TABLA N° 14 ELEMENTOS QUE LE FALTA A LA COMUNA BARCELONA .....	36
TABLA N° 15 EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS MODALIDADES .....	37
TABLA N° 16 SEÑALÉTICA .....	38
TABLA N° 17 NUEVOS PROYECTOS TURÍSTICOS .....	39
TABLA N° 18 GÉNEROS DE ARTESANOS. ....	40
TABLA N° 19 EDAD DE ARTESANOS. ....	41
TABLA N° 20 EDUCACIÓN DE ARTESANOS. ....	42
TABLA N° 21 TIEMPO DE DEDICACIÓN A ELABORAR SOMBREROS.....	43
TABLA N° 22 ENSEÑANZAS DE SOMBRERO .....	44
TABLA N° 23 ELABORACIÓN DE SOMBREROS.....	45
TABLA N° 24 PRODUCTOS QUE SE REALIZAN CON FRECUENCIAS .....	46
TABLA N° 25 FIJACIÓN DE PRECIO. ....	47
TABLA N° 26 CANTIDAD DE MATERIAL.....	48
TABLA N° 27 PRECIO DE SOMBRERO.....	49
TABLA N° 28 MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	65
TABLA N° 29 VARIABLE INDEPENDIENTE .....	66
TABLA N° 30 VARIABLE DEPENDIENTE .....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 EDAD.....	26
GRÁFICO N° 2 GÉNERO.....	27
GRÁFICO N° 3 EDUCACIÓN .....	28
GRÁFICO N° 4 PATRIMONIO CULTURAL.....	29
GRÁFICO N° 5 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL .....	30
GRÁFICO N° 6 DESARROLLO TURÍSTICO .....	31
GRÁFICO N° 7 ATRACTIVOS.....	322
GRÁFICO N° 8 DIFERENCIA EL SOMBRERO .....	33
GRÁFICO N° 9 LOS RECURSOS TURÍSTICOS .....	34
GRÁFICO N° 10 OFERTA TURÍSTICA .....	35
GRÁFICO N° 11 ELEMENTOS QUE LE FALTA A LA COMUNA BARCELONA ..	36
GRÁFICO N° 12 EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS MODALIDADES .....	37
GRÁFICO N° 13 SEÑALÉTICA .....	38
GRÁFICO N° 14 NUEVOS PROYECTOS TURÍSTICOS .....	39
GRÁFICO N° 15 GÉNERO DE ARTESANOS .....	40
GRÁFICO N° 16 EDAD DE ARTESANOS. ....	41
GRÁFICO N° 17 EDUCACIÓN. ....	42
GRÁFICO N° 18 TIEMPO DE DEDICACIÓN A ELABORAR SOMBREROS.....	43
GRÁFICO N° 19 ENSEÑANZAS DE SOMBRERO .....	44
GRÁFICO N° 20 VENTAS DE SOMBRERO .....	45
GRÁFICO N° 21 PRODUCTOS QUE REALIZAN CON FRECUENCIAS. ....	46
GRÁFICO N° 22 FIJACIÓN DE PRECIO.....	47
GRÁFICO N° 23 CANTIDAD DE MATERIAL.....	48
GRÁFICO N° 24 PRECIO DE SOMBRERO.....	49

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTANDO .....	60
ANEXO N° 2 PARQUE BARCELONA .....	60
ANEXO N° 3 LOGO DE LA COMUNA BARCELONA .....	61
ANEXO N° 4 SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA .....	61
ANEXO N° 5 ENCUESTAS A POBLACION .....	62
ANEXO N° 6 ENCUESTAS A ARTESANOS .....	64
ANEXO N° 7 ASPECTOS LEGALES .....	68
ANEXO N° 8 DOCUMENTOS DECLARACIÓN A PATRIMONIO.....	71

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el alto índice del turismo ha incrementado la economía manteniendo el 11% en el PIB; los constantes cambios que se presentan para motivar a los clientes que adquieran los servicios o productos hacen que busquen nuevas alternativas de negocios a desarrollar. Por otro lado, está el patrimonio cultural inmaterial que aporta a la economía de la localidad siendo una parte especial e importante dentro de la sociedad, por razones históricas, científicas que han pasado de generación en generación.

El Ecuador es el país con mayor diversidad en Sudamérica por poseer sitios naturales, exuberante riqueza cultural, florística y faunística, en tal virtud cuenta con gran afluencia de turistas que generan fuentes de ingresos económicos. Es así que entre las principales fuentes de ingreso está el turismo como una alternativa de desarrollo económico y social, mismo que debe fundamentarse en criterios de sostenibilidad dentro de una planificación estratégica; es decir, que ordene, integre, y oriente la gestión competitiva, involucrando a los actores, cuidando sus recursos naturales, preservando la riqueza histórica-cultural promoviendo las diferentes alternativas de turismo vinculado con los principios del desarrollo sostenible. (Vásquez, 2016).

En la provincia de Santa Elena se encuentra la comuna Barcelona, este sector se ha dedicado desde sus inicios a la actividad del procesamiento de la paja toquilla, materia prima que sirve para la elaboración del sombrero, es por este motivo que es visitado por turistas, los cuales en su mayoría adquieren el sombrero de paja toquilla por su excelente acabado y diseños exclusivos.

A través de la cultura, se puede evaluar el conocimiento, de las habilidades que poseen los hombres y mujeres en los pueblos, sin embargo, el desarrollo cultural de una sociedad y la historia revelan un sin número de procesos culturales, los

patrimonios culturales inmateriales de los países se enfrentan a constantes cambios contemplando a un conjunto de estructuras políticas, económicas y simbólicas que rebasan el ámbito en el que habitualmente se desarrollan.

Ecuador, un país conocido a nivel mundial por la calidad de tejido de paja toquilla con un proceso de producción artesanal elaborado manualmente sin la utilización de maquinarias industrializadas. Debido a esta singularidad, Ecuador ocupa un lugar importante como proveedor de sombreros por unión de bandas a pesar del precio muy bajo que tienen otros países proveedores como China (Rodríguez Siguenza & Ureña Armijos, 2009).

La comuna Barcelona es una de las principales abastecedoras de materia prima de las ciudades de Cuenca, Chordeleg, Azogues y otras partes de la Sierra, las cuales cada semana compran la producción de paja toquilla que es procesada por los comuneros de Barcelona. Quien ingresa a la comuna se sorprende por los múltiples y extensos cordeles de paja toquilla, en su paso por el lugar podrán visualizar que al llegar el atardecer los habitantes, atareados, realizan el último paso del proceso de producción. Esta comuna representa el 20% de la producción artesanal en la parroquia, el 60% de la población se dedica a la producción y procesamiento artesanal de la paja toquilla. Otro porcentaje lo conforma la agricultura, donde el 20% de la población trabaja en terrenos aledaños al pueblo en cultivos de ciclo corto y un 22% de la población económicamente activa tiene trabajos esporádicos en temporada playera, trabajos domésticos en la ciudad, temporadas de cosecha en la provincia de Manabí. (Tomalá, 2012). La actividad de producción de paja toquilla es considerada, por algunos, nada más como un conocimiento productivo, pero, para otros es más que eso, es un conocimiento que contiene profundos rasgos de identidad por la dinámica de tradición patrimonial que supone, ya que es la herencia que han recibido de sus antepasados por medio de sus padres o familiares mayores. La mayor parte de las interpretaciones con las que se construye el cambio histórico de la iniciativa productiva en la comunidad tiene como base los relatos hablados de los diferentes personajes que, de una u otra forma, se ven relacionados con esta práctica pre-colonial. La memoria oral

son los recuerdos, percepciones, conjunto de testimonios y experiencias de la gente viva, con los que trabaja la historia oral para reconstruir un pasado comunal.

Por otro lado, la comuna tiene personas con conocimientos en tejidos manual, pero por la falta de recursos no se imparten estos conocimientos ya que esto nos ayudaría a la diversificación de la oferta turística de la comunidad de Barcelona, afecta la imagen del destino donde llegan los turistas, los cuales en su mayoría están integrado por el elemento repetitivo, que lejos de generar un impacto positivo en la mente del turista, está siendo sobre nombrada la imagen de dicho destino.

Uno de los elementos diferenciadores que existe en la comuna Barcelona es la observación del procesamiento completo de la paja toquilla desde la materia prima hasta la elaboración de productos finales, que son las diferentes artesanías, llamando así la atención y las expectativas de los turistas.

La comuna Barcelona, pese a que es un sector que se ha dedicado desde sus inicios a esta actividad no posee el mismo nivel de venta que otras comunidades aledañas y que es reconocida desde el 6 de noviembre del 2012, los comuneros se manifestaron para que den vigencia a la tradición ecuatoriana el 23 y 30 de septiembre del 2013, cumpliendo con todas las disposiciones y requisitos contemplados en el Código Orgánico de Organización Territorial, la Ordenanza municipal del cantón Santa Elena declara como CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR, dentro de patrimonio cultural inmaterial del Estado ecuatoriano.

La comunidad de Barcelona pretende ofertar el patrimonio cultural inmaterial mediante su identificación como elemento diferenciador para posicionarlo dentro del mercado a nivel nacional e internacional.

¿De qué manera el patrimonio cultural inmaterial de Barcelona se constituye como un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto?

Promover el patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona mediante la aplicación de estrategias investigativas contribuyendo así a la diferenciación de la oferta turística de la parroquia de manglar alto.

- Determinar cuál es el elemento diferenciador del producto de la comuna Barcelona
- Investigar actividades potenciales que permitan la oferta turística para suplir sus necesidades.
- Promover una nueva ruta turística que ayude al ingreso de recursos económicos en la comunidad.

El presente estudio de investigación se realizará con el aporte de los conocimientos teóricos para poder determinar el patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona y su rol como elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto, esto depende de la participación de cada uno de los actores sociales en actividades como turismo cultural, comunitario, rural y ecoturismo definido como alternativo. Formando parte de estas actividades se obtendrá el desarrollo integral de esta comunidad, al referir su desarrollo local, se debe considerar al turismo como una de las formas principales para el desarrollo.

Uno de los factores que influyen en el turismo en la comuna Barcelona es la poca inversión en proyectos de desarrollo turístico de las comunidades por parte de las autoridades de turno, locales y estatales, lo que es necesario saber ya que a través de esto se buscan nuevas alternativas que permitan favorecer a la comunidad, en general.

En la comuna Barcelona se realiza el proceso investigativo con el fin de emprender nuevas formas de incrementar el turismo y por ende mejorar la producción local para conservar el patrimonio cultural. El proyecto aportará al beneficio económico, socio cultural y ambiental de la parroquia Manglaralto, con

la revitalización del patrimonio inmaterial, conservación del patrimonio material inmueble y renovación de la memoria social e identidad del pueblo ancestral. El proyecto está direccionado al desarrollo principal de la comuna ya que se sabe que el turismo hoy en día es un factor importante porque genera riquezas, además contribuye al intercambio de actitudes sociales y culturales entre los pueblos.

**H<sub>0</sub>** El patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona no se constituye en un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto.

**H<sub>1</sub>** El patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona se constituye en un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto.

Variable Independiente

Patrimonio cultural inmaterial

Variable Dependiente

Oferta turística

La matriz de consistencia es un elemento conformado de cuadros que sirve para analizar y realizar la hipótesis del problema y de los objetivos enfocados a las variables (ver en anexos).

La matriz de operacionalización de las variables es un elemento conformado de cuadros donde se ubican las variables dependiente e independiente seguido de las dimensiones, además de instrumentos e ítems en los cuales se analizan las dos variables (ver en anexos)

El objetivo general de esta investigación es Promover el patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona mediante la aplicación de estrategias

investigativas contribuyendo así a la diferenciación de la oferta turística de la parroquia de manglar alto. Para llegar a plasmar esta investigación se debe cumplir con los objetivos específicos, en los cual se determinará cuál es el elemento diferenciador del producto de la comuna Barcelona, seguido de investigar los potenciales que permitirán la oferta turística, y Promover una nueva ruta turística que ayude al ingreso de recursos económicos en la comunidad. Para esto se realizó la investigación descriptiva correlacional, comprobando la hipótesis diseñada; de qué manera el patrimonio inmaterial de la comuna se constituye como elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto, el cual contribuye a la investigación empezando con la introducción para dar paso al planteamiento del problema, donde se encuentran todas las necesidades de la comunidad.

Por ello el presente proyecto abordará los capítulos que a continuación se detallan con la información necesaria respecto al proceso de investigación:

Capítulo I: En este capítulo se realiza la fundamentación teórica establecida por los distintos autores especializados en cada una de las variables que han estudiado referente al proyecto que se ha investigado, acompañado de un marco legal de acuerdo a las acciones que se emplearán.

Capítulo II: En este capítulo se detalla la metodología que se aplicara a la investigación en la que se expresan los métodos que se aplicaron, tipo de instrumento de la investigación necesaria, de acuerdo a la población y muestra obtenida, el cálculo efectuado al cual se aplica el tipo de investigación cuantitativa en donde se plantea un cuestionario para el levantamiento de información de campo.

