



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

MODALIDAD: PRESENCIAL

TEMA:

**“LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y LA FERIA DE FINADOS EN LA
PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ”**

AUTOR: Juan Patricio Monge Jiménez

TUTOR: Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

Ambato-Ecuador

2022 – 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “La experiencia turística y la Feria de Finados en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí” del alumno Juan Patricio Monge Jiménez, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, enero 2023

LA TUTORA

.....
Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

C.C.: 0502279474

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “La experiencia turística y la Feria de Finados en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, enero 2023

EL AUTOR



.....
Juan Patricio Monge Jiménez

C.C.: 0550017214

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, enero 2023

EL AUTOR



.....
Juan Patricio Monge Jiménez

C.C.: 0550017214

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “La experiencia turística y la Feria de Finados en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí” de Juan Patricio Monge Jiménez, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, enero 2023

Para constancia firman

Lic. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803156478

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803017365

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico primero a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan singular con salud y vida. A mis padres que me apoyaron y fueron pilar fundamental para crecer profesionalmente y como ser humano, a mis hermanos que estuvieron conmigo en todo este caminar, a mi hijo que con su nacimiento marco mi vida desde el inicio, sin duda él es lo mejor que me ha pasado, y ha llegado en el momento justo para darme el último empujón que me faltaba para terminar el proyecto.

A todas las personas que me apoyaron y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Juan Monge

AGRADECIMIENTO

Me complace agradecer profundamente a la Universidad Técnica de Ambato, por el apoyo que brindan a los estudiantes.

A mi tutora de tesis Ing. Alicia Porras Angulo, por la dedicación y el apoyo que ha brindado a este trabajo, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas.

Gracias por la confianza ofrecida desde que llegué a esta facultad.

Juan Monge

ÍNDICE GENERAL

| | |
|----------------------------------------------|-------------|
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR | ii |
| AUTORÍA DEL TRABAJO | iii |
| DERECHOS DE AUTOR | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO | xiii |
| ABSTRACT | xiv |

CAPÍTULO

MARCO TEÓRICO

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Antecedentes investigativos | 1 |
| Investigaciones antecedentes | 1 |
| Teoría, modelo o posición filosófica..... | 2 |
| Desarrollo teórico de la variable independiente: experiencia turística | 3 |
| 1.1.4. Desarrollo teórico de la variable dependiente | 10 |
| 1.2. Objetivos | 15 |
| Objetivo general | 15 |
| Objetivos específicos | 15 |

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.1. Materiales..... | 17 |
| 2.2. Métodos..... | 17 |
| Enfoque de investigación | 17 |
| Diseño de la investigación | 18 |
| Alcance de la investigación..... | 19 |

| | |
|----------------------------------------------------|----|
| 2.3. Población y muestra | 22 |
| Población | 22 |
| Muestra | 22 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos | 23 |
| Técnicas | 23 |
| Instrumentos | 24 |
| Análisis de validez y fiabilidad estadística | 24 |
| 2.5. Hipótesis | 25 |

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Análisis y discusión de los resultados | 26 |
| Análisis de los resultados de la encuesta a turistas | 26 |
| Análisis y discusión de la Ficha A5 de Inventario de Técnicas Artesanales Tradicionales | 50 |
| 3.2. Verificación de hipótesis | 56 |

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|--------------------------------|----|
| 4.1. Conclusiones | 59 |
| 4.2. Recomendaciones | 60 |
| PROPUESTA | 62 |
| MATERIALES DE REFERENCIA | 67 |
| ANEXOS | 70 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. <i>Clasificación de los atractivos culturales</i> | 12 |
| Tabla 2. <i>Recursos utilizados en la realización de la investigación</i> | 17 |
| Tabla 3. <i>Resumen del procesamiento de los casos</i> | 25 |
| Tabla 4. <i>Estadísticos de fiabilidad</i> | 25 |
| Tabla 5. <i>Datos referenciales - alfa de Cronbach</i> | 25 |
| Tabla 6. <i>Hipótesis de la investigación</i> | 25 |
| Tabla 7. <i>Alfarería de la parroquia La Victoria, cantón Pujilí</i> | 50 |
| Tabla 8. <i>Verificación de hipótesis</i> | 56 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. <i>Pirámide de las necesidades de Maslow 1970</i> | 4 |
| Figura 2. <i>Mapa parroquial del cantón Pujilí</i> | 20 |
| Figura 3. <i>Edad</i> | 26 |
| Figura 4. <i>Género</i> | 27 |
| Figura 5. <i>Ocupación</i> | 28 |
| Figura 6. <i>Con quién visita la Feria de Finados</i> | 29 |
| Figura 7. <i>Motivación de visita</i> | 30 |
| Figura 8. <i>Tiempo de visita</i> | 31 |
| Figura 9. <i>Gasto individual promedio</i> | 32 |
| Figura 10. <i>Eficiencia de las infraestructuras</i> | 33 |
| Figura 11. <i>Eficiencia respecto al aseo y limpieza de los espacios</i> | 34 |
| Figura 12. <i>Eficiencia de la información recibida</i> | 35 |
| Figura 13. <i>Eficiencia del servicio</i> | 36 |
| Figura 14. <i>Calidad del servicio por parte de los comerciantes</i> | 37 |
| Figura 15. <i>Ética demostrada por los comerciantes</i> | 38 |
| Figura 16. <i>Disfrute del tiempo libre y del ocio</i> | 39 |
| Figura 17. <i>Valor de disfrute y diversión obtenido</i> | 40 |
| Figura 18. <i>Valoración de la belleza de los productos ofertados</i> | 41 |
| Figura 19. <i>Valoración de la belleza del entorno físico</i> | 42 |
| Figura 20. <i>Percepción de miedo respecto a la delincuencia</i> | 43 |
| Figura 21. <i>Percepción de miedo respecto a la contracción de enfermedades</i> | 44 |
| Figura 22. <i>Percepción de riesgo de ser intimidado o engañado</i> | 45 |
| Figura 23. <i>Nivel de satisfacción del turista</i> | 46 |
| Figura 24. <i>Intención de realizar futuras visitas</i> | 47 |
| Figura 25. <i>Intención de recomendar la visita a la Feria de Finadosg</i> | 48 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Anexo 1. <i>Carta compromiso</i> | 71 |
| Anexo 2. <i>Encuesta a turistas</i> | 72 |
| Anexo 3. <i>Ficha A5 para inventario del patrimonio cultural inmaterial</i> | 74 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio surge debido al interés por conocer la percepción de los turistas tras su asistencia a la Feria de Finados de la parroquia La Victoria del cantón Pujilí. El objetivo es identificar la experiencia turística que se llevaron quienes asistieron a este acontecimiento programado que tuvo lugar del 2 al 6 de noviembre del 2022; para lo cual, se desarrolló una metodología de investigación mixta con un alcance exploratorio y descriptivo, que se valió de la revisión bibliográfica, así como de la aplicación de encuestas para medir la experiencia de los turistas y, por último, de una ficha de inventario de técnicas artesanales tradicionales mediante la cual se analizó a la alfarería como parte del patrimonio cultural inmaterial del Ecuador. Los resultados permitieron determinar las características principales respecto al perfil del turista que asiste a la Feria de Finados, para posteriormente mediante una encuesta evidenciar que la experiencia turística generada con el desarrollo del evento es memorable debido a la oferta de productos artesanales en espacios adecuados, con eficiencia, calidad de servicio, entretenimiento y valor social. Por consiguiente, el estudio permitió concluir que tanto la organización previa al desarrollo de la Feria de Finados 2022, como el rol de anfitriones que desempeñaron los artesanos alfareros, permitieron satisfacer adecuadamente las necesidades y expectativas de los turistas, influyendo positivamente en la experiencia de los mismos, brindándoles una grata experiencia que despertó su interés por visitar nuevamente la feria a futuro a fin de volver a vivir esta experiencia.

PALABRAS CLAVE: PATRIMONIO CULTURAL, ALFARERÍA, FERIA DE FINADOS, EXPERIENCIA TURÍSTICA

ABSTRACT

The present study arises due to the interest in knowing the perception of tourists after their attendance at the Feria de Finados of the parish La Victoria of the Pujilí canton. The objective is to identify the tourist experience taken by those who attended this scheduled event that took place from November 2 to 6, 2022; for this, a mixed research methodology was developed with an exploratory and descriptive scope, which used the bibliographic review, as well as the application of surveys to measure the experience of tourists and, finally, an inventory sheet of traditional craft techniques through which pottery was analyzed as part of the intangible cultural heritage of Ecuador. The results allowed to determine the main characteristics regarding the profile of the tourist who attends the Feria de Finados, to later through a survey show that the tourist experience generated with the development of the event is memorable due to the offer of handicrafts in adequate spaces, with efficiency, quality of service, entertainment and social value. Therefore, the study allowed us to conclude that both the organization prior to the development of the Feria de Finados 2022, and the role of hosts played by the pottery artisans, allowed to adequately satisfy the needs and expectations of tourists, positively influencing their experience, giving them a pleasant experience that aroused their interest in visiting the fair again in the future in order to relive this experience.

KEYWORDS: CULTURAL HERITAGE, POTTERY, FAIR OF THE DECEASED, TOURIST EXPERIENCE

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

Investigaciones antecedentes

En la investigación de **Torres y Baez (2018)** titulada “Medición de la experiencia del turista en Quito” se hace alusión a la importancia de la variable experiencia del turista cuya medición holística brinda datos fundamentales para la planeación, gestión y evaluación turística. Los autores señalan también que la experiencia turística es un antecedente de la satisfacción del consumidor en turismo, asunto que una experiencia satisfactoria es aquella que produce una sensación de bienestar o placer cuando se ha cubierto una necesidad o un deseo.

Por otro lado, la investigación desarrollada por **Vaca y Monge (2020)**, la cual titula “El Ecoturismo y los factores de influencia en la experiencia turística durante excursiones en áreas naturales: Laguna del Quilotoa”, concluye que existen elementos de incidencia internos y externos que influyen en la experiencia de los viajeros y que deben ser analizados minuciosamente y tomados en cuenta para la generación de productos turísticos que, más allá de ser una combinación de sitios y actividades, brinden un disfrute integral al turista mientras realiza su viaje.

Así mismo, **Fusté y Nava (2015)** en su investigación “La experiencia turística y su crítica intercultural” identifican que la economía de la experiencia debe apostar a una puesta en valor de las culturas, para lo cual implica dos actores, y por ende, dos acciones: por un lado aparece el proveedor, quien enaltece las propias tradiciones,

costumbres, idiosincracia, entre otros; y por otro, el visitante, quien muestra su interés por co-aprender y co-aprehender. De este modo, se desarrolla la capacidad de proteger la cultura como una estrategia en la creación de experiencias estables y empáticas con el entorno sociocultural.

Concerniente a las ferias de finados, **León et al. (2021)**, en su estudio titulado “Calidad de servicios y satisfacción del cliente de la feria de finados La Victoria 2019”, señalan que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en este tipo de eventos merecen especial atención por parte de los investigadores, más aún si estos espacios significan fuentes de ingresos económicos para la población local, como es el caso de los 136 artesanos que forman parte de la organización de la Feria de Finados la cual gira entorno a la actividad más importante de comercialización en el sector: las artesanías elaboradas en barro.

En este sentido, el estudio titulado “La Ruta del Barro: una experiencia vivencial del turismo comunitario” llevado a cabo por **Escobar (2021)**, logra identificar la posibilidad de generar experiencias positivas mediante la difusión de los conocimientos tradicionales y las expresiones de alto valor cultural a través de actividades que ofrezcan una experiencia entorno a la identidad de una comunidad local.

Teoría, modelo o posición filosófica

Teoría de peldaños de la carrera de viaje de Pearce

Esta teoría fue desarrollada por **Pearce (1988)** con base en las necesidades de los turistas y afirma que éstos desarrollan motivaciones diversas en relación a los estímulos, el relajamiento, el autoestima y la autorealización. Este concepto esta

relacionado con el aprendizaje del individuo en virtud de la experiencia turística obtenida, sin embargo, las necesidades identificadas en este modelo pueden estar centradas en el individuo o en dirección a otros elementos.

La denominación de carrera de viaje es adoptada por el autor como una noción de perspectiva, en donde la persona ve su vida como un todo e interpreta el significado de sus contribuciones, acciones y las cosas que le ocurren. De este modo, las acciones de un momento son interpretadas como un factor que contribuye a la suma de experiencias que afectan acumulativamente a las necesidades del turista, pasando así a determinar la capacidad de un destino o atracción para satisfacerlas (**Pearce, 1988**).

El autor sustenta que la carrera de viaje es progresiva y que va “subiendo peldaños” siguiendo la jerarquía de las necesidades de Maslow (ver Figura 1), sin embargo, dichas necesidades tienen a su vez distintas orientaciones que pueden ser externas o internas. Finalmente, esta teoría refuerza la importancia de la experiencia de vacaciones como un factor determinante del comportamiento futuro y una forma de fomentar intenciones de vacaciones o visitas más efectivas (**Pearce, 1988**).

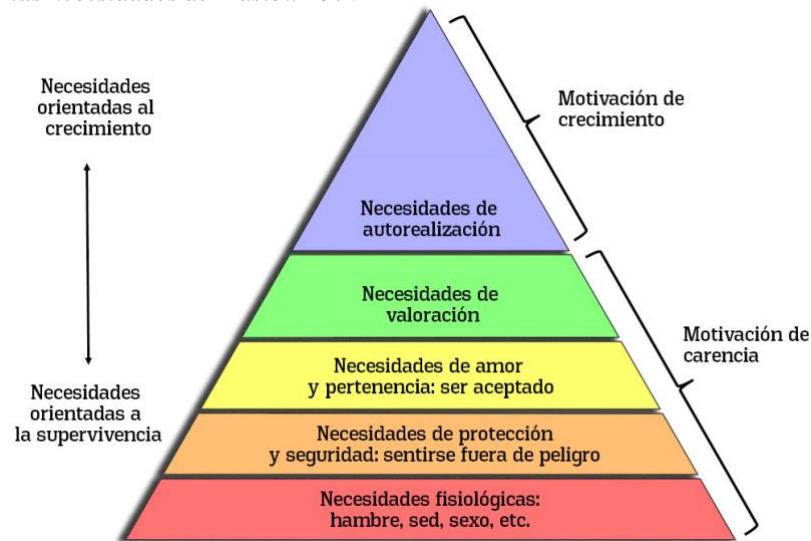
Desarrollo teórico de la variable independiente: experiencia turística

Motivación de viaje

La motivación de viaje tiene su origen en el estado de tensión y desequilibrio que tiene lugar a nivel psicológico en el turista por efecto de necesidades y deseos que le surgen. En este sentido aparece la teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow, la cual señala que conforme se satisfacen las necesidades más básicas el ser humano desarrolla necesidades y deseos más elevados (**Maslow, 1970**).

Figura 1.

Pirámide de las necesidades de Maslow 1970



Nota. Tomado de Navarro (2019)

A partir de lo planteado por Maslow, han surgido varios modelos para el análisis de la motivación de viaje tales como aquel que fue desarrollado por **Pearce (2005)** y que afirma que las motivaciones del turista van cambiando de acuerdo a la experiencia acumulada del turista y esta jerarquizada en cinco niveles: relajación, seguridad, relaciones sociales, autoestima y autorrealización (**Olague, et al., 2017**). En este sentido, las motivaciones que lleven a un individuo a elegir determinado destino están relacionadas con las necesidades que desea satisfacer en el momento que toma su decisión.

Experiencia turística

La experiencia turística es un proceso mental en el turista o consumidor que parte de un servicio, un producto, un complemento del producto o puede ser un paquete completo. Se diseñan a partir de dos dimensiones: la participación del cliente y la relación del medio ambiente que vincula al cliente que el evento (**Gama y Favila, 2018**); dentro de dicho ambiente, se encuentran los anfitriones, quienes también son

imprescindibles en la construcción de la experiencia en el turista puesto que se encargan de la planeación y diseño de la misma (**González, 2018**).

De este modo, **Rodríguez (2016)** menciona que las experiencias se componen de tres elementos básicos que son “el turista y su decisión de comprar una oferta turística concreta, la industria y el entorno turístico que permiten ofrecer productos y servicios al turista, y [...] los estímulos que permitirán a esos turistas vivir una verdadera experiencia de viaje” (p. 27). La combinación adecuada de dichos componentes es imprescindible para brindar al turista una experiencia memorable que le genere satisfacción y la posibilidad de volver a ser parte del evento.