Capítulo III: Se expresa el correspondiente análisis de los resultados de las encuestas con sus pertinentes conclusiones y recomendaciones en base a la información primaria, también se encuentran las limitaciones encontradas en el proceso el programa estadístico o en su efecto tabla dinámica de Excel para realizar los gráficos estadísticos.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1. Revisión literaria

En la Universidad Central del Ecuador en la facultad de Artes se encuentra la tesis de postgrado titulada “evolución del patrimonio cultural inmaterial (PCI) en el Ecuador e implementación de planes de salvaguardia”, este trabajo trata sobre la evolución del patrimonio en el Ecuador y los planes de salvaguardia, tiene como objetivo principal “Realizar un estudio sobre el avance del Patrimonio Cultural Inmaterial en el Ecuador así como los planes para salvaguardarlo” Para esto Realizar un estudio sobre la evolución del Patrimonio Cultural Inmaterial en el Ecuador y los planes para salvaguardarlo La investigación se desarrolla bajo los lineamientos del paradigma crítico propositivo, crítico porque diagnostica y analiza la situación actual de la problemática institucional y propositiva porque propone una alternativa de solución a la problemática existente, detectada yendo más allá del diagnóstico y el análisis, busca la comprensión de fenómenos sociales con enfoque contextualizado, asumiendo una realidad final. También se elaboró el marco teórico y legal con las fundamentaciones necesarias. A continuación se determinó la población y muestra, luego se realizó la recopilación de datos por medio de la técnica de la encuesta, que fue aplicada a los gestores culturales y a los actores o detentores de las manifestaciones culturales, que son personas con amplia experiencia en el ambiente cultural, con lo que se concluye que el PCI ha evolucionado con el pasar del tiempo, al igual que la gestión sobre las distintas manifestaciones culturales que forman el PCI; así se determinó que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC, ha cumplido con una gran labor en la gestión y manejo del mismo, de tal forma que existen planes de salvaguardia que están en plena vigencia, lo que permitirá preservar de una buena manera todas las manifestaciones culturales del país que se han constituido en parte del PCI. (Balarezo, 2015).

En la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, se encuentra la tesis titulada “**identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Pilahuín cantón Ambato Provincia de Tungurahua**” (2015) la cual llegó a las conclusiones mediante su trabajo investigativo, los habitantes de la Parroquia fueron capacitados sobre la importancia de poseer una identidad cultural y los beneficios que conlleva la conservación de los recursos naturales y culturales que poseen.

También, mediante un estudio realizado por la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación con la tesis titulada “El Rescate Histórico-Cultural del Barrio Huaynakuri y su Contribución al desarrollo turístico en la Parroquia de San Miguelito del Cantón Santiago de Píllaro de la Provincia de Tungurahua” (Guevara, 2015), se concluyó que existen varios efectos que los perciben los turistas al visitar esta localidad y ver el abandono del patrimonio histórico que es un gran potencial turístico.

Así mismo, no existe cualquier tipo de promoción que destaque el sector ya que cuenta con lugares propios para desarrollar el turismo sostenible y sustentable y no se pierda la identidad cultural.

Investigar la incidencia de la identidad cultural en el desarrollo del ecoturismo de la comunidad Pucará Grande, perteneciente a la parroquia Pilahuín, provincia de Tungurahua, durante el año 2010 En esta investigación es significativo apuntar a las cualidades de los participantes en este proceso, cuáles son estas cualidades desarrolladas ya que estas son categorías de la identidad, que hace posible el fortalecimiento de una realidad percibida. Y cuantitativo porque será tabulada la información para poder medir los objetivos planteados.

En la Universidad península de Santa Elena Facultad de ciencias administrativas, Carrera de Hotelería y Turismo existe un tema de tesis “Análisis de la actividad turística en la comuna San Antonio del Cantón Santa Elena que permita la

implementación de un plan de promoción turística local 2014.” La investigación se llevó a cabo con el propósito de identificar las actividades turísticas del lugar, ya que posee una actividad laboral y económica como es el cultivo, producción de artesanías hechas a base de este material. La promoción turística para estimular el turismo accede a impulsar a los turistas a visitar la localidad. La comunidad contribuye al desarrollo turístico local como un proceso integrado y participativo, quedando la tarea de buscar los mecanismos que les permitan planear los lineamientos estratégicos y cumplir con los objetivos planteados.

Determinar la influencia de la planificación Turística en la competitividad de la comuna Valdivia como destino turístico, mediante un estudio que involucre a sus actores, para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia año 2014

El trabajo de investigación desarrollado se orientó en un diseño no experimental, que consiste específicamente en la observación de campo y manifestar sobre la situación, tal como suceden las cosas. Tratando de mantener los medios reales en base a la observación de los hechos, sin construir ninguna situación que no suceda y sin repercutir en las variables independientes. Este diseño se da por la situación de que las variables independientes en el sector que ya están planteadas, es decir fueron provocadas por alguna situación o circunstancia y no se puede inferir sobre ellas

## **1.1. Desarrollo de teorías y conceptos**

### **1.1.1. Variable independiente**

### **1.1.2. Identidad cultural**

El autor Espinosa, M.(2015) Indica, que la identidad cultural constituye el tipo de identidad social que tiene que ver con la toma de conciencia por parte de los habitantes con diferencias culturales, esta se deriva de la pertenencia de las

personas con una cultura determinada, del uso de un sistema de signos, que componen lenguaje y textos, así mismo ritos y tradiciones que son llevadas por costumbres y tradiciones.

Según el autor Molano, O.(2015) Revela el sentido de pertenencia de un grupo social, el cual poseen costumbres, valores y creencias, pero no solo grupos sino también son características principales de creaciones culturales y sociales. Desde un punto de vista subjetivo como un sentimiento de pertenencia a una sociedad.

### **1.1.3. Costumbres**

La costumbre, según el autor IZARD P Bonte & M (2014), se basa en la rutina y comportamientos que por lo general nunca son obligatorios e incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral y los hábitos adquiridos por el hombre por ser parte de una sociedad.

En la comuna Barcelona se tienen varias costumbres dado a los hábitos de los ancestros para la elaboración de paja toquilla, esto en conjunto forman su identidad cultural la cual refuerza al desarrollo turístico de la comuna.

### **1.1.4. Creencias**

La creencia aplicada a la experiencia religiosa siempre retiene un estado de tensión entre la duda y la fe, según IZARD P Bonte & M (2014), son el conjunto de normas de comportamiento, y de oración que son realizadas por un determinado grupo con la cual se reconoce una relación de divinidad.

Dentro de la comuna Barcelona existen varias creencias las mismas que se han ido acrecentando durante años, la comunidad más longeva es muy religiosa y llevan las tradiciones muy arraigadas, no tanto como la juventud que ha ido perdiendo las tradiciones y costumbres.

### **1.2.5. Tradición**

Según Murcia (2014), es un proceso de la naturaleza social, el cual forma parte de los elementos del patrimonio cultural que son traspasados de generación en generación mediante la prolongación del conocimiento.

Existen varias tradiciones dentro de la comuna Barcelona que la diferencian de las demás por ser una de las pioneras en la elaboración de paja toquilla, esta tradición viene de generación en generación y se está tratando de que no se pierda y que siga en la actualidad.

### **1.1.5. Patrimonio cultural inmaterial**

El Patrimonio Cultural Inmaterial según Murcia (2014), lo conforman las instituciones, representaciones, conocimientos y técnicas que por ser diferentes se destacan de la cultura en las comunidades en general; es un factor importante para el desarrollo social y representa un intercambio cultural.

En la comuna Barcelona existe un patrimonio cultural inmaterial el cual es fundamental para el desarrollo social y cultural de la comunidad, como también para el turismo, ya que es una base para darse a conocer a nivel provincial.

Estas formas culturales o vivientes del patrimonio cultural como lo indica la UNESCO (UNESCO, 2014), abarcan tradiciones o expresiones vivas heredadas a los antepasados y transmitidas a los descendientes como las tradiciones orales, las artes del espectáculo, las prácticas sociales, los ritos y celebraciones festivas, los conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo y los conocimientos y técnicas necesarios para la artesanía tradicional

El patrimonio cultural intangible o inmaterial es el resultado de una larga evolución del concepto de patrimonio cultural, considerando que sus signos y valores van más allá de lo que se ve o se toca (UNESCO, 2014).

Los bienes culturales inmateriales están relacionados con los saberes, las habilidades, las tradiciones, los usos, las costumbres, el sistema de significados, las formas de expresión simbólica y las lenguas de cada pueblo o nación.

Según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, el “patrimonio cultural inmaterial” se manifiesta en los siguientes ámbitos:

- a) Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) Artes del espectáculo;
- c) Usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) Técnicas artesanales tradicionales. (UNESCO, 2014).

La Constitución Federal Brasileña de 1988 adopta una óptica más profunda y reconoce el patrimonio cultural como la memoria, el modo de vida de un pueblo y su identidad social, constituyendo tanto los elementos materiales como los inmateriales, así lo define el Instituto Estadual do Patrimonio Histórico y Artístico de Minas Gerais (2011).

Los bienes inmateriales, comprenden toda la producción cultural de un pueblo, desde su expresión musical, hasta su memoria oral, pasando por elementos caracterizadores de su civilización. Bajo la forma de bienes materiales, el patrimonio se divide en dos grupos básicos: bienes inmuebles, grupo que comprende la producción pictórica, escultórica, material ritual, mobiliario y objetos utilitarios y bienes inmuebles— que no se restringen al edificio aisladamente, pero comprenden, también, su entorno, garantizando su visibilidad y fruición. En el acervo de bienes inmuebles que constituyen el patrimonio de un pueblo y de un lugar, se incluyen los núcleos históricos y los conjuntos urbanos y

paisajísticos, importantes referencias para las nociones étnicas y cívicas de la comunidad.

### **1.2.7. Expresiones culturales**

Las expresiones culturales, según lo indica (García, 2015), son las expresiones de la creatividad de las personas con contenido cultural, que deben ser protegidos por el grupo ya sea familiar, profesional, religioso, étnico, etc.

En cuanto a las expresiones culturales que tiene la comuna Barcelona deben ser protegidas y practicarlas para que la comunidad no pierda su identidad cultural.

### **1.2.8. Conocimiento**

Según el autor Cuenca Guamanquispe (2015), se refiere al conocimiento como un hecho o situación expresada por una proposición, para que exista un conocimiento verdadero tiene que haber lógica en la realidad donde se la pretende influir.

En la comuna Barcelona se puede aprovechar los conocimientos que tiene cada uno de los habitantes puede ser la forma de pintar la forma de tejer esto nos ayudaría a la comunidad a mantener el patrimonio que posee.

### **1.2.9. Variable dependiente**

### **1.2.10. Oferta turística**

Según el autor García (2015), la oferta turística tiene que adaptarse a la exigencia de la demanda, sin embargo, dicha oferta no solo son los recursos naturales sino depende también de las instalaciones, alojamientos, sitios de esparcimiento, etc.

Así mismo, la empresa turística para ofrecer un buen servicio debe poseer un conjunto de atractivos que inciten al turista a visitar el sitio; la oferta debe contener características únicas e innovadoras que motiven y eleven la expectativa del turista, a un valor accesible.

Para la comuna Barcelona, la oferta turística que posee es muy baja, debido a la escasa promoción que existe y la falta de información hacia el patrimonio cultural, los turistas conocen muy poco acerca del sitio y de las atracciones turísticas que posee.

### **1.2.11. Turismo**

Según el autor (Camelo, 2015), son las actividades que realizan las personas durante la estancia en algún lugar al de su retorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor al de un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos. Se sabe que la actividad está asociada al ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares, entre otras cuestiones, siendo una gran fuente de ingresos para muchos países. Para la comuna Barcelona, el turismo es parte fundamental para el desarrollo económico, y por lo tanto es una actividad que se debe explorar más fondo.

### **1.2.12. Marca turística**

(Arcarons, 2015), refiere marca turística a un nombre, logotipo, símbolo, y valores que se asocian con un territorio o lugar, el cual representa su identidad, y que tiene como meta crear una posición en la mente del consumidor y una visión positiva del destino.

Las marcas turísticas buscan un concepto de imagen única que represente y satisfaga los deseos del mercado con una ventaja competitiva; en el sector turístico se encuentran en un proceso de adaptación ya que, al tratarse de un servicio, es más complejo. Así mismo es un conjunto de actividades de marketing, las cuales se utilizan para crear un nombre o símbolo que identifique y diferencie el destino de los demás.

### **1.2.13. Comportamiento del consumidor**

Según el autor (Camelo, 2015), el comportamiento del consumidor estudia el porqué, y cómo se producen las compras, se deben analizar las variables

relacionadas con el consumo, se debe conocer todo lo que afecta y a futuro el mercado.

En algunas ocasiones es un acto muy simple que se trata de las compras de productos o servicios; sin embargo, cuando el producto es más complejo, el proceso resulta igualmente complejo.

**TABLA N° 1 TEORÍA DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

TEORÍA	CONCEPTO	USO DEL MARKETING
Economía	Se busca maximizar el beneficio. Se compra lo más rentable.	¡La prueba del calendario! ¡Es más económico!
Psicoanálisis	Las personas buscan satisfacer	Prohibido para menores
Aprendizaje	Las conductas se pueden cambiar por la repetición de estímulos	Publicidad de cerveza, Coca cola, cigarrillos.
Socio-Psicológica	Se actúa por influencia de los grupos de referencia	¡No dejes que se lo lleven! ¡Nueve de cada diez lo usan! ¡Lo usan las estrellas!

Elaborado por Agustín Leonardo Prudente de la A

Fuente teoría del comportamiento del consumidor.

### 1.2.14 La imagen del destino

Según el autor Fernández Folgado José (2015), la imagen del destino es lo primordial ya que las experiencias positivas que puedan tener los turistas no solo benefician a la comunidad por las visitas continuas, sino que además existe la recomendación a los amigos, familiares y contactos en redes que hacen que sean un destino conocido y recomendado para visitar. La imagen es la clave para la atracción de los turistas sin embargo si el destino quiere crecer formando la

satisfacción de los mismos las acciones deben de estar influenciadas por el marketing.

- Se debe tener un control continuo acerca de los niveles de satisfacción del turista.
- Valoración sistemática de las acciones de los habitantes hacia los turistas, esto cuenta como experiencia turística.
- La infraestructura en los destinos turísticos tiene vínculos con la atracción de los visitantes.

#### **1.2.15. Gestión del marketing**

La gestión del Marketing, según el autor Fernández Folgado José (Camelo, 2015), consiste en concebir, planificar, ejecutar y controlar la elaboración, promoción y distribución de un bien o servicio, con el fin de satisfacer al cliente.

La empresa debe juntar todos sus esfuerzos para obtener la satisfacción de las necesidades de los consumidores, y está orientado a que todo el proceso de elaboración de los productos o servicios sea determinado a la preferencia de los consumidores.

La comuna Barcelona debe producir un servicio que lleve al turista a la satisfacción de sus necesidades, el cual debe estudiarse y conocer la evolución que tenga; este es un estudio a largo plazo donde se fundamenta un análisis continuo de lo que desea el turista del lugar.

#### **1.2.16. Desarrollo turístico**

El desarrollo turístico como lo indica el autor Camelo (2014), es el crecimiento que tiene una población gracias al turismo con el cual se van mejorando las condiciones y las capacidades colectivas de los habitantes de un lugar específico,

Se presenta en el rediseño de lugares y localidades que se realiza mediante la participación de grandes empresas, donde son necesarias las iniciativas a las personas en su totalidad.

En la comuna Barcelona existe desarrollo turístico, pero se encuentra en niveles muy bajos, la explotación del lugar beneficiaría de forma muy alta los ingresos y por ende la infraestructura de la localidad.

### **1.2.17. Destino turístico**

El autor Camelo (2014), los destinos turísticos se pueden relacionar a cualquier territorio que tengan disposición de planificación y puedan orientar de cierta capacidad administrativa para desarrollarla, debe presentar una oferta estructurada al servicio y debe existir una marca que se presente en forma de imagen atractiva. La comuna Barcelona es llamada un destino turístico para los turistas que quieren visitar un lugar lleno de cultura y tradiciones como lo son la elaboración de la paja toquilla.

### **1.2.18. Estrategia turística**

La estrategia turística, según el autor Llantada Armando (2015), en el ámbito del marketing, es necesario mejorar la transferencia del conocimiento y tecnología desde las universidades y centros de investigación al mercado turístico. Existen grandes inventos y soluciones que por distintos motivos no llegan al mercado ya sea por una valorización poco adecuada de la tecnología, la falta de soporte a su desarrollo completo, o poca determinación en la comercialización.

### **1.2.19. Estrategia de posicionamiento**

El autor (Camelo, 2015), indica que “las estrategias de posicionamiento son procesos en los cuales se desarrollan habilidades que tienen como meta mejorar la imagen que tiene la marca del producto o servicio de la empresa en la mente del consumidor.”

Para la comuna Barcelona, estas estrategias pueden elevar los niveles de comercialización de la paja toquilla que es parte primordial para el desarrollo de la misma.

### **1.2.20.Posicionamiento por la calidad**

El autor Alcívar (Camelo, 2015), indica que esta estrategia implica la calidad que posee un producto, la cual es una de las partes fundamentales de una marca donde se pueden combinar con otras estrategias para conseguir el objetivo trazado.

Aplicando esta estrategia en la comuna Barcelona se posicionará en la mente del consumidor el producto como es la paja toquilla y los visitantes preferirán adquirirlo ya sea por su calidad o precios accesibles.

### **1.2.21.Posicionamiento por diferenciación del producto.**

El autor (Camelo, 2015), Se llama Posicionamiento a la referencia del ‘lugar’ que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre esta y su competencia.

El Posicionamiento es un principio fundamental del marketing que muestra su esencia y filosofía, ya que lo que se hace con el producto no es el fin, sino el medio por el cual se accede y trabaja con la mente del consumidor: se posiciona un producto en la mente del consumidor; así, lo que ocurre en el mercado es consecuencia de lo que ocurre en la subjetividad de cada individuo.

El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia

En la comuna Barcelona se debe de implantar esta estrategia ya que se podrá diferenciar el producto que es la paja toquilla de los demás en la región, ya que

existen otros lugares donde también se dedican a este oficio, sin embargo, se logrará destacar de la competencia gracias a las actividades que se realicen.

#### **1.2.22. Demanda turística**

Según el autor (Camelo, 2015), se refiere al deseo de los clientes por satisfacer sus necesidades turísticas al sentirse a gusto con los servicios obtenidos, el encuentro de la oferta y demanda en el sector turístico se debe dar en las mejores condiciones posibles para que el servicio se desarrolle con normalidad; para la comuna Barcelona la satisfacción de los consumidores constituye un elemento de mucha importancia, donde los clientes se sienten más satisfechos al acudir a un establecimiento ya sea hotelero o de restauración donde se responde a los gustos y preferencias que se piden.

#### **1.2.23. Turismo accesible**

El autor (Camelo, 2015), indica que en la actualidad no existe una definición consensuada y aprobada internacionalmente del término Turismo Accesible debido a que es un concepto que ha experimentado una gran evolución durante los últimos diez años.

Desde que se asocia el término de turismo con el concepto de la accesibilidad, han sido varios los intentos de hacer una definición concreta del término sin llegar a un acuerdo sobre una única definición con la cual se han extraído los siguientes fragmentos: es un conjunto de actividades realizadas durante el tiempo libre dedicado al turismo por personas con capacidades restringidas, que les posibilita su plena integración desde la óptica funcional y psicológica, obteniendo la plena satisfacción individual y social.

#### **1.2.24. Medios de comunicación**

El autor, Inma Ardura Rodríguez (2014), indica que los medios de comunicación pueden mejorar la marca o pueden destruirla, así mismo un producto puede desaparecer o llegar a posicionar diversos productos en el mercado.

Muchas veces se hallan casos de productos que sencillamente entran o salen del mercado ya sea por las estrategias masivas de publicidad que se estén usando y cómo se están aplicando en este argumento, los manejos de los medios masivos de publicidad se deben aplicar con la debida ética y profesionalismo para así acrecentar su verdadera capacidad.

Dentro de la comuna Barcelona los medios de comunicación ayudarán para dar a conocer este producto que es la paja toquilla e indicar la identidad cultural que tienen los habitantes, y de sus tradiciones.

### **1.3. Fundamento social, psicológico, filosófico, y legal**

#### **1.3.1 Psicológico**

Dentro de la investigación, en el contexto psicológico, el autor considera que por consecuencia este proyecto beneficiará a la comuna Barcelona y a los sectores cercanos a este, con el apoyo de las distintas actividades y acciones que ayudarán al desarrollo económico y social; la conducta de los consumidores frente a los servicios y al patrimonio cultural que existe dentro de esta tiene aspectos psicológicos que se deberán analizar.

Los recursos culturales que posee la comuna Barcelona tienen una gran repercusión en los pobladores y la actitud que tienen frente a ello son pieza fundamental, los cuales hacen que se sientan identificados con su cultura y este sirva como un efecto diferenciador para los demás destinos turísticos.

La identidad cultural que poseen los habitantes de la comuna será de gran beneficio para que los turistas conozcan más acerca de sus tradiciones y creencias únicas, las cuales puede ser aprovechadas en su totalidad para que se acentúe más el desarrollo turístico del lugar.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Tipos de investigación.**

Para el presente trabajo de investigación que busca establecer los puntos positivos o negativos en cuanto al Patrimonio cultural inmaterial, el tipo de investigación que se aplicó fue el Descriptivo-Correlacional, por cuanto permitió analizar las variables independiente y dependiente, por ende, se realizó la comprobación del Chi-cuadrado, aceptando la hipótesis nula que es inferior al 0,005 que se demuestra en la tabla de contingencia.

Además, la investigación bibliográfica permitió buscar, recopilar, y organizar, información para el aporte del marco teórico.

Este método basó su accionar en los números, permitió conocer con certeza cuál es el inicio del problema y que dirección va a tomar, además de conocer cuál es el elemento diferenciador del producto.

#### **2.2. Métodos de la investigación**

El término metodología está compuesto del vocablo método y el sustantivo griego logos que significa juicio, estudio. Metodología se puede definir como la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos de investigación.

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico.

La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo; y odos que significa camino, por lo que podemos deducir que método significa el camino más adecuado para lograr un fin.

La metodología de investigación de manera cognitiva se basa en el método experimental aprovechando los instrumentos tecnológicos para fundamentar su hipótesis y desarrollar la investigación.

Por su forma de abordar, se utilizaron los métodos cuantitativos y cualitativos que consistieron en analizar los hechos, causas y consecuencias que implican la problemática, estableciendo al final, soluciones y alternativas juiciosas en la investigación científica.

### **2.2.1. Método inductivo**

Sabino (2011), autor del libro de metodología de la investigación, se aplica en los principios descubiertos general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

Este método permitió llegar a las conclusiones del estudio de todos los elementos que forman el objeto de investigación, es decir hacer un análisis de hechos y fenómenos.

### **2.2.2. Cualitativo**

Hernández Sampieri (2009), utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Se utilizó para conocer la situación actual de la comuna buscando explorar el problema para proporcionar un conocimiento utilizando las técnicas de la encuesta.

### **2.2.3. Cuantitativo**

Hernández Sampieri (2009), refiere que se usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

### 2.3. Diseño de muestreo

El siguiente gráfico muestra el cálculo de muestra que se realizó en probabilidad probalísticas de los habitantes que serían encuestados, siendo así la población de la comunidad un total de 3500, aplicando la muestra aleatoria que dio un resultado de 346 encuestas a realizarse en la comunidad.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

**TABLA N° 2 NIVEL DE CONFIANZA**

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0.05	1.64
95%	0.025	1.96
97%	0.015	2.17
99%	0.005	2.58

**TABLA N° 3 MUESTRA**

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 3500 con una p de 0.5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10.0%	9.0%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%
90%	66	81	102	132	177	250	375	616	1,136	2,302
95%	93	115	144	186	248	346	512	818	1,424	2,565
97%	114	140	175	225	299	415	608	952	1,599	2,698
99%	159	194	242	310	408	559	802	1,210	1,901	2,892

SEGMENTO	CANTIDAD	INSTRUMENTO
Población local	330	Encuestas
Artisanos	16	Encuestas
Total	346	

elaborado por Agustín Leonardo Prudente de la A

Fuente: Población de la Comuna de Barcelona.

## **2.4. Diseño de recolección de datos**

### **2.4.1. La encuesta**

La encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se procede y se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener una adecuada información que es necesaria para la investigación. Esta se distribuye con preguntas abiertas y de selección múltiple.

La encuesta se realizó a 330 habitantes y a 16 artesanos que se dedican solo a la elaboración de sombrero de paja toquilla no incluye personal que procesa la paja toquilla para obtener información y conseguir opiniones para luego tener una idea clara de lo que se desea y conocer cuál es el grado de aceptación que tendrá la oferta turística.

### **2.4.2 observación Directa**

La observación directa es el primer paso que se llevó a cabo, para conocer de manera fructífera los acontecimientos y sucesos que ocurrieron en un determinado momento. Además, se utilizó la aplicación de fichas para fundamentar la participación de los diferentes actores sociales en el proceso.

Análisis de la observación

La observación de campo realizada en la comuna de Barcelona, permitió obtener algunas informaciones.

Artesanos se visitó el lugar donde realizan las diferentes manualidades elaboradas en materiales a base de paja toquilla como es sombrero y artesanías se detectó por medio de esta observación que son solo mujeres las que realizan este trabajo se evidenció que cada artesano posee sus propias herramientas básicas para la elaboración de los acabados final de este material.

Actividad económica. los habitantes por lo general trabajan en la actividad agrícola, pero la principal la más destacada es la paja toquilla materia prima para

elaborar el sombrero de este medio siendo este el que genera bienestar y economía en la comunidad.

Recursos naturales, se observó en la misma comunidad que posee un extenso río el cual nos sirve para adquirir agua ya que este es el principal recurso para la transformación de materia prima también sirve para que los habitantes adquieran el líquido vital para el consumo diario, la comunidad también posee extensos terrenos el cual están cubierto de paja toquilla, esto también genera una buena imagen para quienes las visitan también posee extensos terrenos para la agricultura ,desde que uno ingresa al sector se visualiza diferentes cordeles cubiertos de paja toquilla.