Por lo tanto, el reporte de la experiencia de un producto es fundamental para la planeación turística puesto que ofrecer experiencias de calidad representa una condición fundamental para ser competitivo en la industria turística (**Torres, 2018**). En este sentido, se reconocen 7 dimensiones que posibilitan la medición de la experiencia del turista: eficiencia, calidad del servicio, valor social, entretenimiento, estética, costo monetario percibido y riesgo percibido (**Gallarza y Saura, 2006**).

Variables contextuales de la experiencia turística

La descripción y calificación de una experiencia turística requiere la consideración de ciertas variables contextuales que, aunque se explicarán de manera independiente, guardan una estrecha relación que en el fondo definen una situación turística. Estas variables son el espacio, el tiempo y los comportamientos sociales involucrados. En primera instancia se considera al espacio debido a que la práctica turística se desarrolla necesariamente en un lugar en donde tiene lugar un proceso interactivo entre el turista

y el sitio que visita, el cual incluye características tangibles e intangibles **(Vergopolous, 2016)**.

Por otro lado, se considera al tiempo como una variable de importancia crucial en el entendimiento de la experiencia turística puesto que la actividad turística tiene lugar en un tiempo o momento concreto, distinto del cotidiano, es decir, un tiempo de vacaciones u ocio en el cual se llevan a cabo una serie de actividades que no se desarrollan en el transcurso habitual y cotidiano de la vida del turista. Finalmente, la sociabilidad contempla todas las interacciones que se dan en un tiempo concreto entre los turistas y los residentes del espacio que visitan, complementando de esta manera la experiencia integral que se desarrolla durante un viaje o estadía en un destino **(Vergopolous, 2016)**.

Experiencia turística memorable

Una experiencia ocurre cuando se utilizan los servicios como escenario y los productos como utilidad que permite atraer a los clientes individuales de manera que se crea un evento memorable. Una experiencia es intrínsecamente personal y solo existe en la mente de aquella persona que se ha comprometido a nivel emocional, físico, intelectual e incluso espiritual; por ello, el estado mental del individuo influye en gran medida en la experiencia que obtenga **(Pine y Gilmore, 1998)**.

La importancia de brindar experiencias memorables radica en que el recuerdo personal de las experiencias es una valiosa fuente de información que ayudará en la toma de decisiones futuras. Es por ello que **Kim, Ritchie y McCormick (2012)** han definido siete diferentes dimensiones que componen una experiencia turística memorable:

hedonismo, frescura, interacción social y cultura local, significado, conocimiento, participación y novedad.

Dimensiones de la experiencia turística memorable

- **Hedonismo**

Al consumir experiencias turísticas, a diferencia de otros productos o actividades, las personas buscan principalmente el disfrute, también conocido como hedonismo o placer; por lo tanto, la búsqueda de experiencias hedónicas es un componente emocional significativo de particular importancia en una experiencia turística memorable (**Tung y Ritchie, 2011; Kim, Ritchie y McCormick, 2012**).

- **Frescura**

Este termino esta asociado con la relajación y la renovación, los cuales son componentes definitorios de las actividades turísticas. Esta característica de las experieicnias de viaje es la encargada de separar a los participantes de su vida cotidiana, brindandoles la oportunidad de suspender el poder de las normas de su cotidianidad y ver sus propias vidas desde una perspectiva diferente. De esta forma, una experiencia se vuelve más memorable a medida que el turista se siente renovado, lo cual influye positivamente en los recuerdos de viaje de los participantes (**Tung y Ritchie, 2011; Kim, Ritchie y McCormick, 2012**).

- **Novedad**

La necesidad de encontrar novedades es otro componente de la experiencia turística y una de las principales motivaciones de viaje pues los individuos tienden a seleccionar destinos en los que existen modos de vida y culturas diferentes que permitan solventar

su necesidad de experimentar algo nuevo, lo cual no pueden encontrar en su entorno habitual (**Tung y Ritchie, 2011**) (**Kim, Ritchie y McCormick, 2012**) (**Kim, 2014**).

- **Interacción social y cultura local**

Una experiencia turística memorable se crea de manera integral al involucrar a las personas en situaciones basadas en la experiencia mediante la interacción social con los residentes de un destino, lo cual incrementa su comprensión de una población culturalmente diferente y sus entornos de vida reales (**Kim, Ritchie y McCormick, 2012**) (**Kim, 2014**). Así mismo, aprender sobre la cultura local mejora significativamente las experiencias turísticas convirtiéndolas en inolvidables (**Tung y Ritchie, 2011**).

- **Participación**

Cuando los individuos se sienten inmersos en una actividad existe una mayor probabilidad de que tengan una experiencia memorable debido a que dicha participación refuerza los sentimientos afectivos de un individuo al estimular el análisis cognitivo a un nivel de mayor profundidad (**Pine y Gilmore, 1998**). Es por ello que las personas recuerdan una experiencia personalmente relevante y significativa más que aquellas experiencias que no son relevantes (**Kim, 2014**).

- **Conocimiento**

Otro componente importante de las experiencias turísticas reside en el deseo que tienen las personas por aprender cosas nuevas y desarrollar nuevos conocimientos y habilidades en base en sus experiencias de viaje. Se trata de una motivación sociopsicológica que predisponen a los individuos a trasladarse a un destino con el

propósito de aprender, lo cual hace que su visita sea más memorable mediante el desarrollo intelectual **(Tung y Ritchie, 2011) (Kim, 2014)**.

- **Significado**

Las personas se esfuerzan por encontrar el significado de sus vidas, por lo tanto, su hallazgo es esencial para la felicidad y el bienestar **(Pine y Gilmore, 1998)**. Así mismo, los individuos buscan experiencias significativas dentro de sus actividades de viajes, por ello, buscan una sensación de realización física, emocional o espiritual mediante los viajes, más allá de perseguir el escapismo o una búsqueda hueca de autenticidad. Cuando las personas aprenden más sobre el mundo en el que viven amplían sus perspectivas al tener experiencias de viaje reveladoras, lo que hace que sean más memorables **(Tung y Ritchie, 2011) (Kim, 2014)**.

Valor percibido

Es común que las expectativas del consumidor se encuentren divididas en hedónicas y utilitarias de acuerdo a los aspectos que consideran como importantes cuando se enfrentan a una decisión de compra. De igual manera, dichos atributos hedónicos y utilitarios se incorporan en el valor percibido, es cual, experimentado tanto de forma tangible como intangible, es un método de diferenciación que posibilita a los minoristas diferenciarse de su competencia en función de las expectativas, creencias y expectativas de los clientes, así como sus deseos o necesidades antes y después de la compra y consumo de un producto o servicio **(Kazakeviciute y Banyte, 2012)**.

Con esta premisa, se define al valor percibido como un resultado que se fundamenta en las evaluaciones de productos o servicios después del consumo, mismas que implican un intercambio entre lo que el cliente recibe y lo que debe entregar para poder

usar un producto. Es un factor inherente al uso de un servicio que, al ser algo percibido, se determina de manera subjetiva y, por lo tanto, permite predecir la satisfacción del cliente y a su vez permite identificar las intenciones conductuales que pueden indicar la intención de repetir o volver a visitar un destino **(Kim, Duncan y Chung, 2015)**.

Satisfacción e intención de volver a visitar

La satisfacción es un sentimiento interno de placer o desagrado con el desempeño resultante de un servicio o producto en relación con las expectativas del consumidor que las compra. Por lo tanto, es una variable esencial en el análisis del comportamiento del consumidor dada la fuerte influencia que ejerce en la lealtad del cliente y su intención de volver a visitar un destino o consumir un producto/servicio; así mismo, permite definir qué tan positiva fue la experiencia del cliente **(Kim, Duncan y Chung, 2015)**. El primer resultado que se busca en una transacción es la satisfacción, en caso de no encontrarlo, el cliente buscará otra oferta. Por ello, la calidad pasa a jugar un rol fundamental en la estrategia de posicionamiento de un destino turístico en el pensamiento del turista **(Silva, Julca, Luján y Trelles, 2021)**.

1.1.4. Desarrollo teórico de la variable dependiente

Cultura

Se considera como cultura al conjunto de rasgos característicos a nivel espiritual, material, intelectual y afectivo que distingue a un grupo social y que contempla, además de las artes y las letras, estilos de vida, formas de vivir en sociedad, sistemas de valores, tradiciones y creencias **(Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura, UNESCO, 2004)**.

Así mismo, la **UNESCO (2004)**, determina en el artículo 1 de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural que la cultura toma formas variadas a través del tiempo y del espacio en el cual se desarrolla. Dichas formas se manifiestan en la autenticidad y la diversidad de identidades de los grupos sociales que componen la humanidad; en este sentido, representa un patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones actuales y futuras.

Patrimonio

Se puede definir al patrimonio como lo que se hereda de los ancestros y de la naturaleza, y lo que se quiere heredar a las generaciones venideras. Hablar de patrimonio es posible identificar una relación directa con la herencia, la memoria y la identidad, de manera que se encuentra íntimamente ligado al pasado, pero es actualizado en el presente y es un referente indiscutible del futuro; al mismo tiempo, representa una parte importante de la identidad de una sociedad (**Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012**).

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que caracterizan la creatividad de un pueblo y permite distinguir a las sociedades o pueblos unos de otros, dándoles un sentido de identidad; pueden ser heredados o de producción reciente (**Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012**). “El patrimonio intangible [...] es la base de la identidad, la creatividad y la diversidad cultural. Es un patrimonio vivo, continuamente recreándose, que cobra vida a través de los seres humanos y de sus prácticas y formas de expresión” (**Hormaza y Torres, 2020,p.387**).

Atractivo turístico cultural

Los atractivos turísticos son objetos o acontecimientos que poseen la capacidad de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para conocerlos y/o vivenciarlos (Wallingre, 2010). De acuerdo con el **Ministerio de Turismo del Ecuador (2018)** los atractivos turísticos se clasifican de acuerdo a dos categorías, los atractivos naturales y las manifestaciones culturales. Dentro de las manifestaciones culturales se identifican 4 tipos y 25 subtipos de atractivos; los 4 tipos mencionados son: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas; y acontecimientos programados (ver Tabla 1).

Tabla 1.

Clasificación de los atractivos culturales

| CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | |
|----------------------------------------|--------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------|
| CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES | | CÓDIGO: MC | |
| COD | TIPO | COD | SUBTIPO |
| 01 | Arquitectura | 01 | Histórica/vernácula |
| | | 02 | Infraestructura cultural |
| | | 03 | Infraestructura recreativa |
| | | 04 | Otras infraestructuras de arquitectura |
| | | 05 | Sitio histórico |
| | | 06 | Área arqueológica |
| | | 07 | Monumentos |
| | | 08 | Espacio público |
| 02 | Acervo cultural y popular | 01 | Pueblo y/o nacionalidad |
| | | 02 | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares |
| | | 03 | Artesanías y artes |
| | | 04 | Medicina ancestral |
| | | 05 | Ferias y mercados |
| | | 06 | Música y danza |
| | | 07 | Gastronomía |
| 03 | Realizaciones técnicas y científicas | 01 | Obras de ingeniería |
| | | 02 | Centros astronómicos |
| | | 03 | Centros de exhibición de flora y fauna |
| | | 04 | Centros de rescate de fauna silvestre |
| | | 05 | Centros agropecuarios y pesqueros |
| | | 06 | Centros industriales |
| 04 | Acontecimientos programados | 01 | Eventos artísticos |
| | | 02 | Convenciones, ferias (no artesanales) y congresos |
| | | 03 | Eventos deportivos |
| | | 04 | Eventos gastronómicos |

Nota. Adaptado a partir de Ministerio de Turismo (2018)

Acontecimientos programados

Los acontecimientos programados forman parte de la oferta turística de un determinado destino; configuran elementos atractores de visitantes que variarán dependiendo el perfil del visitante. Las fiestas populares se encuentran ligados a una variedad de eventos programados que se entremezclan con actividades asociadas tales como exposiciones, concursos, reinados, entre otros que son materia de interés para la cultura, el turismo y la economía **(Pinassi, Schenkel y Martin, 2014)**.

Acontecimientos programados y turismo cultural

Desde hace siglos las personas alrededor del mundo han reconocido la necesidad de reservar ciertos momentos y lugares para fines de celebración de su propia cultura, lo cual ha dado lugar a un sinnúmero de eventos culturales de gran relevancia para el turismo. Dichos eventos se caracterizan por su corta duración, su ocurrencia anual y por celebrarse en espacios reducidos **(Shone y Parry, 2010)**.

Generalmente los eventos culturales se clasifican en cuatro categorías de interés: ocio y participación, sociológico, desarrollo comunitario y desde la perspectiva del turismo; sin embargo, en todas las categorías se evidencia que tienen una fuerte dimensión colectiva y siempre han funcionado como prácticas que permiten a las comunidades expresar sus creencias, celebrar identidades y confirmar o cuestionar de diversas formas las estructuras sociales y el sistema de valores que los unen. Con esta premisa, se justifica que los eventos culturales se comercializan cada vez más como atracciones turísticas capaces de incrementar el flujo turístico hacia determinados destinos **(Kim, Duncan y Chung, 2015)**.

Día de los Difuntos o Finados

En Ecuador, cada 2 de noviembre se celebra la tradicional Fiesta de los Difuntos o Finados, fecha en la cual la población concurre a los cementerios, en donde los deudos adornan las tumbas de sus seres queridos con flores y tarjetas en señal de que su recuerdo los sigue acompañando en este plano terrenal (**Valarezo, 2009**). Durante estas fechas se puede identificar diversas manifestaciones culturales vinculadas al folclore y a eventos programados (**Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural, 2006**), mismos que enriquecen el patrimonio cultural de nuestro país y que a su vez se constituyen en atractivos turísticos con potencial capacidad de dinamizar la actividad turística en el lugar donde se llevan a cabo.

Feria de Finados en La Victoria, Pujilí

Dentro de estas manifestaciones se puede identificar las diversas ferias de finados, eventos programados que tienen lugar en diversos puntos del país. Una de las más representativas es aquella que se desarrolla en la Parroquia La Victoria, localizada en el cantón Pujilí perteneciente a la provincia de Cotopaxi. La feria que se desarrolla en tal lugar se caracteriza por la participación de más de 136 artesanos de la localidad, los cuales se dedican a la actividad alfarera mediante la cual elaboran cerámicas con una mezcla de agua y barro a la cual posteriormente le dan vida gracias a su ingenio y creatividad (**León et al., 2021**).

Es importante no confundir a la Feria de Finados como una manifestación cultural que pertenece al acervo cultural y popular debido a que no cumple dos características indispensables: el anonimato y la no institucionalización. La feria como tal es parte de los acontecimientos programados que se dan entorno al Día de los Difuntos o Finados,

fecha que forma parte de las fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares del Ecuador (León et al., 2021).

1.2. Objetivos

Objetivo general

Identificar la experiencia turística en la Feria de Finados 2022 en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí.

Objetivos específicos

Fundamentar teóricamente la importancia de la medición de la experiencia turística.

Se dará cumplimiento a este objetivo mediante la revisión bibliográfica de fuentes primarias de información tales como libros disponibles en la biblioteca presencial y virtual de la Universidad Técnica de Ambato, así mismo se analizarán artículos académicos que permitan obtener información fidedigna respecto a las variables de estudio.

Analizar la incidencia de la Feria de Finados 2022 de la parroquia La Victoria del cantón Pujilí en la experiencia del turista.

Para el desarrollo de este objetivo se aplicará una encuesta de medición de la experiencia turística de quienes participen de dicho acontecimiento programado. Los datos recabados permitirán identificar la incidencia de la Feria de Finados en la experiencia que se llevan los turistas que la visitan. Así mismo, se aplicará la ficha A5 de patrimonio cultural inmaterial a fin de levantar información respecto a la alfarería como técnica artesanal tradicional esencial en el desarrollo del evento.

Proponer una estrategia de difusión de la experiencia turística del visitante en la feria de finados de la parroquia La Victoria del cantón Pujilí.

Por último, mediante un editor online se editará un video informativo que dé a conocer los hallazgos identificados con la investigación, lo cual servirá como un precedente para el desarrollo de futuras investigaciones con el mismo direccionamiento.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo se aborda la descripción de las técnicas y procesos utilizados para la elaboración del proyecto, además, se recopilan las áreas de conocimiento que intervienen en cada una de estos, con sus métodos, niveles y modalidades de la investigación, por otro lado, describe los materiales que se aplicaron para realizar el trabajo investigativo.

2.1. Materiales

Tabla 2.

Recursos utilizados en la realización de la investigación

| RECURSOS | DETALLE | CANTIDAD |
|------------------------|-------------------------------|-----------------|
| Humanos | Estudiante | 1 |
| | Docente tutor del proyecto | 1 |
| Institucionales | Universidad Técnica de Ambato | N/A |
| Tecnológicos | Computador | 1 |
| | Internet | N/A |
| | Programa estadístico SPSS | N/A |
| | Google Forms | N/A |
| Materiales | Resma de papel | \$ 4,00 |
| | Esferos | \$ 1,00 |
| | Corrector | \$ 1,00 |
| TOTAL | | \$ 6,00 |

Nota: N/A no aplica

2.2. Métodos

Enfoque de investigación

La presente investigación posee un enfoque mixto, el cual de acuerdo con **Hernández, Fernández y Baptista (2014)** combina técnicas de los métodos cuantitativo y cualitativo a fin de optimizar los resultados a alcanzar. El enfoque cuantitativo se

caracteriza por ser secuencial y probatorio; además, denota la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación mediante el uso de métodos estadísticos, los cuales arrojan datos numéricos como resultado. Por otro lado, el enfoque cualitativo se sustenta en evidencias que se encuentran orientadas hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo a través de métodos y técnicas que se derivan de sus concepciones y fundamentos tales como la hermenéutica, la fenomenología y el método inductivo (Sánchez, 2019).

Esta investigación posee un enfoque mixto debido a que se utilizarán, por un lado, métodos estadísticos para medir la experiencia del turista al visitar la Feria de Finados de la parroquia La Victoria; los datos obtenidos se reflejarán a través de números y el análisis de los mismos permitirá inferir resultados de una muestra a una población con la finalidad de recomendar acciones como efecto del proceso investigativo. En cuanto al enfoque cualitativo, este se refleja en el método inductivo que permitirá plantear un razonamiento ascendente que fluye de lo particular hasta lo general mediante la descripción profunda del fenómeno, la cual se desarrollará a través de la revisión bibliográfica y el completamiento de una ficha de registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Diseño de la investigación

Dentro del enfoque cuali-cuantitativo o mixto, se presenta el diseño no experimental de la investigación, el cual se caracteriza por no modificar las variables de estudio, sino que se observa el fenómeno tal como se presenta en su contexto natural; de esta manera las variables independientes ocurren sin ser manipuladas, al igual que los efectos que estas generan. Por otro lado, el diseño no experimental se puede clasificar

desde la perspectiva temporal de medición, en donde se identifica al corte transeccional o transversal, caracterizado por describir el fenómeno a través de las variables en un momento dado (**Mousalli, 2015**).

Con este precedente, este estudio posee un diseño no experimental transeccional puesto que las variables no serán manipuladas intencionalmente, sino que serán medidas a través de instrumentos estructurados que se aplicarán en un momento dado, que en el caso de esta investigación es el tiempo durante el cual se realizará la Feria de Finados ya mencionada con anterioridad. No se manipulará la experiencia que tendrá el turista durante el evento, sino que se observará el fenómeno de estudio y se inferirán resultados.

Alcance de la investigación

Alcance investigativo

El alcance del estudio en cuanto al enfoque cuantitativo es exploratorio y descriptivo. Según **Hernández et al. (2014)**, el alcance exploratorio busca indagar un tema o problema de investigación poco estudiado o que resulta novedoso o desconocido; mientras que el alcance descriptivo permite especificar características, propiedades y perfiles de cualquier variable objeto de estudio. Es exploratorio porque la experiencia turística en la Feria de Finados de la parroquia La Victoria es un tema carente de estudios previos, y con este estudio se pretende profundizar los conocimientos respecto al tema. Además, es descriptiva pues se identificarán y se dará a conocer la experiencia que tienen los turistas durante dicho acontecimiento programado.

Por otro lado, en cuanto al enfoque cualitativo, este estudio posee un alcance fenomenológico que de acuerdo con **Hernández et al. (2014)** tiene como propósito

fundamental el “explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p.493). En este caso, lo que se pretende es explorar y describir la experiencia que obtiene el turista frente a su asistencia a la Feria de Finados 2022, considerada como el fenómeno de estudio de esta investigación.

Alcance territorial

La Feria de Finados que se desarrolla anualmente del 2 al 6 de noviembre tiene lugar en la parroquia La Victoria perteneciente al cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi, lugar que se define como el alcance territorial de este proyecto investigativo (ver Figura 2). Dicha parroquia se caracteriza por la presencia de artesanos y artesanas dedicadas a la alfarería, mismos que durante las festividades de finados salen a ofertar sus productos artesanales elaborados principalmente en barro.

Figura 2.

Mapa parroquial del cantón Pujilí



Nota. Modificado a partir de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de La Victoria (2014)

Situación geográfica

La parroquia La Victoria conocida como la capital Alfarera de Cotopaxi, donde también se ubica al viejo Pujilí, se encuentra ubicada a 6 km desde Quizacumbe, punto referencial en la carretera Latacunga-Pujilí, en la parte centro occidental de la provincia de Cotopaxi. Su altura varía entre los 2900 a 3300 msnm; políticamente pertenece al cantón Pujilí, limita al norte con la parroquia Poaló del cantón Latacunga, al sur y occidente por la parroquia Matriz del cantón Pujilí, al oriente por la parroquia 11 de noviembre del cantón Latacunga. Cuenta con una superficie territorial de 21,6 km² que corresponde al 1.68% del área del cantón Pujilí, con una temperatura promedio de 7 a 15 C (**GAD Parroquial La Victoria, 2019**).

Datos generales

- **Población**

La población de la parroquia La Victoria alcanza un aproximado de 3500 habitantes, de los cuales un 9.3% es población indígena rural, el 60% se dedica a la artesanía en barro, el 25% a la agricultura y ganadería y el 15% han recibido educación superior (**GAD Parroquial La Victoria, 2019**).

- **Flora**

Se puede encontrar especies de plantas medicinales como la manzanilla, el tifo, la borraja, la ortiga, la ruda, matico, caballo chupa, calaguala, valeriana, achupalla, canayuyo, milín, sin embargo, no se puede asegurar que son propios de la zona. Entre los árboles exóticos se puede apreciar la presencia de eucalipto, ciprés, pino; además, dentro de las plantas nativas existen el quishuar, yagual, pumamaqui, aliso y árbol de papel en la parte alta (**GAD Parroquial La Victoria, 2019**).

- **Fauna**

En la parte alta del páramo, por la presencia de paja encontramos conejos, chucuris, sapos; insectos como mariposas, escarabajos entre otros. En la parte baja en las cabuyas viven gran cantidad de lagartijas y raposas. Además, existen aves que le dan características a la zona como las tórtolas, pájaros, mirlos, güirachuros, quililes, picaflores, entre otros (GAD Parroquial La Victoria, 2019).

2.3. Población y muestra

Población

La población es entendida como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de cualidades en común (Hernández et al, 2010). A fin de definir la población y muestra de este estudio, y debido a la falta de información respecto al número de personas que visita la Feria de Finados en la parroquia La Victoria, se elegirá la población en base al número de personas que llegaron en el año 2018 al cantón Pujilí durante el feriado del Día de los Difuntos, fecha en la cual se lleva a cabo el evento ya mencionado y es el dato más reciente y veraz con el que se cuenta para el desarrollo de la investigación. De acuerdo con el **Ministerio de Turismo del Ecuador (2022)**, a través de su geoportal de visitas internas turísticas GEOVIT señala que el número de turistas noche/pernoctaciones durante la fecha mencionada fue de 10.589 individuos.

Muestra

Al ser una población que supera los 10.000 individuos se procede a la selección de una muestra, la cual es un subgrupo de la población el cual se pretende sea un fiel reflejo del conjunto de la población (Hernández et al, 2010). Para ello se trabajará con un

muestreo probabilístico a través del método de muestreo aleatorio simple, el cual busca que todos los individuos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para componen la muestra, para dicho fin se eligen al azar las encuestas que se tomarán en cuenta hasta completar el número necesario para la realización del estudio (**Hernández y Carpio, 2019**). Así mismo, para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula estadística que se presenta a continuación, obteniendo como resultado una muestra de 266 elementos.

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

N= población

Z α^2 = nivel de confianza

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada / q= probabilidad de fracaso

d= precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

N=10.589

Z α^2 = 1.65 (90%)

p= 0.5

q= 0.5

d= 5%

$$n = \frac{10589 * 1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(3455 - 1) + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 266

2.4. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Una de las técnicas a utilizar para la recolección de información de esta investigación es la encuesta, la cual es un procedimiento en la que la recolección de información se desarrolla mediante un cuestionario debidamente estructurado. Esta es una de las técnicas de recolección de datos mayormente utilizadas en las investigaciones de campo (**Cisneros, Guevara, Urdánigo y Garcés, 2022**).

Por otro lado, se recurrirá a la técnica de la observación no participante, la cual es realizada por agentes externos en donde el investigador se limita a tomar nota de los que sucede para conseguir sus fines, sin tener intervención alguna dentro de los hechos (**Campos y Lule, 2012**). Esta técnica permitirá comprender a profundidad la importancia cultural de la Feria de Finados como ícono de la cultura alfarera de los habitantes de La Victoria.

Instrumentos

En respuesta a la primera técnica a utilizar, el instrumento a emplear consiste en un cuestionario estructurado el cual es resultado de una modificación realizada de acuerdo a las necesidades del presente estudio a partir de la escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia turística, misma que fue desarrollada por **Gallarza y Saura (2006)**. Dicho cuestionario se medirá mediante una escala de Likert de 5 puntos y será aplicado a la muestra ya descrita anteriormente (ver Anexo 1).

En referencia a la técnica de observación no participante, se recurrirá a una ficha diseñada y aprobada por el **Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (INPC, 2011)**, dicha ficha es aquella denominada Ficha A5 Técnicas artesanales tradicionales, la cual coincide con el fenómeno de estudio correspondiente a las técnicas alfareras cuya presencia predomina y caracteriza a la Feria de Finados en el lugar ya mencionado con anterioridad (ver Anexo 2).

Análisis de validez y fiabilidad estadística

Con el propósito de medir la consistencia interna y la fiabilidad estadística del instrumento se aplicó el estadístico Alfa de Cronbach, mismo que es el resultado del coeficiente total de las aplicaciones que permite definir la ausencia de errores en un

test. El resultado obtenido tras su aplicación en la encuesta para el presente estudio es de 0,940 (ver tabla 4), lo que refleja que es un instrumento de medición excelente (ver tabla 5).

Tabla 3.

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|-------|------------------------|-----|-------|
| Casos | Válidos | 266 | 100,0 |
| | Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 266 | 100,0 |

Nota. Todas las encuestas han sido aceptadas

Tabla 4.

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0,902 | 23 |

Nota. Se corrobora el resultado con la tabla de referencia

Tabla 5.

Datos referenciales - alfa de Cronbach

| Variación numérica | Interpretación |
|--------------------|-----------------------------------|
| Entre 1,0 – 0,9 | Instrumento de medición excelente |
| Entre 0,9 – 0,8 | Instrumento bueno |
| Entre 0,8 – 0,7 | Instrumento aceptable |
| Entre 0,7 – 0,6 | Instrumento débil |
| Entre 0,6 – 0,5 | Instrumento pobre |
| < 0,5 | Instrumento no aceptable |

Nota. La tabla es referencia para la interpretación de los datos obtenidos

2.5. Hipótesis

Para el presente estudio se plantean las hipótesis que se muestran a continuación:

Tabla 6.

Hipótesis de la investigación

| | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H₁: | La Feria de Finados de la parroquia La Victoria si influye en la experiencia turística. |
| H₀: | La Feria de Finados de la parroquia La Victoria no influye en la experiencia turística. |

Nota. H₁ representa a hipótesis alterna; H₀ representa a hipótesis nula.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Análisis de los resultados de la encuesta a turistas

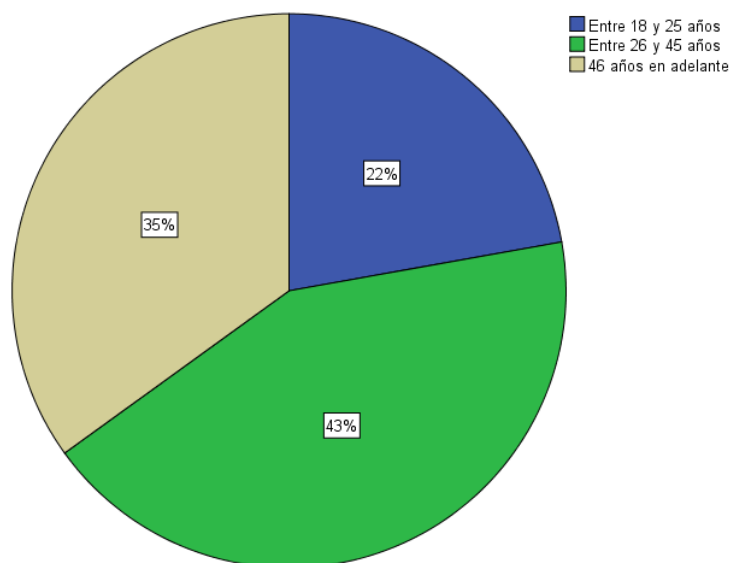
Con el propósito de analizar la experiencia del turista que visitó la Feria de Finados en la parroquia La Victoria, se aplicó la presente encuesta que se compuso por dos secciones; la primera orientada a identificar el perfil del turista que asistió a dicho acontecimiento programado por el GAD del cantón Pujilí, y, la segunda enfocada en el análisis de la experiencia turística del visitante; esta última a su vez se dividió en seis dimensiones: la eficiencia, la calidad del servicio, el entretenimiento, la estética, el riesgo percibido y el valor social; mismas que fueron evaluadas por los individuos a quien se aplicó el instrumento, obteniendo los siguientes resultados.

Sección A. Perfil del turista

Pregunta 1. Edad

Figura 3.

Edad



Análisis:

Del total de encuestados, el 43% indica que tiene entre 26 y 45 años de edad; mientras que el 35% señala que tiene más de 46 años y, finalmente, el 22% indica que posee una edad que varía entre 18 y 25 años.

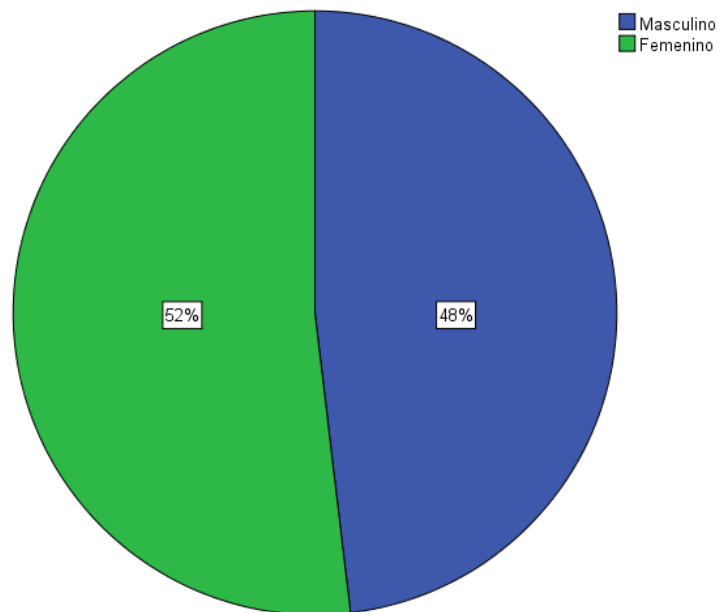
Interpretación:

La mayoría de turistas interesados en conocer la cultura y tradición alfarera presente en la Feria de Finados tiene entre 26 y 45 años de edad.

Pregunta 2. Género

Figura 4.