### **2.4.3 introducción al SPSS.**

El programa de spss o package for the social sciences, permite un procesamiento de datos estadísticos desarrollado por la universidad de chicago, este programa se empleó en la investigación, por que<sup>4</sup> por medio de él se puede desarrollar un análisis cuantitativo mediante estadísticas descriptivas, así mismo este procesador de datos es de gran valor al momento de comprobar el chi-cuadrado de Pearson que permite demostrar el grado de relación que existe entre una y otra variable.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis de datos (cualitativo o cuantitativo)

##### Edad

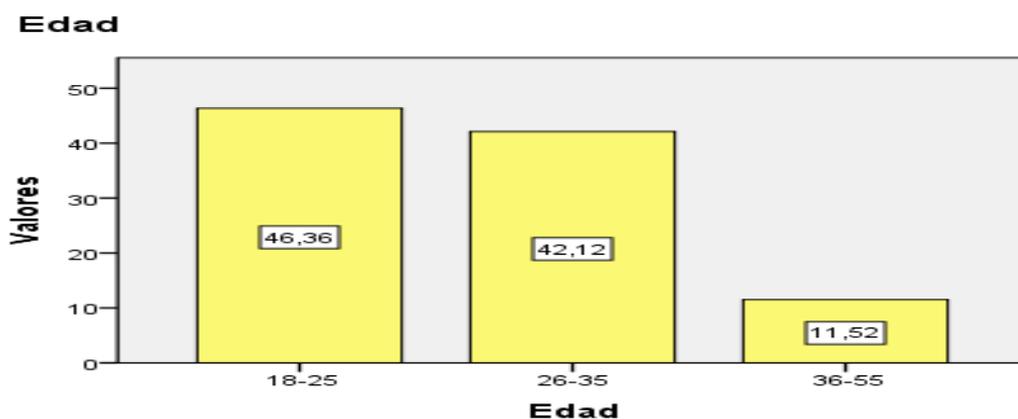
**TABLA N° 1 EDAD**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-25	153	45,1	46,4
	26-35	139	41,0	88,5
	36-55	38	11,2	100,0
	Total	330	97,3	100,0
Perdidos	Sistema	9	2,7	
Total	339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 1 EDAD**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y Análisis: Mediante el gráfico se observa que de acuerdo a las edades de las personas encuestadas fueron jóvenes de entre 18 y 25 años con el cual se conoció distintas opiniones y ampliar la información del estudio realizado.

## Género

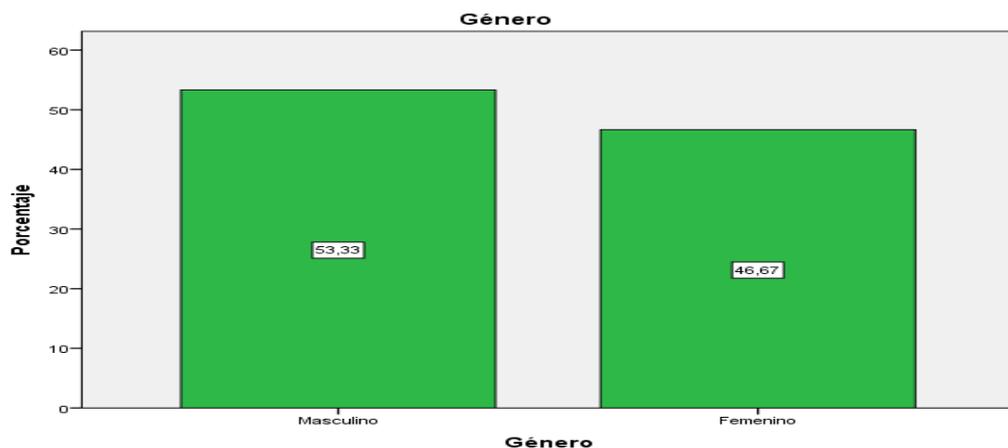
**TABLA N° 5 GÉNERO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	176	51,9	53,3	53,3
	Femenino	154	45,4	46,7	100,0
	Total	330	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	9	2,7		
Total		339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 2 GÉNERO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y Análisis: De acuerdo a las encuestas realizadas en la comuna Barcelona se observa en los gráficos que más personas encuestadas fueron de género masculino y su diferencia son las mujeres, debido a que los hombre son los que transforman la materia prima y los que desarrollan la actividad económica de la comunidad.

## Educación

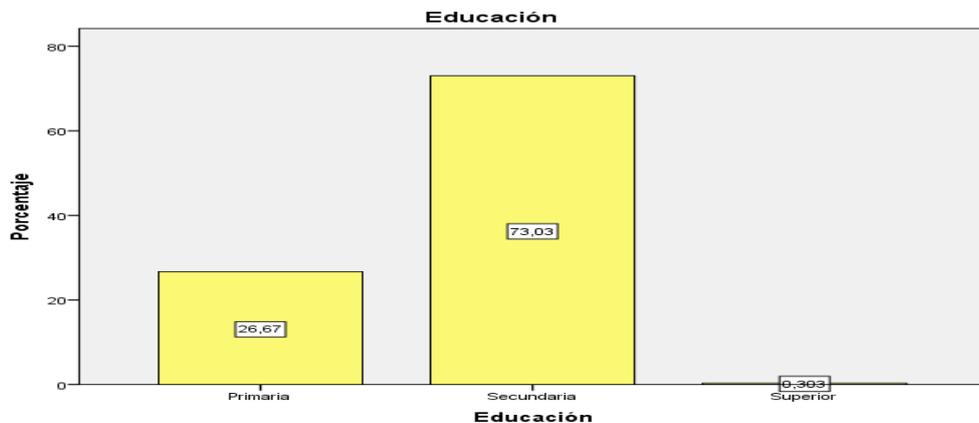
**TABLA N° 6 EDUCACIÓN**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	88	26,7	26,7	26,7
Secundaria	241	73,0	73,0	99,7
Válidos Superior	1	,3	,3	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 3 EDUCACIÓN**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos y mediante el gráfico se puede determinar que el nivel de educación de las personas encuestadas se encuentra en un nivel de estudio secundario; luego se tiene que los encuestados ha terminado la primaria lo cual se observa un porcentaje aceptable ya que posteriormente estas puedan seguir preparándose.

**¿Sabía Ud. que el sombrero fue declarado como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO?**

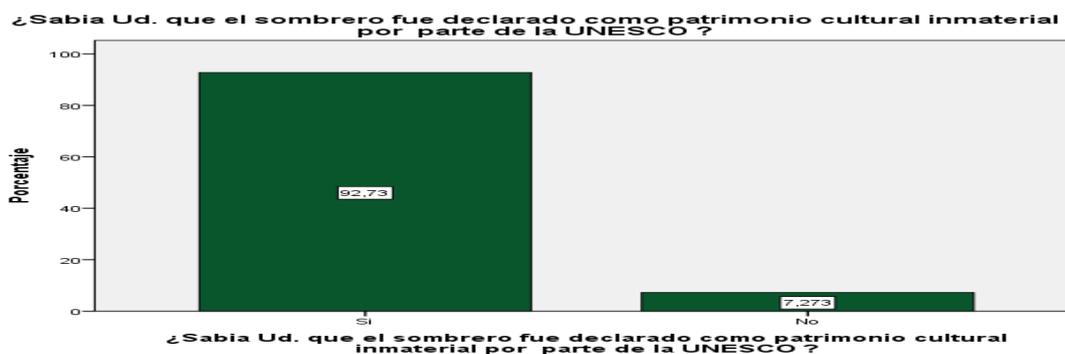
**TABLA N° 7 PATRIMONIO CULTURAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	306	90,3	92,7
	No	24	7,1	100,0
	Total	330	97,3	100,0
Perdidos	Sistema	9	2,7	
Total		339	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 4 PATRIMONIO CULTURAL**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: el gráfico muestra que del 100% de las personas encuestadas en la comunidad el 92,3% de estas sí conocen que el sombrero de paja toquilla fue declarada patrimonio Cultural Inmaterial por parte de la UNESCO los restantes no conocían; estos resultados permiten saber que las personas sí se interesan por el desarrollo de su sector.

## ¿Qué considera Patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona?

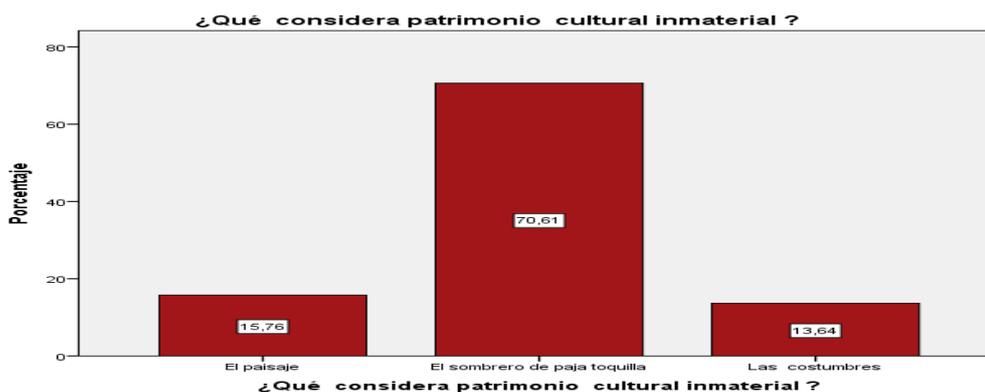
**TABLA N° 8 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El paisaje	52	15,8	15,8	15,8
El sombrero de paja Toquilla	233	70,6	70,6	86,4
Las costumbres	45	13,6	13,6	100,0
<b>Válidos</b>				
Total	330	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 5 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: Los resultados muestran que las personas encuestados basándose en los criterios de selección, el 15,8% manifestó que el paisaje es considerado para ellos patrimonio cultural Inmaterial; el 70,6% considera que el Patrimonio Cultural Inmaterial de la comuna es el sombrero de Paja Toquilla; y también consideran que las costumbres de la comunidad reflejan el Patrimonio Cultural Inmaterial.

**¿Cree Ud. que la comuna de Barcelona ha tenido un desarrollo turístico con la declaración de patrimonio cultural inmaterial?**

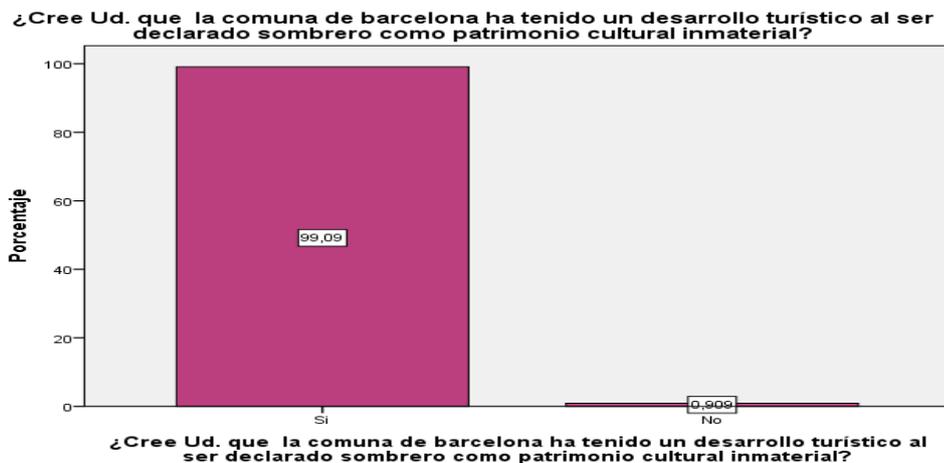
**TABLA N° 9 DESARROLLO TURÍSTICO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	327	99,1	99,1	99,1
No	3	,9	,9	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 6 DESARROLLO TURÍSTICO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: La gráfica demuestra que las personas encuestadas consideran que la comuna Barcelona sí se ha desarrollado turísticamente desde que la UNESCO la declaró Patrimonio Cultural Inmaterial y otros no consideran su desarrollo turístico.

**¿Conoce Ud. algunos de los atractivos con los que cuenta la comuna de Barcelona?**

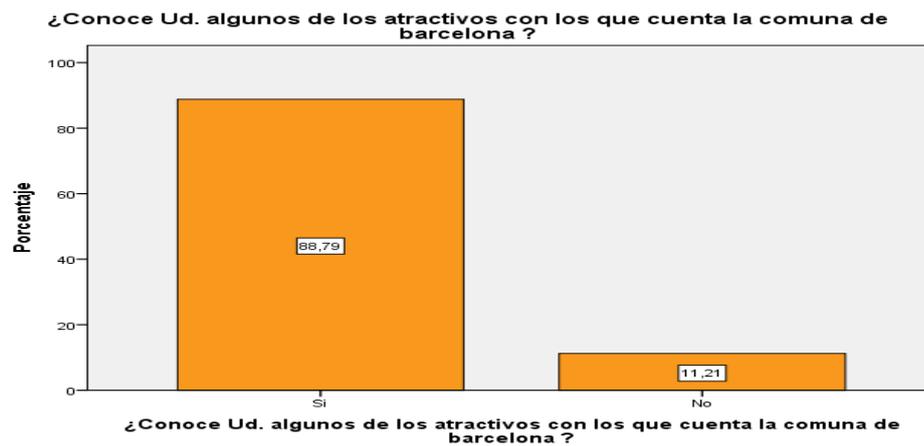
**TABLA N° 10 ATRACTIVOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	293	86,4	88,8	88,8
	No	37	10,9	11,2	100,0
	Total	330	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	9	2,7		
Total		339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 7 ATRACTIVOS**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: Del 100% de los encuestados la gráfica demuestra que el 89,1% de las personas encuestadas sí conocen algunos atractivos con los que cuenta la comuna mientras que otros no conocen de los diferentes atractivos presentes en el sector.