Género



Análisis:

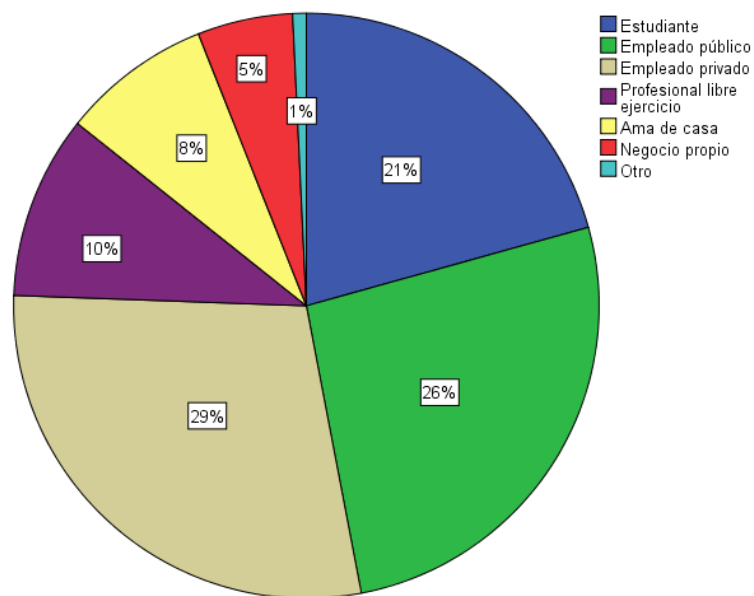
Del total de encuestados, el 52% pertenece al género femenino mientras que el 48% al género masculino.

Interpretación:

Tanto hombres como mujeres asisten en porcentajes similares a la Feria de Finados, sin embargo, se infiere que las mujeres sienten un ligeramente mayor interés por asistir y conocer dicho acontecimiento programado.

Pregunta 3. Ocupación

Figura 5.
Ocupación



Análisis:

Del total de encuestados el 29% indica que son empleados privados, el 26% son empleados públicos, el 21% son estudiantes, el 10% son profesionales en libre ejercicio, el 8% son amas de casa, el 5% tiene un negocio propio y el 1% se dedica a otro tipo de actividades.

Interpretación:

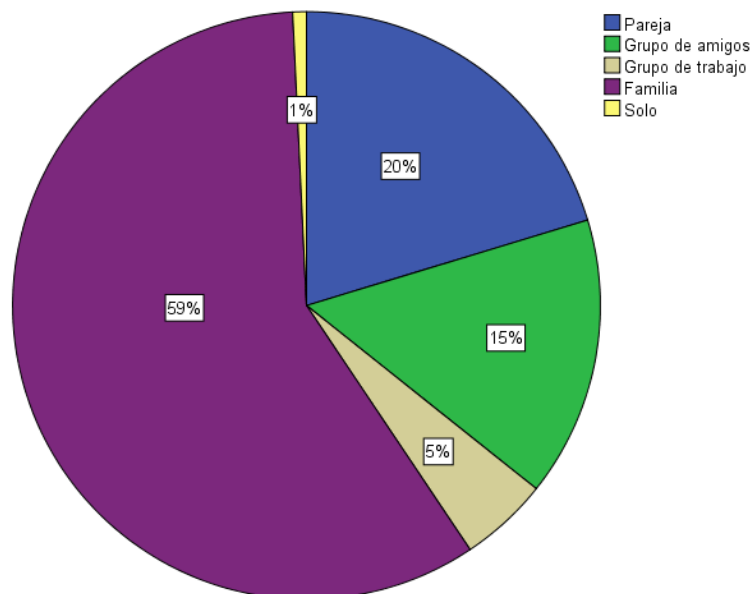
Los mayores porcentajes en cuanto a la ocupación del turista que visita la Feria de Finados los obtienen los empleados privados, los empleados públicos y los estudiantes.

Esto se debe a que es el segmento que mayor tiempo libre posee para practicar este tipo de actividades de enriquecimiento cultural, esparcimiento y recreación.

Pregunta 4. ¿Con quién visita la Feria de Finados?

Figura 6.

Con quién visita la Feria de Finados



Análisis:

Del total de encuestados el 59% visitó la feria con su familia, el 20% con su pareja, el 15% con un grupo de amigos, el 5% con un grupo de trabajo y el 1% lo hice solo.

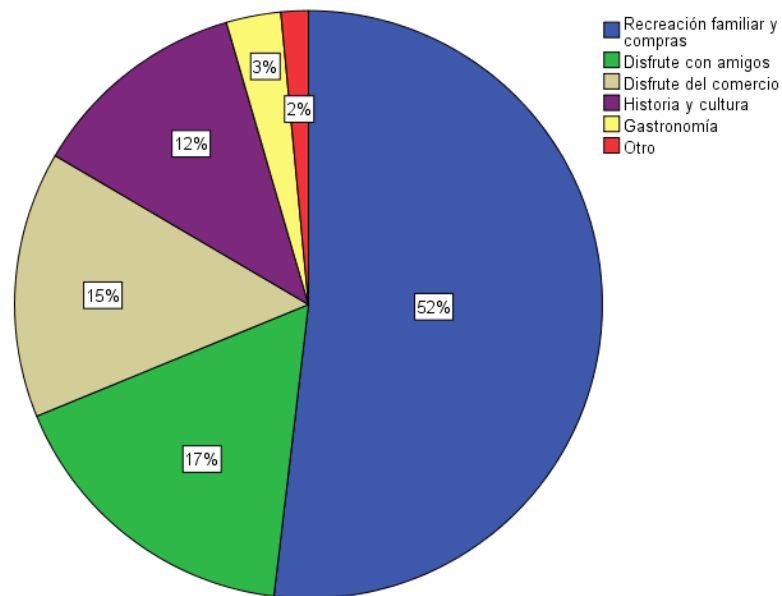
Interpretación:

Principalmente los turistas asisten en familia a la Feria de Finados, seguidos de quienes lo hacen en pareja o con su grupo de amigos.

Pregunta 5. ¿Cuál es la principal motivación para visitar la Feria de Finados?

Figura 7.

Motivación de visita



Análisis:

Del total de encuestados el 52% visitó la feria por recreación familiar y compras, mientras que el 17% lo hizo por disfrute con amigos, el 15% lo hizo por disfrute del comercio, el 12% por historia y cultura, el 3% por disfrutar de la gastronomía y el 2% por otros motivos.

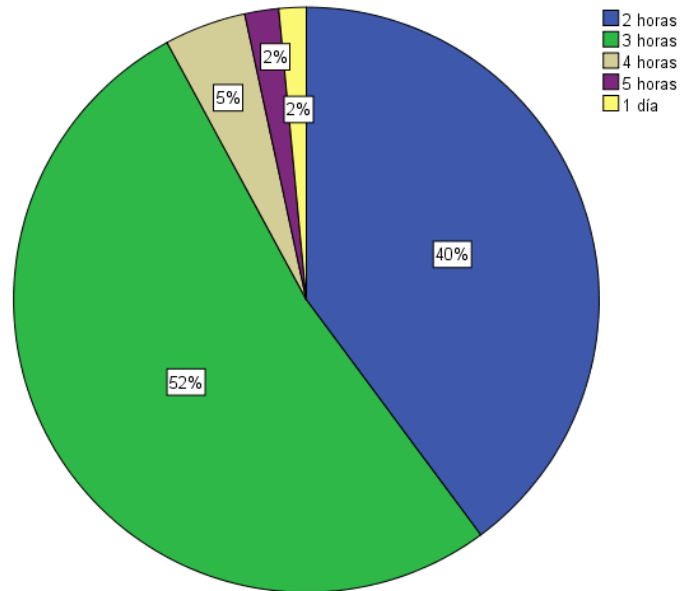
Interpretación:

Generalmente la principal motivación de viaje que se evidencia en los turistas que visitan la feria es la recreación familiar y las compras, seguido del disfrute con amigos y del comercio. La motivación histórica, cultural y por gastronomía alcanzan porcentajes poco significativos.

Pregunta 6. ¿Cuál es el tiempo que usted empleó para visitar la Feria de Finados?

Figura 8.

Tiempo de visita



Análisis:

Del total de encuestados el 52% empleó 3 horas para visitar la Feria de Finados, mientras que un 40% ocupó 2 horas para realizar el recorrido. Seguidamente un 5% empleó 4 horas aproximadamente y un 2% empleó un día entero.

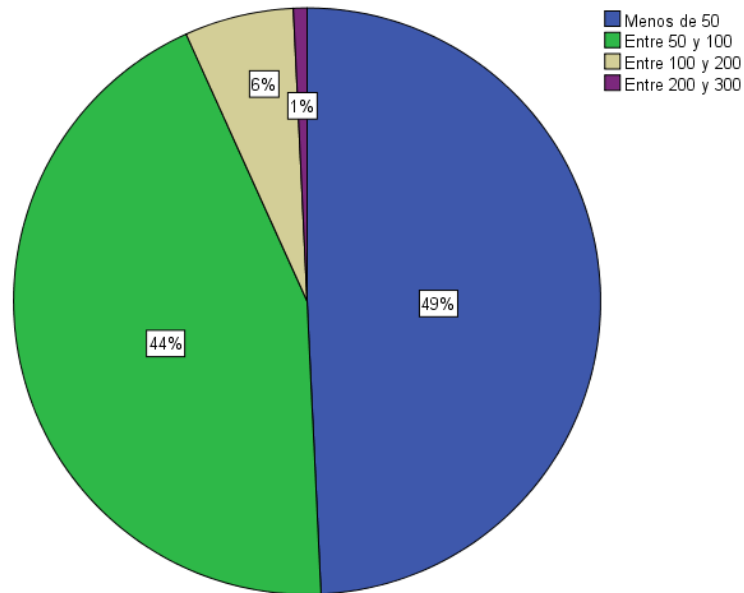
Interpretación:

De manera general se aprecia que el tiempo estimado de visita que se emplea para recorrer la Feria de Finados varía entre 2 y 3 horas como máximo.

Pregunta 7. ¿Cuál fue el gasto individual promedio en el que usted incurrió en esta visita?

Figura 9.

Gasto individual promedio



Análisis:

Del total de encuestados el 49% señala que el gasto promedio en el cual incurrió para visitar la feria es menos de 50 USD; seguido con un 44% que indica que gastó entre 50 USD y 100 USD. Por otro lado, un 6% señala que incurrió en un gasto entre 100 USD y 200 USD, mientras que un 1% menciona que gastó entre 200 USD y 300 USD.

Interpretación:

El gasto promedio estimado que la mayoría de turistas emplea para visitar la Feria de Finados varía entre menos de 50 USD y 100 USD.

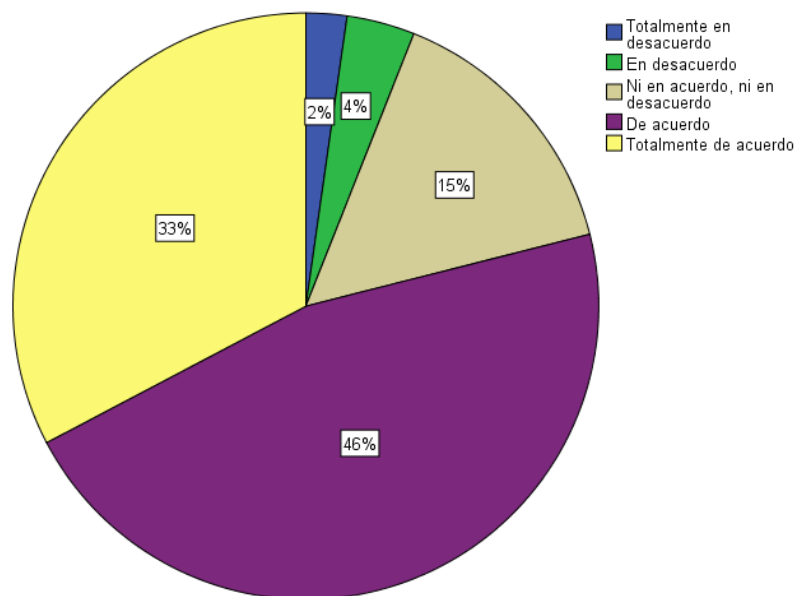
Sección B. Experiencia del turista

Dimensión - Eficiencia

Pregunta 8. Las infraestructuras utilizadas (espacio) para la feria eran adecuadas.

Figura 10.

Eficiencia de las infraestructuras



Análisis:

Del total de encuestados el 46% indica que está de acuerdo con que las infraestructuras utilizadas para el desarrollo de la feria eran las adecuadas, mientras que un 33% indica que está totalmente de acuerdo. Por otro lado, el 15% indica que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con la premisa, el 4% expresa estar en desacuerdo y el 2% manifiesta un total desacuerdo.

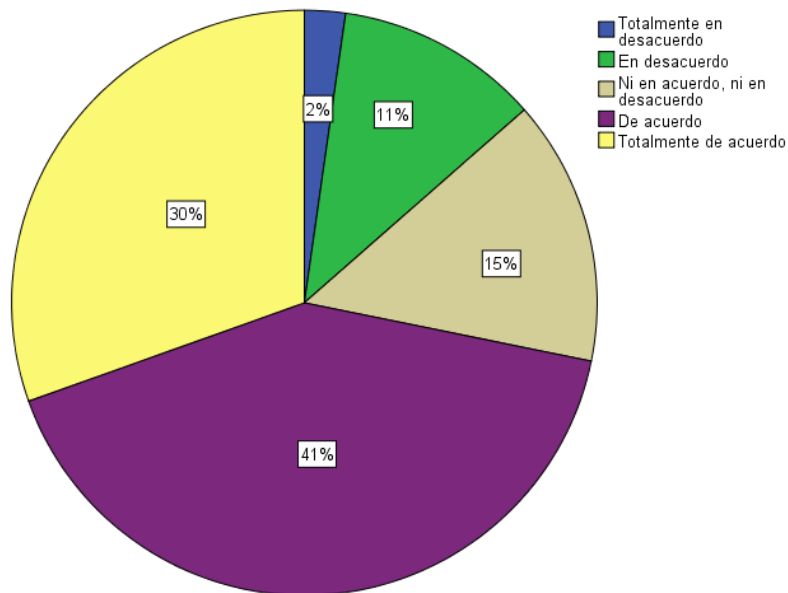
Interpretación:

Para el 79% de turistas, es decir, para la mayoría de encuestados, el espacio y las infraestructuras utilizadas para el desarrollo de la feria fueron adecuadas.

Pregunta 9. Los puestos comerciales se mostraban limpios y aseados

Figura 11.

Eficiencia respecto al aseo y limpieza de los espacios



Análisis:

Del total de encuestados el 41% expresa estar de acuerdo con que los puestos comerciales se mostraban limpios y aseados; el 30% indica que está totalmente de acuerdo. Así mismo, el 15% indica estar en desacuerdo, el 15% no están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo con la premisa.

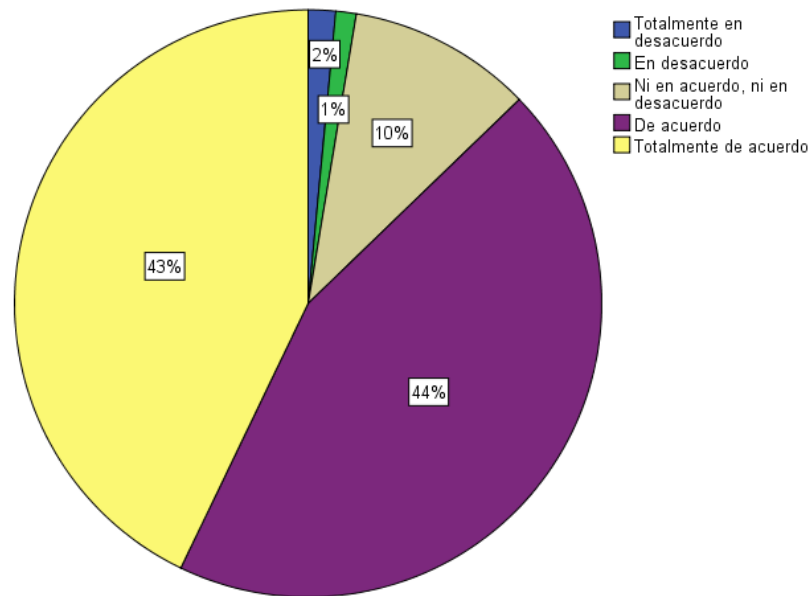
Interpretación:

De manera general, la percepción de la mayoría de turistas obtenida como resultado permite inferir que los puestos durante el desarrollo de la feria se encontraban limpios y aseados.

Pregunta 10. La información recibida durante la feria con respecto a las artesanías que se ofertan era adecuada.

Figura 12.

Eficiencia de la información recibida



Análisis:

Del total de encuestados el 44% está de acuerdo con que la información recibida durante la feria con respecto a las artesanías ofertadas era adecuada; el 43% indica estar totalmente de acuerdo. En contraste, el 10% señala no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo y apenas un 3% expresa estar en desacuerdo y total desacuerdo.

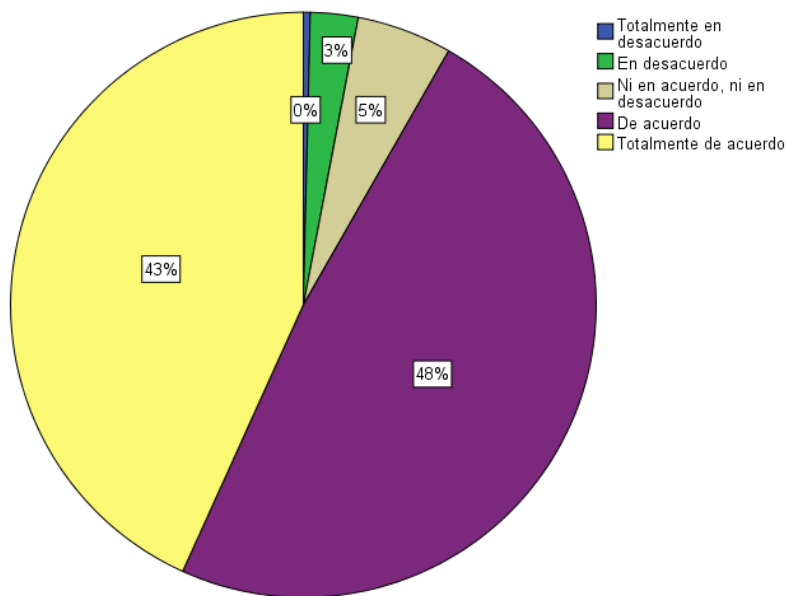
Interpretación:

La mayoría de encuestados señala que la información que se brindó respecto a las artesanías que se ofertaban en la feria si era la adecuada. Los porcentajes que afirman lo contrario son relativamente bajos.

Pregunta 11. En general, percibe el servicio que le brindaron durante la feria como eficiente

Figura 13.

Eficiencia del servicio



Análisis:

Del total de encuestados el 48% está de acuerdo en que el servicio que le brindaron durante la feria fue eficiente, de la misma manera en que el 43% señala estar totalmente de acuerdo con dicha premisa. Por otra parte, el 5% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo y apenas el 3% está en desacuerdo con lo antes mencionado.

Interpretación:

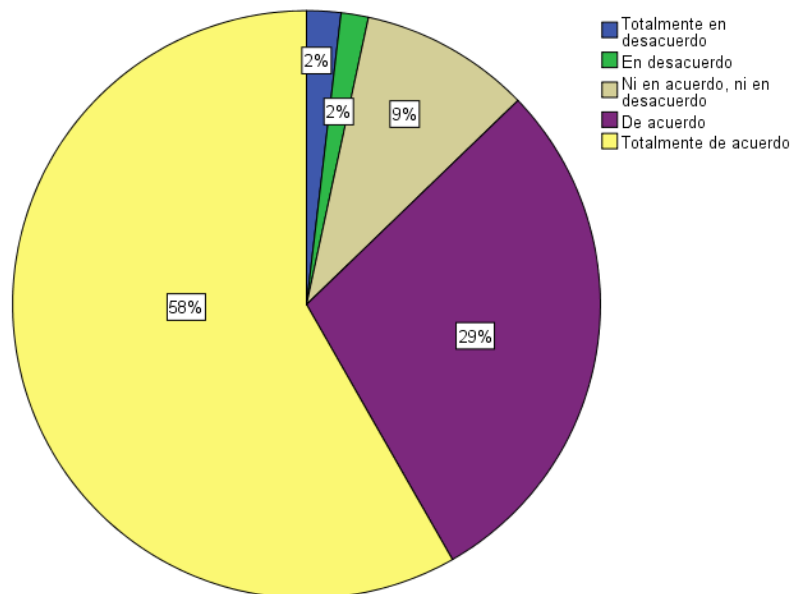
Para un porcentaje dominante de encuestados el servicio brindado durante el desarrollo de la feria fue totalmente eficiente.

Dimensión - Calidad del servicio

Pregunta 12. Los comerciantes fueron capaces de atender sus necesidades adecuadamente.

Figura 14.

Calidad del servicio por parte de los comerciantes



Análisis:

Del total de encuestados el 58% está totalmente de acuerdo con que los comerciantes fueron capaces de atender sus necesidades adecuadamente; mientras que un 29% indica estar de acuerdo. Por el contrario, el 9% manifiesta no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 4% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

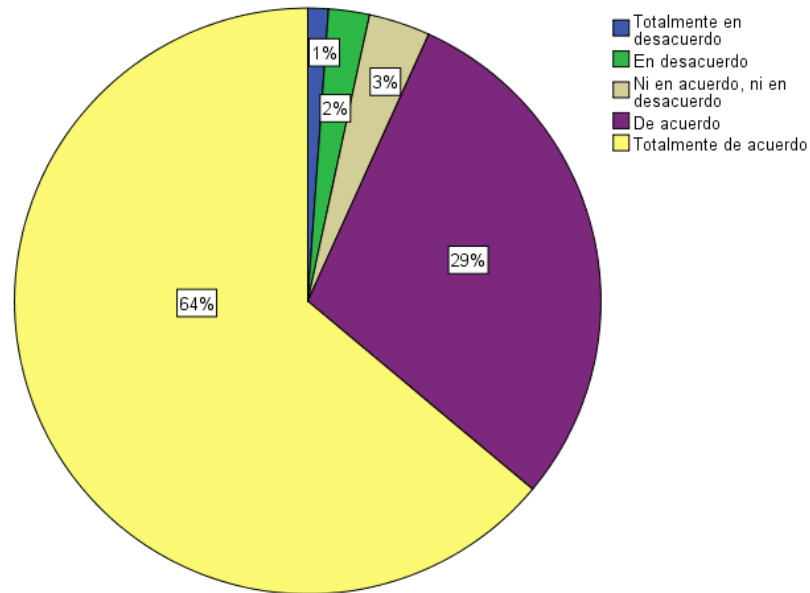
Interpretación:

A criterio y percepción de casi todos los encuestados, los comerciantes fueron capaces de solventar y atender sus necesidades de la mejor manera.

Pregunta 13. Los comerciantes eran corteses, educados, respetuosos y de trato fácil, además, eran dignos de confianza, honestos y creíbles.

Figura 15.

Ética demostrada por los comerciantes



Análisis:

Del total de encuestados el 64% está totalmente de acuerdo en que los comerciantes fueron personas que actuaron con ética y educación en la ejecución de la feria; seguidos del 29% que manifiesta estar de acuerdo con la premisa. Por otro lado, el 3% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, y un porcentaje similar expresa estar en desacuerdo y total desacuerdo.

Interpretación:

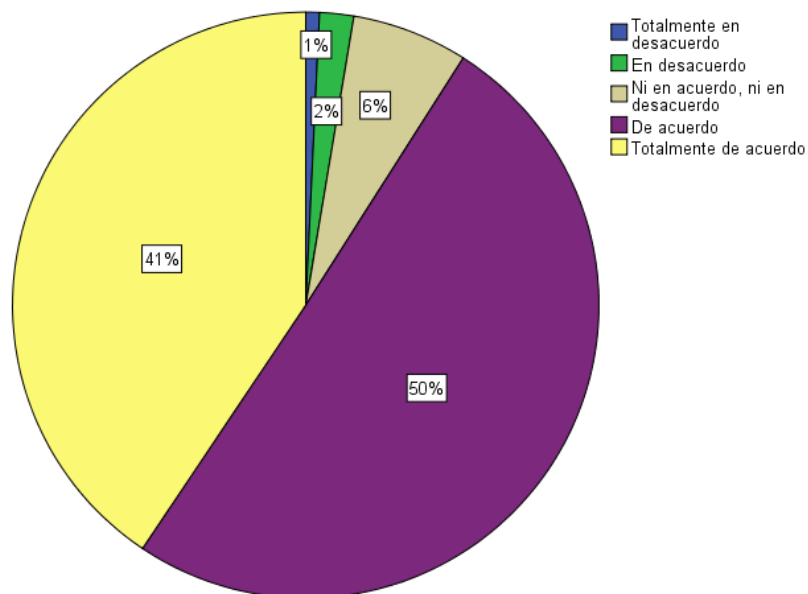
De acuerdo con el criterio de casi todos los encuestados, el trato recibido por los comerciantes fue cordial, ético y bien percibido por los turistas que visitaron la feria.

Dimensión: Entretenimiento

Pregunta 14. He disfrutado del ocio y mi tiempo libre durante mi presencia en la feria, experiencia que ha sido placentera.

Figura 16.

Disfrute del tiempo libre y del ocio



Análisis:

Del total de encuestados el 50% expresa estar de acuerdo con que han disfrutado del ocio y su tiempo libre durante su visita en la feria, porcentaje que se ve incrementado con el 41% que dice estar totalmente de acuerdo. En contraste, el 6% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con la premisa, y el 3% expresa estar en total desacuerdo.

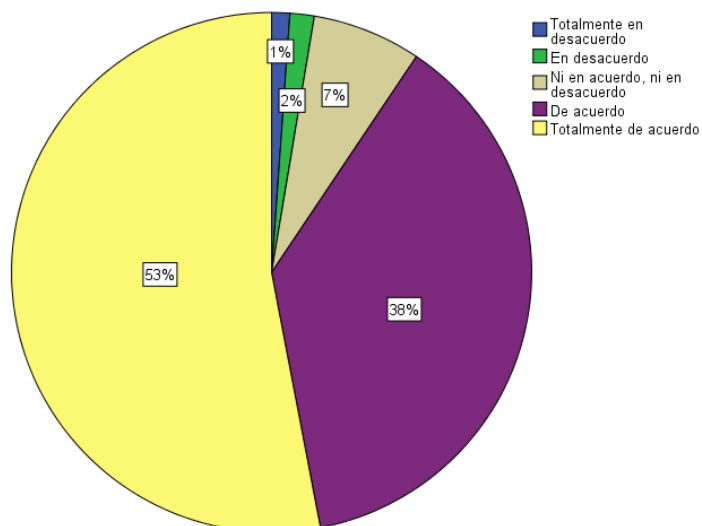
Interpretación:

Con base en la percepción del 91% de turistas que afirman haber tenido una experiencia gratificante con su visita a la feria se puede inferir que es un sentimiento compartido entre la mayoría de asistentes al evento.

Pregunta 15. Con exta experiencia turística obtengo un valor de disfrute y de diversión.

Figura 17.

Valor de disfrute y diversión obtenido



Análisis:

Del total de encuestados el 53% indica que están totalmente de acuerdo en que la experiencia turística que generó la feria les permite obtener un valor de disfrute y de diversión, de la misma manera, un 38% expresa estar de acuerdo con la premisa. Por otra parte, un 7% manifiesta no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, esto frente a un 3% que está en total desacuerdo.

Interpretación:

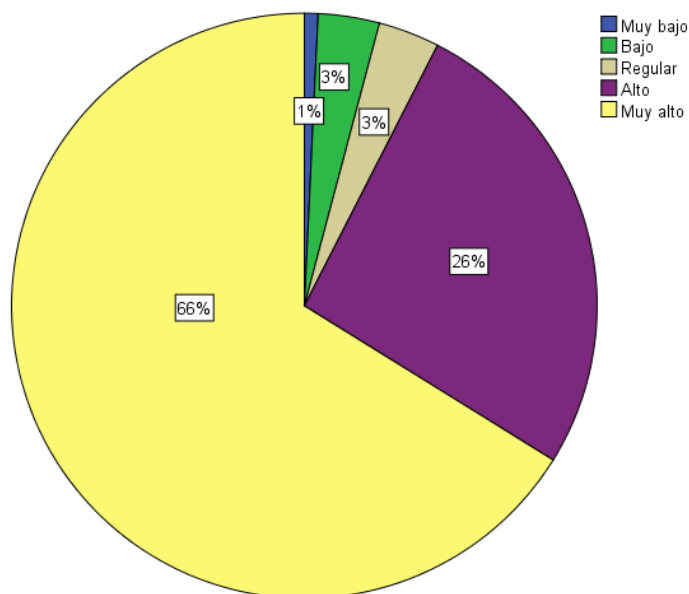
Para casi todos los encuestados la experiencia turística generada con la feria les permite obtener un valor de disfrute y de diversión, lo que conlleva a una mayor satisfacción luego de su visita.

Dimensión - Estética

Pregunta 16. Valora la belleza del arte de la alfarería que apreció durante la feria como:

Figura 18.

Valoración de la belleza de los productos ofertados



Análisis:

Del total de encuestados el 92% expresa que la belleza del arte de la alfarería apreciado en la feria es entre alta y muy alta; mientras que un 4% señala que la belleza del arte apreciado es entre muy baja y baja. Finalmente, para un 3% esta se encuentra en un rango regular.

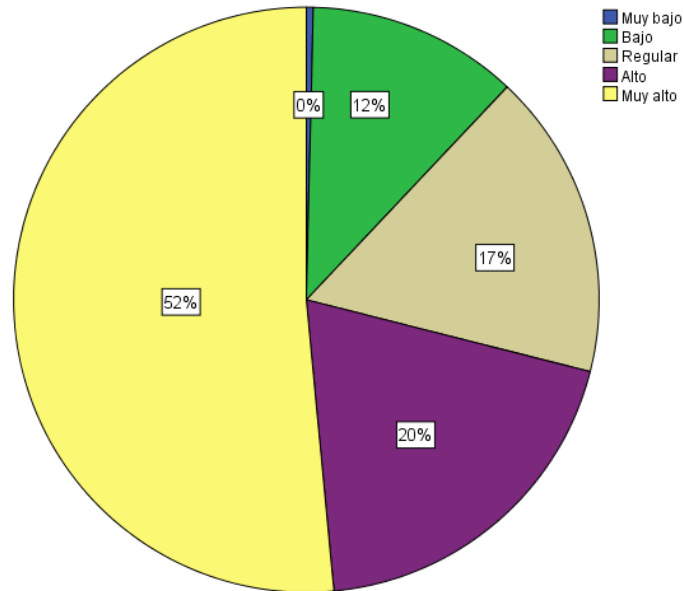
Interpretación:

La mayoría de los encuestados considera que el arte de la alfarería apreciado durante la feria posee una belleza entre alta o muy alta, lo cual se justifica con la tradicionalidad de esta técnica que se va perfeccionando con el tiempo y se adecúa a las nuevas tendencias del mercado. Un porcentaje muy bajo de encuestados afirma que la belleza de la técnica alfarera es baja, muy baja y regular.

Pregunta 17. Valora la belleza del entorno físico que ha apreciado durante la feria como:

Figura 19.

Valoración de la belleza del entorno físico



Análisis:

Del total de encuestados el 72% califica la belleza del entorno físico apreciado durante la feria como alta y muy alta, mientras que un 17% la considera regular y un 12% la cataloga como baja.

Interpretación:

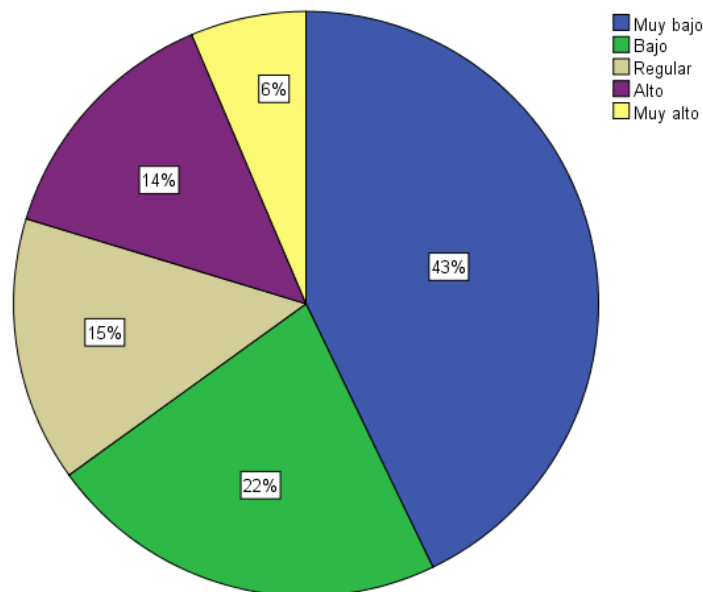
Gran parte de los encuestados considera que la belleza física del entorno en el cual se desarrolló la feria es alta o muy alta, esto en relación a un bajo porcentaje de turistas que señalan que la belleza apreciada en el entorno es regular o baja.