**¿Ud. Cree que el elemento que diferencia al sombrero de paja toquilla comuna de Barcelona es su excelente acabado?**

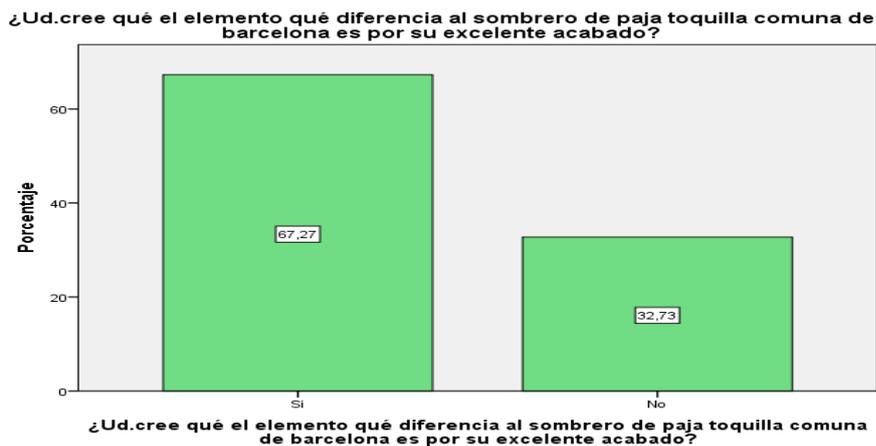
**TABLA N° 11 DIFERENCIA EL SOMBRERO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	222	65,5	67,3	67,3
No	108	31,9	32,7	100,0
Total	330	97,3	100,0	
Perdidos Sistema	9	2,7		
Total	339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 8 DIFERENCIA EL SOMBRERO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: De las personas encuestadas, la gráfica demuestra que a mayor parte de las personas encuestadas consideran que el elemento que diferencia al sombrero de paja toquilla es el acabado y otros no lo consideran así.

**¿Considera Ud. que los recursos turísticos con la que cuenta la comunidad sirven para el desarrollo del turismo?**

**TABLA N° 12 LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	310	91,4	93,9	93,9
	No	20	5,9	6,1	100,0
	Total	330	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	9	2,7		
Total		339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 9 LOS RECURSOS TURÍSTICOS**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: La gráfica demuestra que las personas encuestadas la mayor parte considera que los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad de Barcelona sirven para su desarrollo turístico y mientras otros no consideran su desarrollo turístico basado en los recursos con los que cuenta.

**¿Cree Ud. que los atractivos de la comunidad están adecuados para la oferta turística?**

**TABLA N° 13 OFERTA TURÍSTICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	311	91,7	94,2	94,2
	No	19	5,6	5,8	100,0
	Total	330	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	9	2,7		
Total		339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 10 OFERTA TURÍSTICA**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: Con un porcentaje del 94,2% las personas encuestadas consideran que los atractivos de la comunidad sí están adecuados para la oferta turística y otros no lo consideran así.

**¿Cuáles cree Ud. que son los elementos que le faltan a la comuna Barcelona para su desarrollo turístico?**

**TABLA N° 14 ELEMENTOS QUE LE FALTA A LA COMUNA BARCELONA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Crear nuevas ofertas	149	44,0	45,2
	Publicidad de los atractivos existentes	139	41,0	87,3
	Servicios básicos	42	12,4	100,0
	Total	330	97,3	100,0
Perdidos	Sistema	9	2,7	
Total		339	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 11 ELEMENTOS QUE LE FALTA A LA COMUNA BARCELONA**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: De las personas encuestados la gráfica demuestra un porcentaje aceptable consideran que crear nuevas ofertas para el turista es el elemento principal que le falta a la comuna para su desarrollo turístico; otro porcentaje alto considera que el elemento que le falta es la publicidad de los atractivos existentes; mientras que otras personas encuestadas consideran que el elemento faltante son los servicios básicos con los que cuenta.

**¿Estaría Ud. dispuesto a participar en el emprendimiento de nuevas modalidades de turismo de tipo artesanal?**

**TABLA N° 15 EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS MODALIDADES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	330	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 12 EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS MODALIDADES**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: Las personas encuestadas sí estarían dispuestas a participar en el emprendimiento de nuevas modalidades de turismo de tipo artesanal.

**¿Su comunidad cuenta con señalética para que los turistas puedan identificar su sector?**

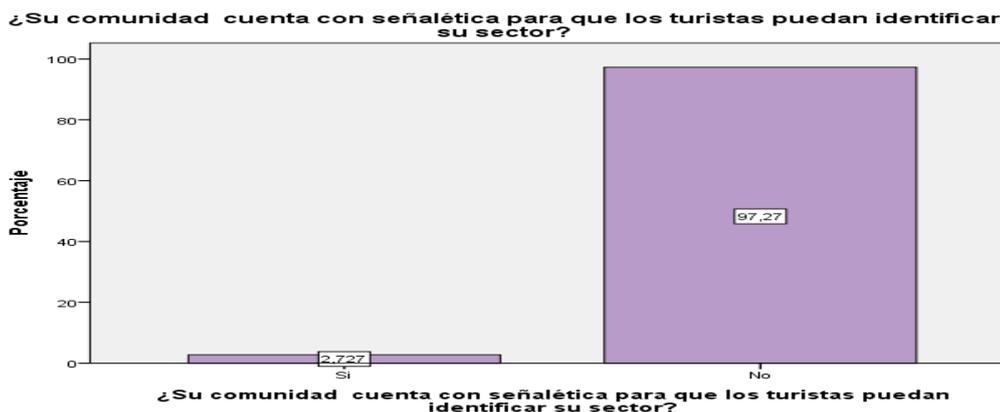
**TABLA N° 16 SEÑALÉTICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	9	2,7	2,7	2,7
	No	321	94,7	97,3	100,0
	Total	330	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	9	2,7		
Total		339	100,0		

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 13 SEÑALÉTICA**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: El gráfico demuestra que el 97,3% de las personas encuestadas consideran que la comuna Barcelona no cuenta con la señalética necesaria para que los turistas puedan identificar el sector y otros consideran que tienen señaléticas adecuadas.

**¿De qué forma estaría ud dispuesto a participar en nuevos proyectos turísticos?**

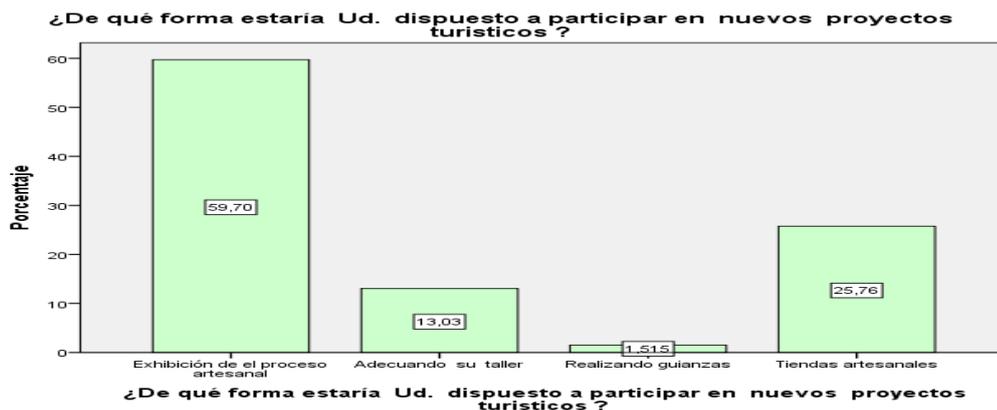
**TABLA N° 17 NUEVOS PROYECTOS TURÍSTICOS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Exhibición del proceso artesanal	197	59,7	59,7	59,7
Adecuando su taller	43	13,0	13,0	72,7
Realizando guianzas	5	1,5	1,5	74,2
Tiendas artesanales	85	25,8	25,8	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

**GRÁFICO N° 14 NUEVOS PROYECTOS TURÍSTICOS**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a la comunidad de Barcelona.

Descripción y análisis: Del 100% de los encuestados la gráfica demuestra que el 59,7% de las personas encuestadas estarían dispuestas a participar en proyectos de exhibición de proceso artesanal; otros en proyectos de tiendas artesanales; y en proyectos de adecuación de taller y a participar realizando guianzas.

### Genero de artesano

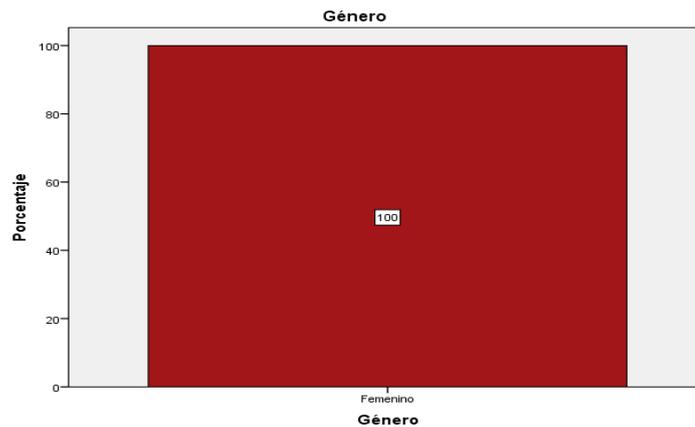
**TABLA N° 18 GÉNEROS DE ARTESANOS.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	16	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 15 GÉNERO DE ARTESANOS**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

Descripción y Análisis: De acuerdo a las encuestas realizadas en la comuna Barcelona las personas que se dedican a confeccionar artesanías y sombreros en base de material de paja toquilla son de género femenino.

### Edad de artesanos.

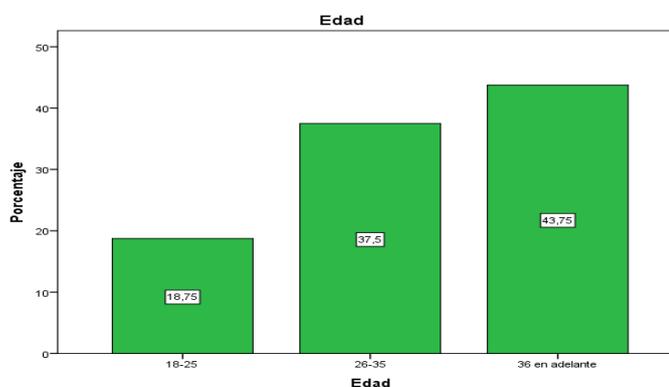
**TABLA N° 19 EDAD DE ARTESANOS.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
18-25	3	18,8	18,8	18,8
26-35	6	37,5	37,5	56,3
36 en adelante	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 16 EDAD DE ARTESANOS.**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

Descripción y Análisis: Mediante el gráfico se observa que las encuestas aplicadas un porcentaje aceptable de personas se encuentran en un rango de edad de 36 en adelante siendo así se evidencia que en futuro la comunidad seguirá con la actividad artesanal permitiendo tener una diversificación de criterios de acuerdo a la edad.

### Educación de artesanos.

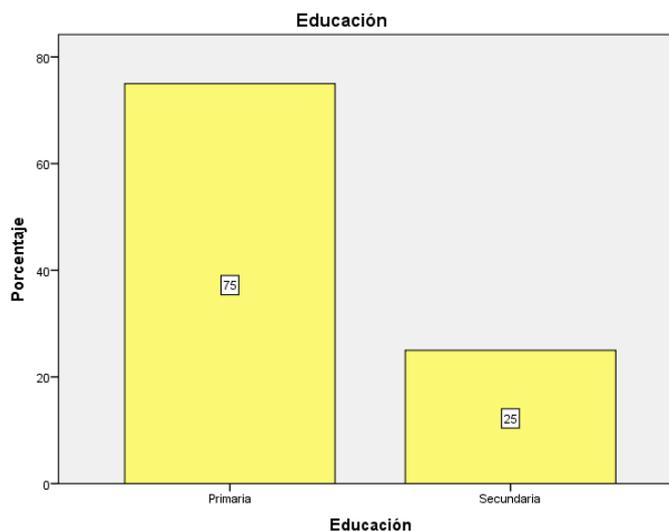
**TABLA N° 20 EDUCACIÓN DE ARTESANOS.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primario	12	75,0	75,0	75,0
Válidos Secundario	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 17 EDUCACIÓN.**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

Descripción y análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos y mediante el gráfico se puede determinar que el nivel de educación de los artesanos se encuentra en un nivel primario en su mayoría.