Dimensión - Riesgo percibido

Pregunta 18. He percibido el miedo de ser objeto de algún acto de delincuencia durante la feria como:

Figura 20.

Percepción de miedo respecto a la delincuencia



Análisis:

Del total de encuestados, el 43% percibió como muy bajo el miedo de ser objeto de algún acto de delincuencia; seguidos de un 22% que lo percibió como un riesgo bajo y un 15% que consideró que tenían un riesgo regular con respecto a dicha premisa. Por su parte, el 20% lo sintió como alto o muy alto.

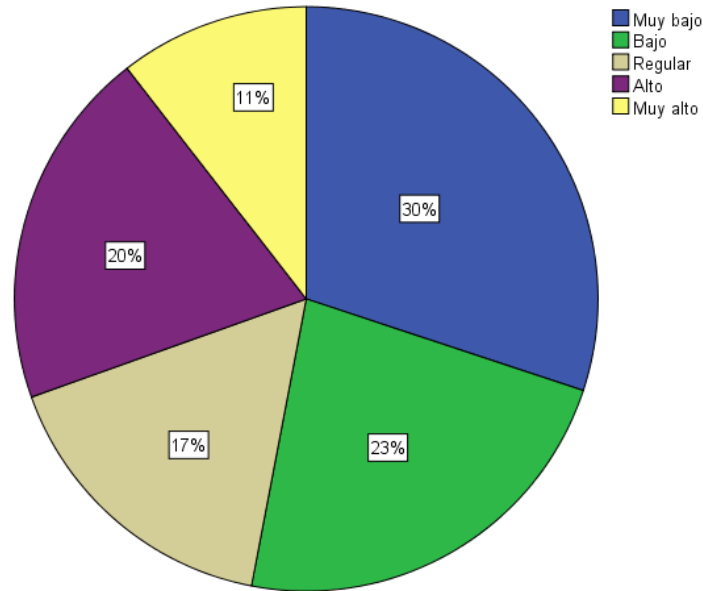
Interpretación:

Para la mayoría de encuestados el riesgo de ser objeto de algún acto de delincuencia era bajo o muy bajo. Sin embargo, el pequeño porcentaje que señala lo contrario pudo haber sido expuesto a situaciones que vulneren sus pertenencias o su integridad por lo cual expresan su percepción de riesgo como alta o muy alta.

Pregunta 19. He percibido el miedo de contraer alguna enfermedad o infección durante mi estancia en la feria como:

Figura 21.

Percepción de miedo respecto a la contracción de enfermedades



Análisis:

Del total de encuestados, el 30% consideró muy bajo el riesgo de contraer algún tipo de enfermedad o infección; seguidos por el 23% que percibió dicho riesgo como bajo, así mismo un 20% percibe dicho riesgo como alto, el 17% como regular y el 11% como muy alto.

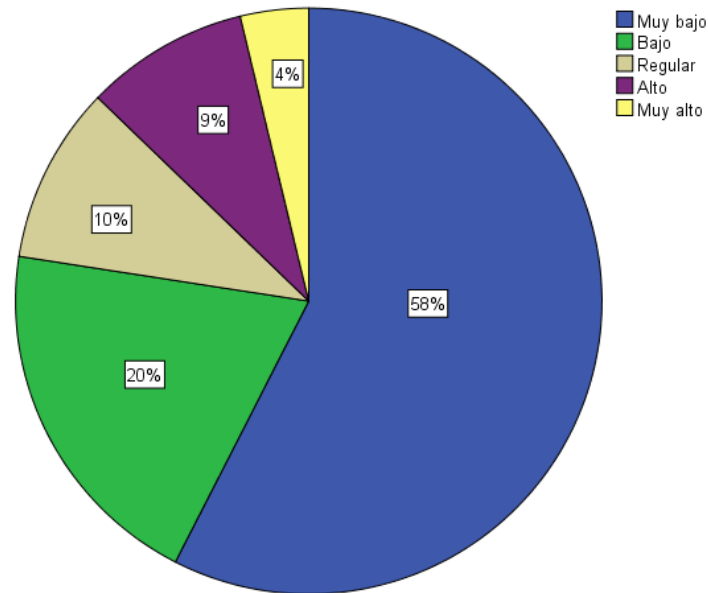
Interpretación:

La distribución de porcentajes en cuanto a la percepción de los turistas frente a los riesgos para su salud permite apreciar que poco más de la mitad de encuestados los percibe como bajos o muy bajos; sin embargo, no se debe dejar de lado la existencia de quienes perciben a dichos riesgos como regulares, altos o muy altos, esto debido a la aglomeración de asistentes y la persistencia del COVID-19 como un virus que amenaza la salud de la sociedad en general.

Pregunta 20. He percibido el riesgo de ser intimidado o engañado por parte de los residentes por ser turista durante la feria como:

Figura 22.

Percepción de riesgo de ser intimidado o engañado



Análisis:

Del total de encuestados, el 58% indica que fue muy bajo el riesgo de ser intimidado o engañado por los residentes dada su condición de turistas o visitantes; mientras que un 20% percibió el riesgo como bajo. Por otro lado, el 13% lo percibió como alto o muy alto frente al 10% que lo consideró como regular.

Interpretación:

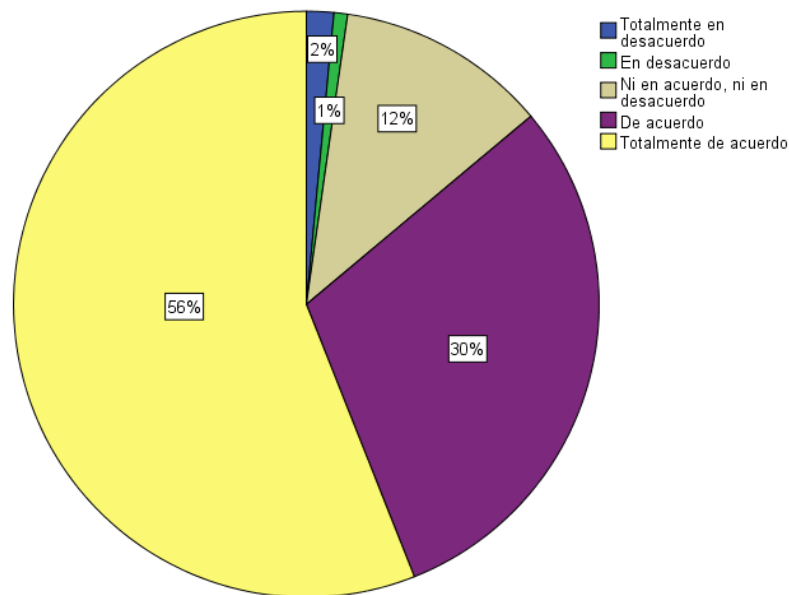
Para la mayoría de encuestados el riesgo de ser intimidados o estafados durante la Feria de Finados fue entre bajo y muy bajo; sin embargo, es importante considerar la opinión de quienes por diversas razones percibieron dicho riesgo como alto o muy alto. Cabe mencionar que estos últimos alcanzaron un porcentaje relativamente bajo que probablemente no refleja una opinión general de quienes asistieron al evento.

Dimensión - Valor social

Pregunta 21. En general, ¿usted se siente satisfecho con su visita a la Feria de Finados en la parroquia La Victoria?

Figura 23.

Nivel de satisfacción del turista



Análisis:

Del total de encuestados, el 56% señala que está totalmente de acuerdo con que se sienten satisfechos después de su visita a la Feria de Finados, al igual que el 30% que manifiesta estar de acuerdo. Por otro lado, un 12% de encuestados dice no estar ni en desacuerdo con dicha premisa, mientras que un 2% y 1% indican estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, respectivamente.

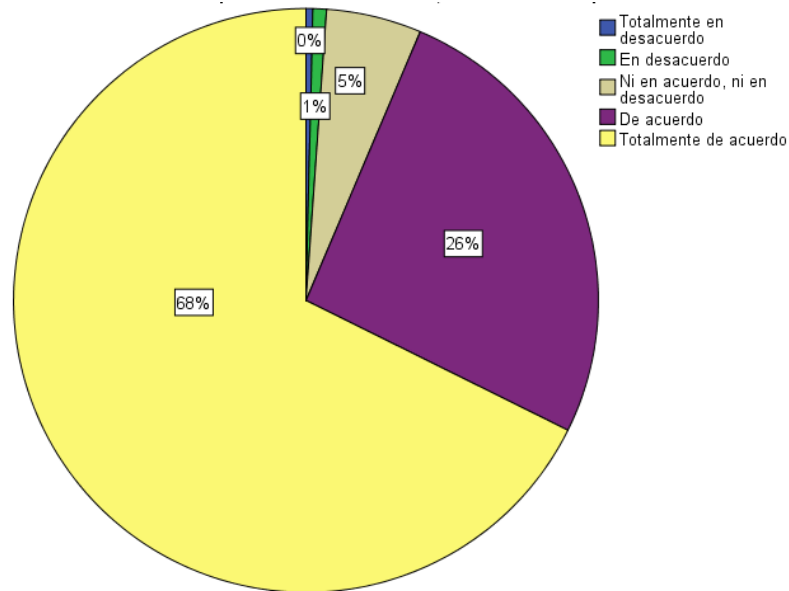
Interpretación:

Se evidencia que es mayor el porcentaje de encuestados que se encuentran satisfechos con su experiencia tras la visita a la Feria de Finados frente a un pequeño grupo de personas que, por diversos motivos, no se han llegado a sentir del todo satisfechos tras su experiencia.

Pregunta 22. En base a su experiencia en la Feria de Finados, ¿usted volvería en los próximos años?

Figura 24.

Intención de realizar futuras visitas



Análisis:

Del total de encuestados, el 68% está totalmente de acuerdo en que volvería a visitar la Feria de Finados el próximo año al igual que un 26% que expresa estar de acuerdo. En contraste, el 5% dice no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 1% manifiesta estar en desacuerdo.

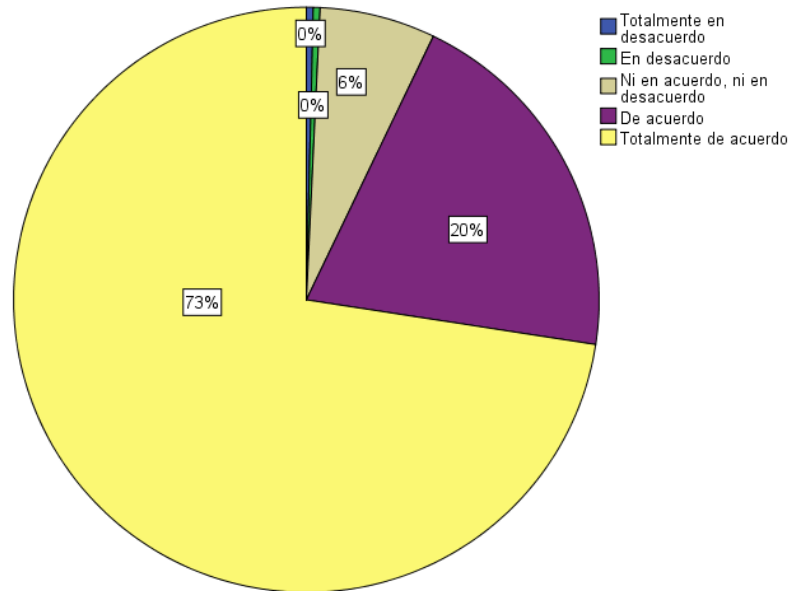
Interpretación:

La mayor parte de encuestados visitaría nuevamente la Feria de Finados que se desarrolla en la parroquia La Victoria con base a su experiencia personal después de su visita.

Pregunta 23. En base a su experiencia en la Feria de Finados, ¿usted recomendaría visitarla en los próximos años?

Figura 25.

Intención de recomendar la visita a la Feria de Finadosg



Análisis:

Del total de encuestados, el 73% indica que están totalmente de acuerdo en que recomendarían la visita a la Feria de Finados de la parroquia La Victoria, a la vez, el 20% indica que está de acuerdo. Así mismo, el 6% manifiesta no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, esto frente a un 1% que expresa estar en desacuerdo y total desacuerdo con la premisa.

Interpretación:

Casi todos los encuestados si recomendarían visitar la Feria de Finados con base a la experiencia que vivieron al asistir a dicho acontecimiento programado que desarrolla una vez al año.

Discusión:

Una vez analizados los resultados del instrumento se logra definir el perfil del turista que visitó la Feria de Finados de la parroquia La Victoria 2022. El rango predominante de edad oscila entre los 26 y 45 años de edad; existe igualdad entre asistentes de los géneros masculino y femenino, mientras que las ocupaciones que prevalecen son empleados públicos, empleados privados y estudiantes; principalmente viajan en familia y la motivación de viaje es la recreación familiar y compras. El tiempo que emplean para su visita es de hasta 4 horas, con un gasto individual promedio de entre 50 y 100 dólares.

En cuanto al nivel de satisfacción de los visitantes con respecto a su experiencia turística se constata que esta es subjetiva. Como mencionan **Gama y Favila (2018)** la experiencia turística es un proceso mental en el turista o consumidor que parte de un servicio, un producto, un complemento del producto o puede ser un paquete completo. Se diseñan a partir de dos dimensiones: la participación del cliente y la relación del medio ambiente que vincula al cliente que el evento; dentro de dicho ambiente, se encuentran los anfitriones, quienes también son imprescindibles en la construcción de la experiencia en el turista puesto que se encargan de la planeación y diseño de la misma (**González, 2018**).

Con esta premisa se infiere que la opinión vertida por la mayor parte de la muestra seleccionada recoge el criterio de la población en general, en donde se aprecia un nivel alto de satisfacción en cuanto a las dimensiones evaluadas, como es el caso de la eficiencia tanto de las infraestructuras y espacios utilizados como la calidad del servicio brindado al turista. Del mismo modo, el sentido de entretenimiento y disfrute

está muy presente en los visitantes de la feria, quienes expresan que su experiencia fue placentera. En cuanto al riesgo percibido por los turistas, este tuvo una presencia muy baja entre los turistas lo cual habla bien sobre la organización en el control de las posibles eventualidades que pudieron ocurrir durante el evento. Finalmente, en cuanto al valor social que la feria aporta a los turistas estos ratifican su presencia en los próximos años, a la vez que aseguran que este acontecimiento programado es digno de ser recomendado en su entorno social de manera que se fomenta una mayor participación de turistas en la feria, dinamizando el turismo y con ello la economía y la conservación de la técnica artesanal de la alfarería en la parroquia.

Análisis y discusión de la Ficha A5 de Inventario de Técnicas Artesanales Tradicionales

La aplicación de este instrumento permitió identificar los aspectos principales de la alfarería de La Victoria como una técnica artesanal tradicional que forma parte del patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, los resultados se muestran a continuación en la Tabla 7.

Tabla 7.

Alfarería de la parroquia La Victoria, cantón Pujilí

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES | | | |
| | | | CÓDIGO |
| | | | IM-05-04-55-000-11-005704 |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | |
| Provincia: | Cotopaxi | Cantón: | Pujilí |
| Parroquia: | La Victoria | <input type="checkbox"/> Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: | La Victoria | | |
| Coordenadas WGS84 Z17S – UTM: -0.9356758570966798, -78.67885473499 | | | |

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Artesano alfarero de la parroquia La Victoria trabajando con barro para elaborar un jarrón.

Código fotográfico: IM-05-04-55-000-11-005704.jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | Otra (s) denominación (es) | |
|------------------------------------|----------------------------|------------|
| Alfarería | D1 | N/A |
| Grupo social | Lengua (s) | |
| Mestizo | L1 | Castellano |
| Subámbito | Detalle del subámbito | |
| Técnicas artesanales tradicionales | Alfarería | |

Breve reseña

En la parroquia La Victoria se han elaborado artesanías con la técnica de alfarería desde hace varios años, incluso con evidencia de artesanías anteriores a la colonia, en esta parroquia la cultura sigue viva y estas prácticas artesanales se las enseña de generación en generación logrando que la parroquia gane la nominación de Capital Alfarera de la provincia por el abnegado trabajo que los artesanos tienen para crear artesanías muy llamativas y útiles.