**¿Qué tiempo tiene dedicado a realizar sombrero en paja toquilla?**

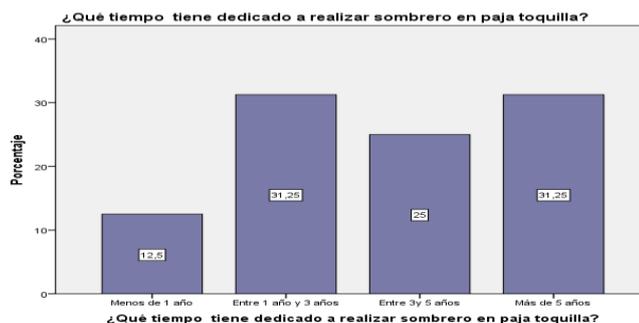
**TABLA N° 21 TIEMPO DE DEDICACIÓN A ELABORAR SOMBREROS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	2	12,5	12,5	12,5
Entre 1 año y 3 años	5	31,3	31,3	43,8
Válidos Entre 3 y 5 años	4	25,0	25,0	68,8
Más de 5 años	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 18 TIEMPO DE DEDICACIÓN A ELABORAR SOMBREROS**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

De las personas encuestadas el 31.3 % tiene más de 5 años de dedicación a confeccionar sombreros de paja toquilla, así también el 31.3 % tiene entre 1 y 3 años dedicadas a esta actividad, el 25 % tiene entre 3 y 5 años y el 12.5 % tiene menos de un año.

## ¿Cómo aprendió a hacer sombreros en paja toquilla?

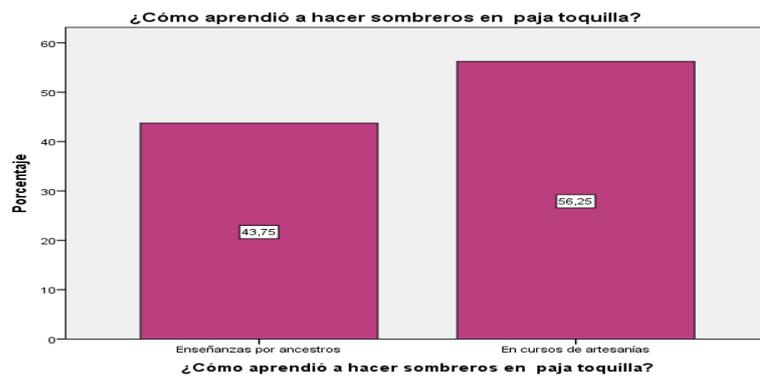
**TABLA N° 22 ENSEÑANZAS DE SOMBRERO**

	Frecuencia	entaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Enseñanzas por ancestros	7	43,8	43,8	43,8
En cursos de artesanías	9	56,3	56,3	100,0
TOTAL	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 19 ENSEÑANZAS DE SOMBRERO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

De los encuestados un porcentaje aceptable emprendió la tarea de hacer el sombrero de paja toquilla en base en las enseñanzas por los ancestros mientras que otras artesanas aprendieron por medio de cursos de artesanías.

### ¿Con qué frecuencia elabora sombreros de paja toquilla?

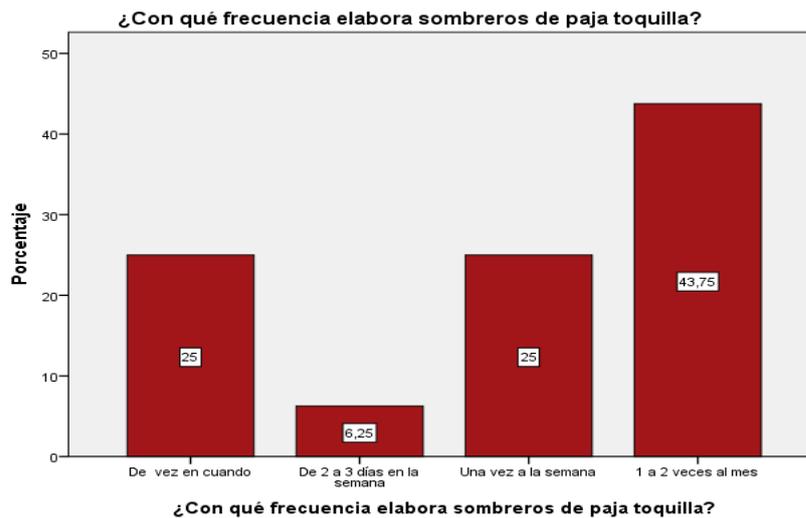
**TABLA N° 23 ELABORACIÓN DE SOMBREROS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 2 a 3 días en la semana	1	6,3	6,3	6,3
Una vez a la semana	4	25,0	25,0	31,3
Válidos 1 a 2 veces al mes	7	43,8	43,8	75,0
De vez en cuando	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 20 VENTAS DE SOMBRERO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

De todos los encuestados el 43.8% elaboran una a dos veces al mes sombreros de paja toquilla, y otros elaboran una vez a la semana, mientras que hay personas de vez en cuando y un mínimo una vez veces en la semana.

**¿Qué producto de paja toquilla realiza con más frecuencia?**

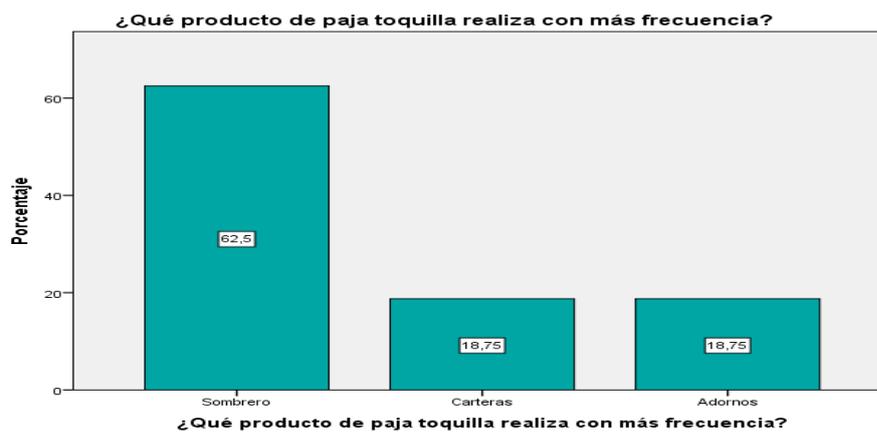
**TABLA N° 24 PRODUCTOS QUE SE REALIZAN CON FRECUENCIAS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sombreros	10	62,5	62,5	62,5
Carteras	3	18,8	18,8	81,3
Adornos	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 21 PRODUCTOS QUE REALIZAN CON FRECUENCIAS.**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

De las personas encuestados la mayoría de artesanos elabora frecuentemente los sombreros de paja toquilla mientras otros se dedican a figurines de materiales de paja toquilla para el uso de las turistas como son las carteras, elaboradas con el mismo material y otros hace adornos de paja toquilla.

**¿En qué se fija más el cliente al adquirir un producto elaborado en materiales de paja toquilla?**

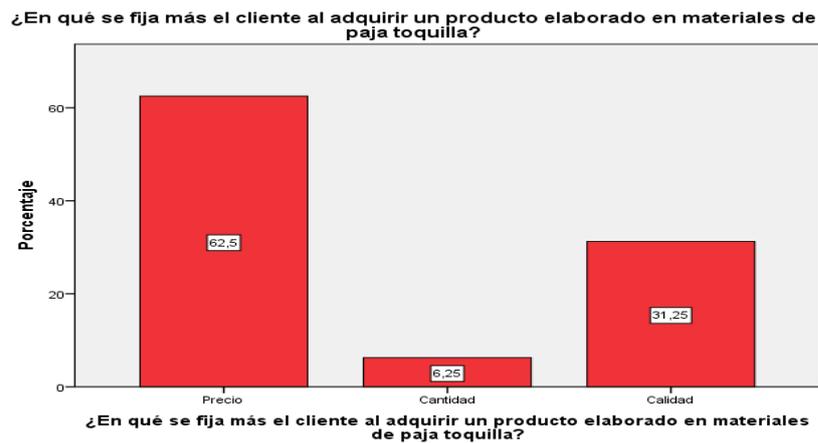
**TABLA N° 25 FIJACIÓN DE PRECIO.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Precio	10	62,5	62,5	62,5
Cantidad	1	6,3	6,3	68,8
Calidad	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 22 FIJACIÓN DE PRECIO.**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

La mayor parte de las personas encuestadas manifiestan que los turistas al adquirir un sombrero elaborado a base de paja toquilla se fijan en el precio, otro se fija en la calidad y un mínimo en la cantidad.

**Qué cantidad de paja toquilla utiliza ud para la elaboración de un sombrero?**

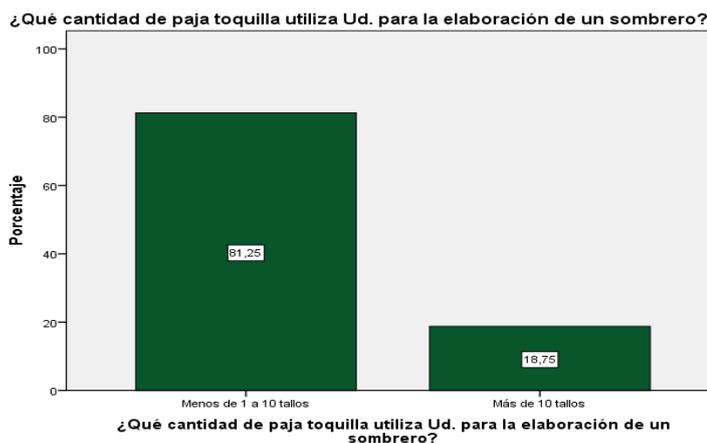
**TABLA N° 26 CANTIDAD DE MATERIAL.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menos de 1 a 10 tallos	13	81,3	81,3	81,3
Más de 10 tallos	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 23 CANTIDAD DE MATERIAL.**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

Del 100% de las personas encuestadas el 81.8% utiliza menos de 10 tallos para la elaboración de un sombrero de paja toquilla; el 18.8% utiliza más de 10 tallos para la elaboración.

### ¿Cuál es el precio de un sombrero?

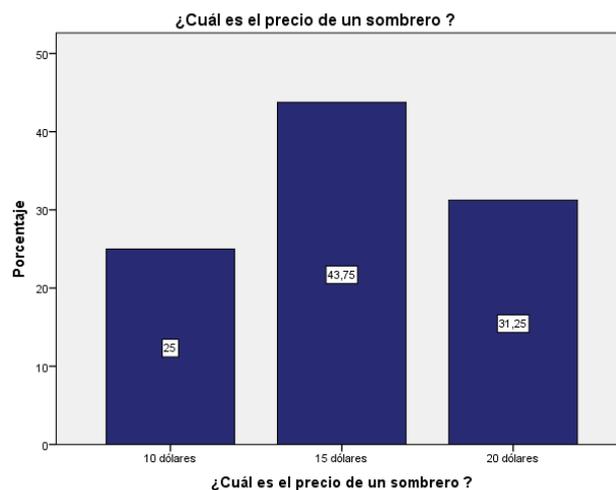
**TABLA N° 27 PRECIO DE SOMBRERO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
10 dólares	4	25,0	25,0	25,0
15 dólares	7	43,8	43,8	68,8
20 dólares	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

**GRÁFICO N° 24 PRECIO DE SOMBRERO**



Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

Fuente: encuesta a artesanos de la comunidad.

De los encuestados manifiesta que vende sombrero a un precio de 10 dólares, las otras manifiestas que venden sombrero en 15 dólares y otros a 20 dólares.

## **3.2 Limitaciones**

Al momento de elaborar un proyecto investigativo se analizan aspectos positivos y negativos que a menudo se presentan en el desarrollo de la investigación; las limitaciones no solo se encuentran en el objeto de estudio como tal sino también en los recursos técnicos y financieros que se necesitan para poder realizarlo.

Las limitaciones en este proyecto de investigación se encuentran en el levantamiento de datos informativos realizado en el campo debido a que este estudio involucró diferentes formas de pensar y diferentes culturas; es decir, diferentes formas de comportamiento que en su momento pueden incidir en el responder objetivamente las preguntas realizadas en el estudio investigativo por los criterios que se manejen.

El factor tiempo incide como una limitación por las diversas actividades que se realizan y por el factor laboral; por ser un proyecto investigativo demanda dedicarle tiempo para su desarrollo.

El factor económico jugó también un rol importante y necesario para realizar el proceso investigativo, ya que para realizarlo y poder tener datos reales se tiene que convivir con la comunidad y sus habitantes.

La información con que cuenta la comuna Barcelona también fue un factor limitante al realizar la investigación ya que no se dispone de datos oportunos basados en el desarrollo turístico del sector. La falta de organización y planificación de proyectos por falta de profesionales que ayuden a un desarrollo turístico no ha permitido tener datos certeros de forma organizacional para este estudio.

### Comprobación de la hipótesis.

Se realizó la comprobación de la hipótesis mediante la prueba del chi-cuadrado en el programa estadístico SPSS el proceso inicia utilizando tabla de contingencia de dos variables seleccionadas relevantes de la investigación, al general las tablas de los cuadros, sig. asintóticas (bilateral), sig. exacta (bilateral) y sig. exacta (unilateral) es, 000 demuestra que si existe correlación entre ellas por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa

**Tabla de contingencia ¿Sabía Ud. que el sombrero fue declarado como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO? \* ¿Ud. Cree que el elemento qué diferencia al sombrero de paja toquilla comuna de Barcelona es su excelente acabado?**

Recuento

		¿Ud. Cree que el elemento qué diferencia al sombrero de paja toquilla comuna de Barcelona es su excelente acabado?		Total
		si	No	
¿Sabía Ud. que el sombrero fue declarado como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO?	Si	198	108	306
	No	24	0	24
Total		222	108	330

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,591a	1	,000		
Corrección por continuidad	11,039	1	,000		
Razón de verosimilitudes	19,932	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	12,553	1	,000		
N de casos válidos	330				

a. 1 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,85.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Con la comprobación del chi-cuadrado de Pearson de acuerdo al trabajo de investigación fue de tipo descriptivo correlacional se realizó la hipótesis de comprobación mediante la tabla de chi cuadrado en el programa spss, el cual dio como respuesta que si existe relación entre las variables lo que conllevó a aceptar la hipótesis de las alternativa planteadas.

### **3.3 Resultados**

En la comuna Barcelona se realizó el resultado diagnóstico y cada uno de sus habitantes está dispuesto a mejorar las condiciones básicas con las que cuenta para ofertar a los demandantes mejores condiciones y servicios que puedan satisfacer sus necesidades básicas hasta llegar a su destino, ya que se debe de considerar que la demanda turística cada día exige mejoras y por ende adquirir nuevos servicios de acuerdo con el desarrollo del sector.

La comuna Barcelona de forma normativa organizacional sigue desarrollándose pues cuenta con personas que quieren mejorar en todos los ámbitos a la comunidad y que cada vez más se interesan en las diferentes áreas en las que puede ser explotada para su desarrollo socioeconómico y cultural.

Mediante el proceso de la metodología investigativa realizada en el campo, se considera que el turismo es una actividad que genera un gran beneficio para el desarrollo socio económico de cada uno de sus habitantes que están de acuerdo en realizar actividades que demanden ofertar los servicios de los visitantes ya que estos permitirán el desarrollo y bienestar de las familias.

Esta comunidad cuenta con atractivos que día a día son conocidos por los turistas ya sean por sus paisajes, por la actividad nata en el proceso de elaboración de la paja toquilla y sus derivados, por su agricultura y sobre todo por su cultura que permite presentarse como un destino que cada día busca desarrollar estos recursos de manera planificada, y que pueden aprovecharse para el impulso de la actividad turística a una escala más alta y que beneficien directamente a la comunidad.

Esta comunidad está dispuesta a mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento turístico siendo estos aspectos necesarios para el desarrollo de la actividad turística ya que forman parte de una oferta bien estructurada permitiendo así ser un ente diferenciador de los otros sectores dándose a conocer de manera nacional e internacional.

## CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos dentro de este estudio y en base a la teoría expuesta se llegó a las siguientes conclusiones:

- El estudio de campo ha permitido tener una óptica más precisa sobre la promoción de los productos turísticos que existen en el sector de intervención, tal es así que se ha precisado la práctica mediante los conocimientos adquiridos profesionalmente, como el contacto directo con los verdaderos autores del turismo.
- De este trabajo investigativo se puede deducir que el desarrollo del turismo de la comunidad se ha implementado a medida que ha avanzado el tiempo, también se ha podido conocer las necesidades y consecuencias que les ha conllevado el no poseer un adecuado plan de promoción de los productos que se ofrecen, los que ha ido mejorando a través de la capacitación permanente y el compromiso adquirido, así como el estar prestos a realizar nuevos emprendimientos creando nuevas propuestas turísticas como la implementación de un adecuado plan de publicidad que los lleve a un beneficio común.
- A través de esta propuesta se puede deducir que el desarrollo del turismo de las comunidades se debe en gran medida al plan de publicidad que lleven en frente de cada producto que ofrecen, proponiendo crear un plan turístico enfocado en la promoción cultural del atractivo de modo que sean reconocidas en el ámbito nacional e intencional.

## **RECOMENDACIONES**

- Se le debe dar un valor agregado a los productos elaborados, aprovechando la declaratoria de patrimonio inmaterial para que sea promocionado en otros espacios.
- Los planes de promoción y publicidad de los productos se los debe realizar llevando los protocolos técnicos adecuados que arrojen resultados favorables en el desarrollo local del turismo, y dar facilidades para creación de nuevos emprendimientos que requieran los sectores turísticos.
- Que las organizaciones que fomentan el turismo en el sector realicen un plan de publicidad que permita conocer la verdadera historia de la elaboración de productos artesanales derivados para que se vea más atractivo en los consumidores, y estos a su vez puedan recomendarlos en otros lugares.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, M. Á. (1984). Administración del Turismo. Conceptualización y organización. México: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2006). Política Turística y Planificación del Turismo. México.
- Arcarons, R. (2015). Gestion Pública del turismo . Barcelona .
- Ardura, I. R. (2014). Estrategias y técnicas de comunicación . Barcelona: UOC.
- Arocena, J. (2002). El Desarrollo Local; un desafío contemporáneo.
- Balarezo, R. Z. (2015). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5430/1/T-UCE-0002-18.pdf>
- Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. Costa Rica.
- Boullón, R. (1997). Planificación del espacio turístico. México: Trillas.
- Camelo. (2014). Desarrollo, Sostenibilidad y Turismo. Una Visión Multidisciplinaria. Madrid.
- Camino, J. R. (2015). Conducta del consumidor, estrategias y tácticas. Madrid.
- Chávez, O. R. (2008). TURISMO: FACTOR DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD EN MÉXICO.
- Cortés, & Iglesias . (2004). Generalidades sobre Metodología de la investigación. México.
- Cuenca, A. E. (2015). IDENTIDAD CULTURAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO. Ambato, Ecuador .
- Díaz, T. (2002). Elementos de Metodología de la Investigación. La Habana Cuba.
- Ecuador Potencia Turística. (2015). Obtenido de <file:///C:/Users/windows%208/Documents/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Espinosa, M. (2015). Los mestizos ecuatorianos y las señas de identidad cultural. Quito: Tramasocial.

Fernández, J. F. (2015). Book Of Proceedings INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES. Obtenido de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ImagenDelDestinoYMarcaTuristica-5018544.pdf>

Furtado, C. (1969). Dialéctica del desarrollo. México.

García, G. (Enero de 2015). Universidad de Murcia. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801507.pdf>

García, P. (2015). El Patrimonio Cultural conceptos básicos. Zaragoza.

Guevara. (2015). “EL RESCATE HISTÓRICO – CULTURAL DEL BARRIO HUAYNAKURI Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO. Tungurahua, Ecuador.

Hernández, S. (2003). Metodología de la Investigación . México.

Hernández, S. (2009). Metodología de la investigación.

Izard, P. B. (2014). Diccionario Azal de Etnología y Antropología . Madrid: Akal ediciones.

Josep, F. (2004). Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. España.

Llantada, J. (Marzo de 2015). Hosteltur.com. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/web/uploads/2012/02/Tendencias\\_del\\_sector\\_turistico\\_2012\\_Marketing\\_1\\_bo.pdf](https://www.hosteltur.com/web/uploads/2012/02/Tendencias_del_sector_turistico_2012_Marketing_1_bo.pdf)

Molano, O. (2015). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. Quito.

Murcia, A. (2014). Patrimonio Cultural Inmaterial. Murcia.

Navarro, D. (2010). Imagen Turística Argentina. Política turística como política exterior. Mendoza, Argentina. : Editorial de la Universidad del Aconcagua.

OMT. (2014). Panorama OMT del Turismo internacional. Madrid.

- OTM. (1999). Desarrollo turístico sostenible . Madrid.
- Pearce, D. (1991). Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México: Trillas.
- Quintero, S. (2008). Turismo y desarrollo local El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco,. México.
- Rodríguez Siguenza & Ureña Armijos. (2009). Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1523/1/UBILLA%20GABRIELA.pdf>
- Salinas, & Medina. (2009). Los Productos Turísticos, pilares de la comercialización. La Habana.
- Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Madrid.
- SANCHO, O. A. (1998). Introducción Al Turismo. Madrid.
- SECTUR. (2002). Componentes de la oferta turística. México.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Obtenido de [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec)
- Tabares, C. (2006). Proyectos turísticos: localización e inversión. México: Trillas.
- Tomalá, B. (2012). Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1523/1/UBILLA%20GABRIELA.pdf>
- Unesco. (2014). Captar lo inmaterial: una mirada al patrimonio. Unesco.
- Varico, C. (2008). Desarrollo Turístico y Desarrollo Local "La competitividad de los destinos turísticos ".
- Vásquez, K. (2016). Obtenido de [http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1047/1/tesis%20karla%20vasquez\(biblioteca\)%20rectificada.pdf](http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1047/1/tesis%20karla%20vasquez(biblioteca)%20rectificada.pdf)
- William, G. (1996). Tourism Development, Processes and Policies. US.

# ANEXOS

## **FOTOS**

### **ANEXO N° 1 ENCUESTANDO**



Fuente: Elaboración propia

### **ANEXO N° 2 PARQUE BARCELONA**



Fuente: Elaboración propia.

### ANEXO N° 3 LOGO DE LA COMUNA BARCELONA



Fuente: Elaboración propia.

### ANEXO N° 4 SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA



Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO N° 5 ENCUESTAS A POBLACION

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
 Facultad de Ciencias Administrativas  
 Escuela de Hotelería y Turismo  
 Carrera de Ing. En Gestión y Desarrollo Turístico

### Encuestas a Población.

1. Genero	
Masculino	
Femenino	

2. Edad			
18-25		26-35	
		36-55	

3. Nivel de educación		
Primaria	3er nivel	
Secundario	4to nivel	

4. ¿Sabia Ud. que el sombrero fue declarado como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO?	
SI	NO

5. ¿Qué considera patrimonio cultural inmaterial de la comuna de Barcelona?		
El paisaje	El sombrero de paja toquilla	
Los monumentos históricos	Las costumbres culturales	

6. ¿Cree ud que la comunidad de Barcelona ha tenido un desarrollo turístico con la declaración de patrimonio cultural inmaterial?	
SI	NO

7. ¿Ud. Cree que el elemento que diferencia al sombrero de paja toquilla comuna de Barcelona es su excelente acabado?	
SI	NO

8. ¿Conoce ud algunos de los atractivos con los que cuenta la comuna de Barcelona?	
SI	NO

9. ¿Considera ud que los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad sirven para el desarrollo del turismo?	
SI	NO

10. ¿Cree ud que los atractivos de la comunidad están adecuados para la oferta turística. ?	
SI	NO

11. ¿Cuáles cree Ud. que son los elementos que le falta a la comuna de Barcelona para su desarrollo turístico?			
Crear nuevas ofertas para el turista		Servicios básicos	
Publicidad de los atractivos existentes.		Seguridad	

12. ¿Estaría Ud. dispuesto a participar en nuevos proyectos de emprendimiento de nuevas modalidades de turismo de tipo artesanal. ?			
SI		NO	

13. ¿Su comunidad cuenta con señalética para que los turistas identifiquen su sector?			
SI		NO	

14. ¿De qué forma estaría usted dispuesto a participar en nuevos proyectos turísticos?			
Exhibiendo el proceso artesanal		Ofertas de servicio de hospedaje	
Adecuando su taller		Tiendas artesanales	
Realizando guianzas		Ofertando servicio de alimentación.	

Gracias por su atención .....

## ANEXO N° 6 ENCUESTAS A ARTESANOS

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
 Facultad de Ciencias Administrativas  
 Escuela de Hotelería y Turismo  
 Carrera de Ing. En Gestión y Desarrollo Turístico

Encuestas a artesanos.