4. DESCRIPCIÓN

La alfarería en la parroquia se originó en el barrio El Tejar y se extendió a todas las comunidades de la parroquia, cantón y provincia; Mulinlivi es uno de los barrios más importantes de la parroquia ya que, en la época precolombina, fue el centro alfarero más grande del Reino de Quito debido a que proporcionaba jarros, vasos, vasijas y utensilios realizados en barro con las manos laboriosas de los pobladores de la parroquia.

Es así que la parroquia, desde hace cientos de años, practica el arte de la alfarería en todas sus formas para varios usos, las cerámicas son hechas por hábiles manos que moldean el barro traído desde las minas situadas en las localidades de El Tingo y Collas a las madrugadas por caminos peligrosos, haciendo que el esfuerzo de la fabricación de cerámica sea aún mayor. Una vez que se consigue el barro de las minas anteriormente mencionadas toda la familia se dedica a actividades diferentes; mientras unos hacen que el barro esté en un estado óptimo, otros moldean las artesanías en un sistema tradicional de torno o a mano, otro grupo prepara los hornos para poner las cerámicas, y por último (mientras las otras personas repiten todos los pasos) un grupo de personas pintan para que al final se introduzcan en los hornos de cerámica para su posterior quema que dará el acabado y brillo final a los productos realizados y se pueda comercializar dentro y fuera del país

| Fecha o periodo | | Detalle de la periodicidad | | |
|-----------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Anual | La herencia centenaria de esta actividad en la parroquia La Victoria ha ocasionado que su práctica forme parte de las principales ocupaciones productivas y económicas de su población, manteniendo vigentes los conocimientos antiguos transmitidos desde sus mayores, los mismos que se han ido combinando con las técnicas actuales que permiten dar variedad y suplir las necesidades de los clientes. De esta manera la elaboración de alfarería en La Victoria es realizada de manera continua en los diferentes talleres artesanales familiares, permitiendo la transmisión del conocimiento y la oportunidad de un ingreso económico permanente para sus productores. | | |
| X | Continua | | | |
| | Ocasional | | | |
| | Otro | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | |
| X | Local | La belleza y tradicionalidad que guardan los productos elaborados por los artesanos alfareros involucra a diferentes actores directos e indirectos a escala nacional e internacional. | | |
| X | Provincial | | | |
| X | Regional | | | |
| X | Nacional | | | |
| X | Internacional | | | |
| Productos | | Descripción del producto | Uso | Detalle del uso |
| P1 | Ollas | La olla de barro es una vasija de forma esférica de muy diversos tamaños. | Utilitario | Las cazuelas de barro son idóneas para la elaboración de comidas tradicionales, la preparación de alimentos de una forma lenta, como los guisos con legumbres, estofados de carne y verduras, que necesitan tiempos largos de cocción. |
| P2 | Alcancías | Vasija, comúnmente de barro, cerrada, con solo una hendidura estrecha hacia la parte superior, por donde se echan monedas que no se pueden sacar sino rompiendo la vasija. | Utilitario | Utilizada para guardar dinero. |
| P3 | Macetas | Recipiente contenedor, normalmente en forma de cono truncado con un agujero en el fondo para el drenaje. | Utilitario | Utilizadas para cultivar plantas tanto de exterior como de interior. |

| | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| P4 | Objetos decorativos | Formas diversas elaboradas en base a la creatividad del artesano o artesana con el propósito de adornar o decorar un ambiente. | Decorativo | Decoración de diversos espacios. |
| Técnica | | | | |
| T1 | Alfarería | El proceso por lo general se da de la siguiente manera: una vez que llega el barro a los talleres, se golpea con un mazo de madera hasta que se disperse y seque, luego se cierne en un “ajechador” o “zaranda”, para que quede el barro más fino, la primera vez que se cierne queda la “granza”, barro duro en forma de grumos, eso se golpea y se vuelve a cernir, después se coloca el barro sobre un plástico o una lona - antiguamente se colocaba sobre una estera de totora-, y se lo mezcla con agua, aproximadamente 40 litros por cada carretilla, y se procede a “bailar el barro”, es decir a pisar con los pies descalzos, por una hora aproximadamente, dependiendo de la cantidad de barro, hasta que quede totalmente mezclado y blando; después hay que dejar reposar. Posteriormente, se utilizan las manos para dar forma a una bola de arcilla blanda sobre una rueda giratoria, guiando y controlando la pieza a medida que el efecto de giro de la rueda empuja la arcilla hacia arriba y hacia afuera. | | |
| Materiales | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición |
| M1 | Barro | Mineral | Pujilí, Cotopaxi | Compra |
| M2 | Frita | Químico | Cuenca, Azuay | Compra |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición |
| H1 | Torno | Tradicional | Quito, Pichincha | Compra |
| H2 | Horno | Tradicional | Pujilí, Cotopaxi | Producción propia |
| H3 | Mazo | Tradicional | Pujilí, Cotopaxi | Compra |
| H4 | Ajechador o zaranda | Tradicional | Pujilí, Cotopaxi | Compra |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Luis Bautista | 79 | El Tejar | La Victoria |
| Colectividades | Asociación de Productores Artesanales La Victoria APAV | 15 | Calle Vicente Rocafuerte | La Victoria |
| Instituciones | | | | |

| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------|------|
| X | Padres – hijos | Los conocimientos antiguos de la alfarería han sido transmitidos desde sus mayores y se continúan inculcando de generación en generación. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| X | Padres – hijos | Los conocimientos se transmiten de padres a hijos a través de la involucración que tienen ambas partes durante el proceso de elaboración de los productos hechos de barro. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| <p>La importancia de la alfarería en las familias victorenses, mirando no solo como una forma de obtener ingresos económicos, sino como el arte, la herencia de los padres, que hay que cuidar, muy a parte de los títulos profesionales o estudios, también representa un emprendimiento, un negocio que ayuda a subsistir, pero más allá de eso, es algo bonito que hay que mantener porque representa las raíces y la identidad de la parroquia, por lo cual se conoce a nivel nacional e internacional, y que importante es que además sean los mismos que hacen quienes den a conocer su trabajo en cualquier lugar.</p> <p>Los productores de alfarería que son los portadores de la manifestación, consideran de gran importancia para su familias esta práctica ya que además de considerarla una herencia de su padre y una actividad por la que tienen un gran gusto y pasión que transmite a sus hijos, la considera su forma de subsistencia y de vida, por lo que han impulsado desde hace diez años la realización de la Feria de Finados, y desde hace aproximadamente un año la Feria Artesanal de La Victoria, en los días domingos; como estrategia que beneficia a los artesanos directamente, proporcionando más posibilidades de obtener ingresos económicos por su trabajo y a la vez salvaguardar el patrimonio vivo de la alfarería, todo esto mediante autogestión y con colaboración de varias instituciones locales.</p> | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | La sensibilidad al cambio que tiene esta técnica es media debido a la introducción de nuevos implementos tecnológicos, tal como sucedió con la inclusión de motores para la automatización del pisado del barro; así mismo, se introdujo el uso del torno mecánico para el moldeado del barro, reemplazando al denominado “poste” el cual consistía en un palo de maguey clavado en la tierra alrededor del cual el alfarero gira para dar forma a la pieza. | | | |
| X | Media | | | | |
| | Baja | | | | |
| Problemática | | | | | |
| Uno de los problemas de la alfarería es en cuanto a su comercialización, especialmente en la Feria de Finados debido a que durante su desarrollo existe la presencia de comerciantes informales que se ubican en sitios no permitidos y con mercadería que no es artesanal ni alusiva a los finados, lo cual trae consigo desorden, incomodidad e incluso inseguridad. | | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Luis Bautista | | La Victoria, El Tejar | N/A | Masculino | 79 |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| N/A | N/A | N/A | N/A | | |
| 9. OBSERVACIONES | | | | | |
| N/A | | | | | |

| 10. DATOS DE CONTROL | |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Entidad investigadora: Universidad Técnica de Ambato | |
| Inventariado por: Juan Monge | Fecha de inventario: |
| Revisado por: Ing. Alicia Porras | Fecha revisión: 25/12/2022 |
| Aprobado por: Ing. Alicia Porras | Fecha de aprobación: 05/01/2023 |
| Registro fotográfico: | Juan Monge |

Nota. Tomado de Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (2017)

Discusión:

Tal como mencionan **Armas et al. (2020)**, la alfarería, tiene una carga económica importante que no se puede desligar del hecho social, tiene varios niveles de representación en la realidad, mantiene una serie de elementos simbólicos, que se entienden a la luz de la cosmología popular, es parte de las economías domésticas, presentes en los márgenes de lo propio, autóctono, etcétera. La cerámica puede ser mirada desde multitud de planos, los cuales sirven como puntos de interpretación de la propia cerámica, de los núcleos domésticos, de ciertas formas estilísticas, incluso como parte importante de las representaciones de una cultura dada.

Al analizar la técnica artesanal de la alfarería a través de la ficha A5 se puede evidenciar que este conocimiento ha sido transmitido de generación en generación en una localidad en la cual desde hace varios años sus pobladores se dedican a este arte milenario. Es importante considerar que este es un trabajo muy duro en todas sus etapas, por lo cual varios de los procesos han pasado a ser automatizados por algunos artesanos, mientras que otros han elegido mantener las técnicas y herramientas tradicionales que le otorgan su ancestralidad. Sin embargo, el producto final y su calidad se ha mantenido a lo largo del tiempo.

3.2. Verificación de hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se consideraron las pruebas no paramétricas para una muestra en el programa estadístico SPSS, el cual compara automáticamente los datos observados con el valor hipotetizado mediante la prueba de chi-cuadrado la cual se usa para comparar la posible diferencia entre las frecuencias observadas en la distribución de una variable con respecto a las esperadas, en razón de una determinada hipótesis (Gómez, Danglot, y Vega, 2003). La tabla 8 muestra los resultados obtenidos.

Tabla 8.

Verificación de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------|-----------------------------|
| 1 | Las categorías de Ocupación se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 2 | Las categorías de ¿Con quién visita la feria de finados? se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 3 | Las categorías de ¿Cuál es la principal motivación para visitar la feria de finados? se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 4 | Las categorías de ¿Cuál es el tiempo que usted empleó para visitar la feria de finados? se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 5 | Las categorías de Las infraestructuras utilizadas (espacio) para la feria eran adecuadas. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 6 | Las categorías de Los puestos comerciales se mostraban limpios y aseados. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 7 | Las categorías de La información recibida durante la feria con respecto a las artesanías que se ofertaban era adecuada. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 8 | Las categorías de En general, percibe el servicio que le brindaron durante la feria como eficiente se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |

| | | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------|-----------------------------|
| 9 | Las categorías de Los comerciantes eran capaces de atender sus necesidades adecuadamente. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 10 | Las categorías de Los comerciantes eran corteses, educados y respetuosos y de trato fácil, además, eran dignos de confianza, honestos y creíbles se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 11 | Las categorías de He disfrutado del ocio y mi tiempo libre durante mi presencia en la feria, experiencia que ha sido placentera se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 12 | Las categorías de Con esta experiencia turística obtengo un valor de disfrute y de diversión se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 13 | Las categorías de Valora la belleza del arte de la alfarería que apreció durante la feria se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 14 | Las categorías de Valora la belleza del entorno físico que ha apreciado durante la feria. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 15 | Las categorías de He percibido el miedo de ser objeto de algún acto de delincuencia durante la feria. se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 16 | Las categorías de He percibido el miedo de contraer alguna enfermedad o infección durante mi estancia en la feria se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 17 | Las categorías de He percibido el riesgo de ser intimidado o engañado por parte de los residentes por ser turista durante la feria se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 18 | Las categorías de En general, mi experiencia de viaje ha sido placentera se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 19 | Las categorías de En base a su experiencia en la finados, volvería en los próximos años se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 20 | Las categorías de En base a su experiencia en la feria de finados, recomendaría su visita se producen con probabilidades iguales. | Prueba de chi-cuadrado de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 21 | La distribución de ¿Cuál fue el gasto individual promedio que usted incurrió en esta visita? es normal con la media 1,583 y la desviación típica 0,64. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |
| 22 | La distribución de Edad es normal con la media 2,128 y la desviación típica 0,75. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de una muestra | ,000 | Rechazar la hipótesis nula. |

Nota. Obtenido del programa estadístico SPSS

Como se pudo observar en la tabla anterior, al obtener una significancia menor a 0.5, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica que la Feria de Finados si influye en la experiencia turística de quienes la visitaron durante su ejecución en el año 2022.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Los resultados del estudio permiten concluir que la experiencia turística es un aspecto fundamental en el desarrollo del turismo dado su aporte al entendimiento de las necesidades y expectativas del turista, para así diseñar y proponer productos y actividades encaminadas a satisfacer dichos aspectos de la mejor manera, a tal punto que el turista se lleve consigo un recuerdo memorable que influya de manera positiva en su próxima decisión de viaje. Por lo tanto, se evidencia que la medición de la experiencia del turista es subjetiva de acuerdo a la percepción de cada turista, y su importancia radica en su aporte para la identificación de posibles falencias en las cuales se pueda trabajar y/o puntos fuertes que potenciar, a fin de brindar una mejor experiencia al visitante durante su estadía en un destino.
- Así mismo, se puede concluir que la incidencia de la Feria de Finados de la parroquia La Victoria fue positiva en la experiencia turística de los asistentes, quienes manifestaron sentirse satisfechos con la experiencia turística que generó su visita a la feria. La eficiencia de los artesanos como anfitriones principales de este evento, la calidad del servicio brindado, el sentimiento de valor de disfrute y entretenimiento que permitió este acontecimiento, así como la estética del arte presentado; son elementos fundamentales que han sido evaluados como muy buenos por los individuos encuestados. De la misma forma, se apreció un bajo nivel en la percepción de riesgos tanto para la salud como en el ámbito delincriminal que pudo haber suscitado durante la ejecución

de la feria. En su conjunto, todas las dimensiones de la experiencia turística ya mencionadas favorecieron a que el turista se sienta totalmente satisfecho tras su asistencia al evento, ratificando una alta posibilidad de volver a asistir en próximas ocasiones y de recomendar su visita en su entorno social.

- Finalmente, se concluye que es primordial la difusión de los hallazgos obtenidos en el presente estudio, de manera que se conviertan en un aporte tanto para las entidades que organizan este evento como para los artesanos anfitriones del mismo; de esta forma, se podrán tomar acciones estratégicas en pro de la ejecución de la Feria de Finados, considerando el perfil del turista que la visita, en donde prevalecen sus necesidades y preferencias que, a pesar de ser diversas, en su conjunto están orientadas al disfrute, al entretenimiento y a la apreciación de la belleza y tradicionalidad de una técnica milenaria como es el caso de la alfarería.

4.2. Recomendaciones

- Considerar la implementación de la medición de la experiencia turística como parte elemental de la logística en la organización de la Feria de Finados en los años venideros, para que dicho evento se ejecute orientado a brindar una experiencia satisfactoria para los visitantes, de manera que se pueda solventar las necesidades de un mayor número de participantes en base a la percepción de los mismos, potenciando de mejor manera la afluencia de visitantes a la feria, lo cual a su vez aporta económicamente a los artesanos locales y desde el ámbito cultural fomenta la conservación de la alfarería como una técnica artesanal tradicional que constituye el patrimonio cultural inmaterial del país.

- A pesar de que se identificó que la experiencia del turista con su visita a la Feria de Finados es muy positiva, siempre existe algo en lo cual se pueda mejorar para no solo satisfacer las expectativas del turista, sino que es posible superarlas implementando nuevas estrategias que permitan alcanzar ese objetivo, como el capacitar a los artesanos en atención al cliente, enfocándose en compartir información turística referente a la ancestralidad de la técnica de la alfarería como parte del patrimonio cultural del país y la importancia de su conservación para el disfrute de las futuras generaciones.
- Por ello, se recomienda a los organizadores y entidades encargadas de la ejecución de la feria, considerar los resultados de esta investigación como una herramienta que sirva de aporte para el fortalecimiento del desarrollo de la misma, de forma que se ofrezca una experiencia más satisfactoria para los visitantes, ofreciéndoles un valor agregado a lo que tradicionalmente se puede apreciar durante este acontecimiento programado.