1. Genero	
Masculino	
Femenino	

2. Edad			
18-25		26-35	36-55

3. Nivel de educación		
Primaria	3er nivel	
Secundario	4to nivel	

4. ¿Qué tiempo tiene dedicado a elaborar sombrero en paja toquilla?		
Menos de un año	Entre 3 años y 5 años	
Entre 1 año y 3 años	Más de 5 años	

5. ¿Cómo aprendió a hacer sombreros en paja toquilla?		
Enseñanzas por ancestros	En cursos de artesanías	

6. ¿Con qué frecuencia elabora sombreros de paja toquilla?		
De 2 a 3 días a la semana	Una vez a la semana	
1 a 2 veces al mes	De vez en cuando	

7. ¿Qué producto de paja toquilla realiza con más frecuencias?		
Sombreros	adornos	
Carteras		

8. ¿En qué se fija más el cliente al adquirir un sombrero elaborado en materiales de paja toquilla?		
precio	calidad	
cantidad		

9. ¿Qué cantidad de paja toquilla utiliza ud para la elaboración de un sombrero?		
Entre 1 a 10 tallos	Más de 10 tallos	

10. ¿Cuánto es el precio de un sombrero?		
10 dólares	15 dólares	
20 dólares		

**TABLA N° 28 MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>TÍTULO</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
<p>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016.</p>	<p>Cómo incide la tradición en el proceso de paja toquilla en la oferta turística</p>	<p>Promover el patrimonio cultural inmaterial de la Comuna Barcelona mediante la aplicación de estrategias investigativas contribuyendo así a la diferenciación de la oferta turística de la parroquia Manglaralto.</p> <p>Investigar actividades potenciales que permitan las ofertas para suplir sus necesidades</p>	<p>El patrimonio cultural inmaterial de la Comuna Barcelona se constituye en un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto.</p> <p>El patrimonio cultural inmaterial de la Comuna Barcelona influirá en el desarrollo turístico local.</p>	<p><b>X</b>= Patrimonio cultural inmaterial</p>	<p>X1 % de visitas de la comuna</p> <p>X2 % de los servicios existentes</p>
	<p>De qué manera influye el elemento diferenciador del producto en identidad cultural inmaterial</p>	<p>Determinar cuál el elemento diferenciador del producto de la Comuna Barcelona</p>	<p>El producto turístico de la comunidad de Barcelona influirá para el desarrollo turístico</p>	<p><b>Y</b>= Oferta turística</p>	<p>Y1 % ingreso de los turistas a la comuna</p> <p>Y2 % de cumplimiento de las partidas presupuestarias por parte de los gobiernos descentralizados</p>

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

**TABLA N° 29 VARIABLE INDEPENDIENTE**

<b>VARIABLE</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>
Variable independiente.  Patrimonio cultural inmaterial	El patrimonio cultural inmaterial de la Comuna Barcelona se constituye en un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto	Los bienes culturales inmateriales están relacionados con los saberes, las habilidades, las tradiciones, los usos, las costumbres, el sistema de significados, las formas de expresión simbólica en una identidad cultural	Conservación de atractivos y recursos	Costumbres Expresión cultural	¿Sabía Ud. que a la comunidad de Barcelona se lo declaró como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO?	Encuesta Población
			Tradiciones	Expresiones culturales	¿Qué considera patrimonio cultural inmaterial de la comuna de Barcelona?	Encuesta Población

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

**TABLA N° 30 VARIABLE DEPENDIENTE**

VARIABLE	HIPÓTESIS	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	HERRAMIENTAS
Variable Dependiente  Oferta turística	El patrimonio cultural inmaterial de la Comuna Barcelona se constituye en un elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto	Oferta turista tiene que adaptarse a la exigencia de la demanda, sin embargo, la dicha oferta no solo son los recursos naturales sino depende también de las instalaciones, alojamientos, sitios de esparcimiento, mantenerlo informado de las características del servicio.	Demanda	Comportamiento Imagen del destino Desarrollo turístico	¿Conoce Ud. algunos de los atractivos con los que cuenta la comunidad de Barcelona?	Encuesta Población
			Gestión de Marketing	Estrategia turística Estrategia de posicionamiento Posicionamiento por la calidad Posicionamiento por diferenciación del producto	¿Considera Ud. que los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad de Barcelona sirven para el desarrollo del turismo?	Encuesta Población

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente De la A

## **ANEXO N° 7 ASPECTOS LEGALES**

### **CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR**

#### **Derechos del Buen vivir**

##### **Sección Cuarta**

##### **Cultura y Ciencia**

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

#### **TÍTULO VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR**

##### **Inclusión y equidad**

##### **Sección quinta**

##### **Cultura**

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

## **LEY DE CULTURA**

### **TITULO II DERECHOS CULTURALES, TUTELA Y PATROCINIO**

#### **Capítulo I**

##### **Los derechos culturales**

Art. 10.- LOS DERECHOS CULTURALES. - Los derechos culturales son inherentes a la dignidad humana, forman parte de los derechos humanos fundamentales y deben interpretarse según los principios de universalidad, indivisibilidad e interdependencia. Los derechos culturales podrán ser ejercidos y reivindicados por los individuos, las colectividades, pueblos y nacionalidades.

Art. 11.- IDENTIDAD CULTURAL. - Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalia por elegir, identificarse o renunciar a una o varias comunidades culturales.

Art.14.- MEMORIA SOCIAL Y PATRIMONIO CULTURAL.- Todas las personas tienen derecho a construir, mantener y conocer su memoria social, patrimonio e identidad cultural, así como las expresiones culturales propias y los elementos que conforman dicha identidad conocer su memoria social e histórica en la diversidad de sus interpretaciones y resignificaciones. Se promoverá por tanto que el sistema educativo y los medios de comunicación sean portadores de informaciones y conocimientos que hagan efectivo este derecho. Este derecho implica también el derecho a acceder al patrimonio artístico y cultural de la nación.

Art. 15.- SABERES ANCESTRALES, CELEBRACIONES Y RITUALES. -

Las nacionalidades, pueblos y comunidades, y sus productores culturales populares, tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, así como a la salvaguarda de sus costumbres, rituales, y modos de vida.

## **LEY DE TURISMO**

### **CAPÍTULO I**

#### **Generalidades**

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

## ANEXO N° 8 DOCUMENTOS DECLARACIÓN A PATRIMONIO



### EL ILUSTRE CONCEJO MUNICIPAL DE SANTA ELENA.

#### CONSIDERANDO:

Que el numeral 7 del artículo 3 de la Constitución de la República del Ecuador fija como deber primordial del Estado el de proteger el patrimonio natural y cultural del país;

Que el artículo 83, numeral 13 de la Constitución de la República del Ecuador, prevé como una responsabilidad de los ciudadanos y ciudadanas conservar el patrimonio cultural y natural del país;

Que el artículo 264 numeral 8 de la Constitución, determina como competencia exclusiva de los gobiernos municipales, la de preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón; lo que mantiene concordancia con el artículo 55, literal h);

Que el inciso segundo del artículo 319 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional;

Que el artículo 320 de la Carta Magna establece que en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social;

Que el artículo 379 de la Carta Fundamental determina que son parte del patrimonio tangible e intangible relevante para la memoria de las personas y los colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros: 1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo. 2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico. ...4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas;

Que el artículo 380 de la Constitución del Ecuador, dispone que será responsabilidades del Estado, entre otras: 1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador. 2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva. 3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente. 4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de

www.imse.gob.ec



## ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

EXPIDE LA

**ORDENANZA QUE DECLARA A LA COMUNA BARCELONA COMO CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR, DENTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ESTADO ECUATORIANO.**

**Art. 1.- Declaración.-** Declárase a Barcelona como CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR.

**Art. 2.- Día del Productor Toquillero.-** Señálase el día 22 de febrero de cada año como DÍA DEL PRODUCTOR TOQUILLERO EN EL CANTÓN SANTA ELENA.

**Art.3.- Actos festivos.-** Con ocasión del Día del Productor Toquillero se organizarán actos festivos que perennicen y estimulen esta actividad.

**Art. 4.- Emblema oficial.-** Exhortar a la Comuna Barcelona para que realice un concurso público para definir el emblema oficial de la planta de paja toquilla, sea natural o estilizada.

Este emblema una vez definido, se insertará en la papelería oficial de la Comuna, agregándose la frase Capital Toquillera del Ecuador.

**Art. 5.- Reconocimiento estatal.-** Exhortar a las demás instituciones del Estado para que reconozcan a la Comuna Barcelona su calidad de Capital Toquillera del Ecuador.

**Art. 6. Promoción y enseñanza.-** Exhortar para que el Estado, en sus diferentes niveles, cumpla lo pertinente dispuesto en el artículo 380 de la Constitución del Ecuador, con relación a esta declaratoria y a la Comuna Barcelona.

### DISPOSICIÓN TRANSITORIA:

**Única.-** La presente Ordenanza entrará en vigencia una vez sancionada por el Alcalde del Cantón.

Dado y firmado, en la Sala de Sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Santa Elena, del Palacio Municipal, a los treinta días del mes de septiembre del año dos mil trece.

Ing. Otto Vera Palacios  
ALCALDE DEL CANTÓN



Enrique Estibel Cumbe  
SECRETARIO GENERAL MUNICIPAL



SECRETARÍA MUNICIPAL DEL CANTÓN SANTA ELENA

Santa Elena, 2 de octubre de 2013.-

**CERTIFICO:** Que la presente **ORDENANZA QUE DECLARA A LA COMUNA BARCELONA COMO CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR, DENTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ESTADO ECUATORIANO**, ha sido discutida y aprobada por el Ilustre Concejo Municipal al tenor de lo tipificado en los



GOBIERNO  
MUNICIPAL DE  
SANTA ELENA

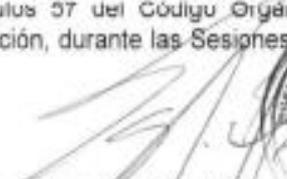
AV. 18 DE AGOSTO Y CALLE 10 DE AGOSTO  
TELE: 2940869 - FAX: 2940374



IMSE

# ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

literales a) y b) del artículo 57 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, durante las Sesiones Ordinarias celebradas el 23 y 30 de septiembre de 2013.

  
Enrique Estibel Cumbé  
**SECRETARIO GENERAL MUNICIPAL**



## ALCALDIA DEL CANTON SANTA ELENA

Santa Elena, 8 de octubre de 2013.-

Una vez que la **ORDENANZA QUE DECLARA A LA COMUNA BARCELONA COMO CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR, DENTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ESTADO ECUATORIANO**, ha sido discutida y aprobada en las sesiones ordinarias celebradas el 23 y 30 de septiembre de 2013, habiendo cumplido con todas las disposiciones y requisitos contemplados en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, esta Alcaldía en uso de las facultades tipificadas el Art. 322 del COOTAD, **SANCIONO LA PRESENTE ORDENANZA QUE DECLARA A LA COMUNA BARCELONA COMO CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR, DENTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ESTADO ECUATORIANO.**

  
Ing. Otto Vera Palacios  
**ALCALDE DEL CANTON**



## SECRETARIA MUNICIPAL DEL CANTON SANTA ELENA

Proveyó y firmó el Decreto que antecede el Señor Ing. Otto Vera Palacios, Alcalde del Cantón, en Santa Elena, a los ocho días del mes de octubre del año dos mil trece.- Lo Certifico.- Santa Elena, 8 de octubre de 2013.

  
Enrique Estibel Cumbé  
**SECRETARIO GENERAL MUNICIPAL**



GOBIERNO  
MUNICIPAL DE  
**SANTA ELENA**

AV. 18 DE AGOSTO Y CALLE 10 DE AGOS  
TEL: 2940869 - FAX: 2940374  
SANTA ELENA - ECUADOR

## CRONOGRAMA

Actividades	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Selección del tema de investigación	X					
Elaboración y aprobación del tema	X					
Recopilación de información para elaborar el primer capítulo	X					
Recopilación de información para elaborar el marco teórico.		X				
Elaboración y aplicación para la entrevista a población y turistas			X			
Procesamiento de organización de información			X			
Análisis de resultados				X		
Presentación de informe final						X

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente de la A

## PRESUPUESTOS

### Cuadro de presupuesto

El presupuesto del proyecto investigativo patrimonio cultural inmaterial de la comuna Barcelona y su rol como elemento diferenciador de la oferta turística de la parroquia Manglaralto está estimado a un monto estipulado de 1420.00.

	Unidad	Costo promedio	Costo total
<b>1. RECURSOS HUMANOS</b>			
Asesoramiento estadístico	1	50:00	50:00
<b>2. BIENES</b>			
Laptop		1100.00	1100.00
Papel	Millar	30.00	30.00
Lapiceros	10	0.50	5.00
Resaltador	5	0.75	3.75
Corrector	3	0.75	2.25
Tableros de encuestas	2	6.00	12.00
Credenciales	2	5.00	10.00
Camisetas	2	10.00	20.00
Gorras	2	6.00	12.00
<b>3 SERVICIOS</b>			
internet		100.00	100.00
viáticos	5	5.00	25.00
impresiones		15.00	100.00
procesamiento de datos		30.00	30.00
<b>PROMEDIO TOTAL</b>			<b>1495.00</b>

Elaborado por: Agustín Leonardo Prudente de la A



# COMUNA "BARCELONA"

FUNDADA EL 22 DE FEBRERO DE 1938 – ACUERDO EJECUTIVO N° 179  
RATIFICADO MEDIANTE ACUERDO MINISTERIAL N° 126 DEL 25 DE ABRIL DEL 2001  
BARCELONA-MANGLARALTO-SANTA ELENA – ECUADOR  
RUC: 2490002025001



Barcelona, 26 de julio del 2016

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabo MSc  
Director de la Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico  
Universidad Estatal Península de Santa Elena

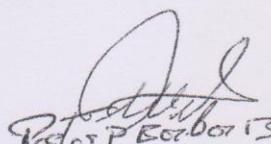
En su Despacho,

## CARTA AVAL

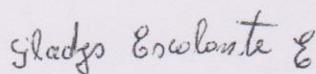
En consideración al oficio y petitorio del sr. **PRUDENTE DE LA A AGUSTIN LEONARDO** con C.I # 092126472-7, Egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Escuela de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena; el cabildo de la comuna de Barcelona una vez analizado el proyecto de investigación con el tema **"PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA COMUNA BARCELONA Y SU ROL COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO."** Procedemos a dar el aval y brindar el apoyo necesario para su desarrollo y ejecución.

Esperando que el documento tenga el aval necesario para el solicitante nos suscribimos de usted.

ATENTAMENTE

  
Sr Pascual Borbor Bacilio  
PRESIDENTE



  
Sra. Gladys Escalante  
VICEPRESIDENTA

CC/Archivo:  
PB/E.J.D.B

COMUNA BARCELONA, CAPITAL TOQUILLERA DEL ECUADOR

Casa Comunal Barcelona—Calle San Jacinto y Antonio Pozo Frente al Parque  
Teléfono: 0985953692 PRESIDENTE- 0985291955 TESORERO— E—mail comunabarcelona@yahoo.es  
Barcelona—Manglaralto—Santa Elena