PROPUESTA

Tema:

La experiencia turística y la Feria de Finados en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí

Objetivo de la propuesta:

La creación de un video informativo es una propuesta con la cual se difundirán los resultados del proceso investigativo desarrollado a lo largo del presente documento. Su propósito es dar a conocer la incidencia de la Feria de Finados de la parroquia La Victoria en la experiencia del turista, lo cual aporta a una adecuada organización y gestión de la misma en futuras ocasiones a fin de satisfacer e inclusive superar las expectativas de los visitantes mediante la inclusión de un valor agregado en el desarrollo de este acontecimiento programado de relevancia nacional.

Justificación:

La parroquia rural de La Victoria, localizada en el cantón Pujilí, se caracteriza por tener a la alfarería como una de sus principales fuentes de ingresos económicos; sin embargo, la connotación económica no es la única que gira en torno a este recurso que se constituye, además, como una técnica tradicional cuyo valor trasciende dentro del patrimonio cultural de nuestro país, no solo dentro de lo inmaterial por ser una técnica que se ha transmitido de generación en generación, sino también dentro de lo material por las fantásticas obras de arte que resultan del ingenio y creatividad de los artesanos alfareros.

Cada año la Feria de Finados de La Victoria, como la conocen alrededor del país, se convierte en un espacio en donde confluye la tradición y el arte de esta técnica que se materializa en objetos de todo tipo: ollas encantadas, pondos, jarrones, alcancías, entre otros productos que van desde lo utilitario hasta lo decorativo; los cuales, captan la atención de miles de turistas que se dan cita para apreciarlos y adquirirlos durante la época de finados.

Con este precedente, sale a flote la necesidad de analizar a los turistas que visitan este acontecimiento programado con la finalidad de entender y comprender sus necesidades y sus expectativas, para de este modo poder ofrecer una organización de tal calidad que genere una experiencia que se impregne en la mente de quienes la visiten, que se constituya como una experiencia fuera de lo cotidiano y que perciban un sentimiento de tradición en cada obra que aprecien y/o adquieran, porque realmente al participar de este evento están dando vida a una técnica milenaria que yace en las mentes y en las laboriosas manos de los artesanos que aún conservan esta labor y que la siguen transmitiendo a las futuras generaciones.

Al elaborar este video se transmitirán los resultados de la investigación, dando a conocer el tipo de turista que visita la Feria de Finados y, a la par, cual fue la experiencia que se llevaron al participar en la última edición que se realizó en el año 2022. El considerar estos resultados que surgen de la interacción con turistas, las personas encargadas de gestionar este acontecimiento podrán identificar nuevas estrategias para potenciar las experiencias que se generen en los turistas y de esa manera impulsar la economía de los artesanos, pero, primordialmente, la apreciación y conservación de la alfarería como lo que es, un saber milenario.

Enlace del recurso audiovisual: <https://youtu.be/3fl1zcgo-RQ>

Guion y evidencias del recurso audiovisual:

Guion y evidencias del recurso audiovisual

GUIÓN N°1

TEMA: La experiencia turística y la Feria de Finados en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí.

INTRODUCCIÓN DEL VIDEO:

Locutor: Bienvenidos a La Victoria, la parroquia alfarera del Ecuador.

Juan Monge

Localizada en el cantón Pujilí, en la provincia de Cotopaxi; esta parroquia rural es cuna de maestros y maestras alfareras capaces de elaborar variadas y hermosas obras en barro cocido, mismas que son apreciadas por miles de personas alrededor de Ecuador y del mundo.

A inicios del mes de noviembre, dos componentes del patrimonio cultural inmaterial del Ecuador confluyen en este rincón del país; por un lado, el Día de los Difuntos o Día de Finados y, por el otro, la técnica artesanal tradicional de la alfarería.

Del 2 al 6 de noviembre de cada año, varios artesanos se dan cita en la denominada Feria de Finados de La Victoria, la cual es el espacio idóneo para dar a conocer el maravilloso arte de la alfarería a miles de turistas que se dan cita para apreciar la variedad de productos que se ponen a su disposición. Esta dinámica entre artesanos y turistas favorece no solo a la economía de los moradores de forma directa e indirecta, lo cual es elemental; sino que también brinda la oportunidad de conocer una técnica tradicional que guarda una conexión con los saberes ancestrales que han sido transmitidos de generación en generación, que perduran hasta nuestros días y que deben ser conservados para el disfrute de las futuras generaciones.

Por ello, es fundamental que la Feria de Finados, como un acontecimiento programado que capta la atención de turistas nacionales e internacionales, sea desarrollada de tal forma que permita vivir experiencias positivas a quienes la visiten, satisfaciendo sus necesidades y expectativas de la mejor manera, llegando inclusive a superarlas.

Con este precedente, cabe preguntarnos ¿Cuán satisfechos se sienten los turistas tras su visita a la Feria de Finados? ¿Qué aspectos se pueden mejorar? Te invito a descubrir las respuestas en los próximos minutos.

CUERPO DEL VIDEO:

Locutor: Para comenzar, es fundamental conocer el perfil del turista que visita la Feria de Finados y a continuación te contaré sobre ello. Un estudio realizado previo a la creación de este video permite dar a conocer que los turistas que asisten son principalmente hombres y mujeres cuyas edades fluctúan entre 26 y 45 años de edad, aunque también se puede apreciar a ciertos adultos mayores y niños. Generalmente, se dedican a empleos en el sector privado y público; o se desempeñan como estudiantes.

Cabe mencionar que este evento es frecuentado por familias cuya principal motivación de viaje es la recreación familiar y las compras; y ocupan entre 2 y 3 horas más o menos para realizar su recorrido in situ, tiempo en el cual incurren en un gasto promedio individual que puede variar desde menos de 50 dólares hasta los 100 dólares o inclusive más. Pero, dejando de lado la contribución

económica que favorece a los artesanos y demás anfitriones, es relevante conocer cómo percibe el turista su experiencia al participar de esta dinámica, lo cual daré a conocer enseguida.

La experiencia del turista tras su visita a este o cualquier otro evento es crucial para su desarrollo en futuras ocasiones; sin embargo, medirla es una tarea que requiere analizar ciertas dimensiones que influyen de diferente manera en la percepción de cada persona. En este caso se consideró la perspectiva de un considerable número de asistentes para evaluar la eficiencia, la calidad del servicio, el entretenimiento, la estética, el valor social y el riesgo percibido durante la ejecución de la Feria de Finados.

La eficiencia está relacionada con las infraestructuras y espacios utilizados, así como con la atención que recibieron durante la feria. En este sentido los turistas manifestaron que las áreas eran adecuadas y cómodas para la realización de la feria, recalando que los puestos comerciales si se mostraban limpios y aseados. De la misma forma manifestaron que recibieron información relevante y adecuada por parte de los artesanos respecto a los productos que le ofrecían, y de manera general consideran que el servicio y atención recibida fue eficiente.

Por su parte, la calidad del servicio también ha sido resaltada como positiva, debido a la predisposición de los comerciantes para atender de la mejor manera las necesidades de los visitantes, mostrándose como personas educadas, respetuosas y corteses en todo momento.

De manera infaltable, el entretenimiento estuvo presente en la experiencia de los turistas, quienes expresaron haber disfrutado de su ocio y tiempo libre gracias a su asistencia a la feria, lo cual les produjo una experiencia placentera que les permite obtener un alto valor de disfrute y diversión.

Al hablar de su apreciación por la estética de las obras de arte que apreciaron, respondieron que ésta tiene un alto valor, lo cual contrasta también con la belleza del entorno físico en el cual se desarrolla este evento. Además, la mayoría de personas lo consideraron como un evento seguro al no percibir miedo de ser objeto de algún acto de delincuencia durante la feria, o inclusive de un acto de intimidación o engaño por parte de los artesanos. Sin embargo, un miedo que está latente entre los turistas es la contracción de enfermedades o infecciones, específicamente del virus COVID-19 que aún acecha nuestra salud y que, al ser un lugar con gran asistencia de personas, puede dar lugar a posibles contagios.

Finalmente, al indagar sobre el valor social que le transmitió la Feria de Finados afirmaron que están totalmente satisfechos con su visita y aseguran regresar en los próximos años y transmitir su experiencia para incitar de manera positiva a que más turistas se den cita en este evento ideal para compartir con familia y amigos a propósito de apreciar la belleza de los productos elaborados con barro por las manos artesanas de hombres y mujeres que aún guardan en su memoria lo que les ha sido enseñado por sus antecesores y que lo siguen transmitiendo a su legado.

CIERRE DEL VIDEO:

Locutor:
Juan Monge

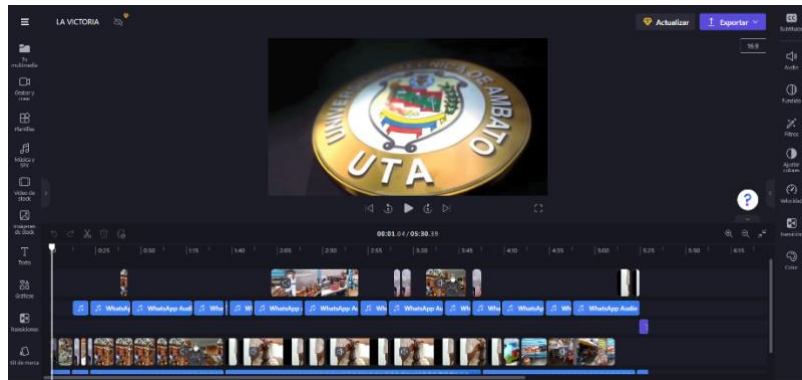
De forma general, la experiencia que el turista se llevó al visitar la Feria de Finados en el año 2022 fue muy positiva en todas sus dimensiones gracias a la adecuada gestión que han desarrollado los anfitriones de este evento, lo cual denota su compromiso con la difusión del arte tradicional de la alfarería.

Ahora bien, es importante no solo mantener esta capacidad de brindar buenas experiencias, sino que es posible superar las expectativas de cada persona y darle un valor agregado a la ejecución de la feria mediante estrategias como la capacitación hacia los artesanos sobre la importancia de la alfarería más allá del

ámbito económico, sino dentro del patrimonio cultural inmaterial de una nación, para que ellos como anfitriones sean los encargados de conservar esta técnica tradicional y transmitir el valor cultural de la misma a quienes se dan cita a este evento, generando en ellos un sentido de pertenencia que les permita alcanzar una experiencia memorable.

| | | |
|----------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| OPERADOR | ClipChamp | |
| DURACIÓN EN MINUTOS | 05 minutos 30 segundos | |
| CRÉDITOS | Autoría | Juan Monge |
| | Revisión | Ing. Alicia Porras |
| | Edición | Juan Monge |
| | | Juan Monge |
| | Imágenes y tomas de video: | |

EVIDENCIAS DEL TRABAJO



MATERIALES DE REFERENCIA

- Armas, I., Herrera, R., Lopez, P., y Recalde, T. (2020). Los costos de producción artesanal para la actividad de alfarería en la Parroquia La Victoria cantón Pujilí. *Recimundo*, 4(1), 360-369. Obtenido de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/823>
- GAD Parroquial La Victoria. (2019). *GAD Parroquial La Victoria*. Obtenido de <https://lavictoria.gob.ec/cotopaxi/situacion-geografica/>
- González, A. (2018). Construcción colectiva de la experiencia turística para la sociedad anfitriona: una mirada desde el sur. *Revista Latino Americana de Turismología*, 4(1), 34-51. Obtenido de <https://periodicos.ufjf.br/index.php/rfaturismologia/article/view/10044/7447>
- Guerrero, P., y Ramos, J. (2015). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria: <https://elibro.net/es/ereader/uta/39409>.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural. (2006). *Patrimonio cultural en la tradición de Finados. Panorámica desde la Cartografía de la Memoria del Convenio Andrés Bello*. Quito: IPANC.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. (2017). *Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano SIPCE*. Obtenido de <http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/resultadoBusqueda.jsf>
- Kazakeviciute, A., y Banyte, J. (2012). The Relationship of Consumers Perceived Hedonic Value and Behavior. *Engineering Economics*, 23(5), 532-540. Obtenido de <https://inzeiko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/1975/2221>
- Kim, J.-H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with

- memorable experiences. *Tourism Management*, 44, 34-45.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>
- Kim, J.-H., Ritchie, B., y McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
doi:10.1177/0047287510385467
- Kim, Y.-H., Duncan, J., y Chung, B.-W. (2015). Involvement, Satisfaction, Perceived Value, and Revisit Intention: A Case Study of a Food Festival. *Journal of Culinary Science y Technology*, 13(2), 133-158.
doi:10.1080/15428052.2014.952482
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción del Patrimonio Cultural. Manual introductorio para personal municipal*. Quito: SZB. Obtenido de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Mousalli, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida: Creative Commons.
- Navarro, J. (21 de octubre de 2019). *McGraw-Hill Education*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>
- Olague, J., Flores, C., y Garza, J. (2017). El efecto de la motivación de viaje sobre la satisfacción del turista a través de las dimensiones de la imagen de destino: El caso del turismo urbano de ocio a Monterrey, México. *Revista de Investigaciones Turísticas*(14), 109-129.
doi:<http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2017.14.06>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura. (2004). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. Obtenido de <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/universal-declaration-cultural-diversity>

- Organización Mundial del Turismo. (20 de Enero de 2020). *El turismo internacional sigue adelantando a la economía global*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Pearce, P. (1988). *The Ulysses Factor. Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Pine, J., y Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy?language=es>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. doi:<https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Shone, A., y Parry, B. (2010). *Successful Event Management* (3ra ed.). London: Cengage Learning.
- Silva, R., Julca, F., Luján, P., y Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(3), 193-203. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Torres, P. (2018). Medición de la experiencia del turista en Quito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 133-156.
- Tung, V., y Ritchie, B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386. doi:10.1016/j.annals.2011.03.009

Valarezo, J. (2009). *La Fiesta Popular Tradicional del Ecuador*. Quito: Ministerio de Cultura del Ecuador. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52993.pdf>

Vergopolous, H. (2016). L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique? *Via Tourism Review*, 10. doi:<https://doi.org/10.4000/viatourism.1357>

Wallingre, N. (2010). *Diccionario de Turismo, Hotelería y Transportes* (2a ed.). Buenos Aires: Universidad del Salvador.

ANEXOS

Anexo 1.

Carta compromiso

CARTA DE COMPROMISO

Pujilí, 27/10/2022

Doctor
Marcelo Nuñez
Presidente
Unidad de Integración Curricular
Carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Lic. Verónica Raquel Herrera Ramírez en mi calidad de líder de la unidad de turismo del GADMIGP, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: **"LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y LA FERIA DE FINADOS EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ"** propuesto por el estudiante Juan Patricio Monge Jiménez, portador de la Cédula de Ciudadanía 0550017214, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.


Atentamente.



Lic. Verónica Raquel Herrera Ramírez
Líder de la unidad de turismo del GADMIGP
Cédula de Ciudadanía: 0501858401
No teléfono celular: 0979235589

Anexo 2.

Encuesta a turistas

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE TURISMO | |
| | PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO | |

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima, por lo cual le invitamos a contestar con veracidad. El uso de la información proporcionada esta direccionado a fines netamente académicos.

Objetivo

Identificar la experiencia turística y su relación con la feria de finados del 2022 en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí

Instrucciones

Por favor, indique la respuesta correcta respecto a las siguientes interrogantes:

A. DATOS DEMOGRÁFICOS

1. Edad

Entre 18 y 25 Entre 26 y 45 46 en adelante

2. Género

Masculino Femenino

3. Ocupación

Estudiante
 Empleado público
 Empleado privado
 Profesional libre ejercicio
 Ama de casa
 Negocio propio
 Otro (especifique cuál): _____

4. Planificación de viaje

¿Con quién visita la feria de finados?

Pareja Grupo de amigos Grupo trabajo Familia Solo
Otros _____

5. ¿Cuál es la principal motivación para visitar la feria de finados?


| |
|--------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Recreación familiar y compras |
| <input type="checkbox"/> Disfrute con amigos |
| <input type="checkbox"/> Disfrute del comercio |
| <input type="checkbox"/> Historia y cultura |
| <input type="checkbox"/> Gastronomía |
| <input type="checkbox"/> Otro |

6. ¿Cuál es el tiempo que usted empleó para visitar la feria de finados?

2 horas 3 horas 4 horas 5 horas 1 día Otros _____

7. ¿Cuál fue el gasto individual promedio en el que usted incurrió en esta visita?

| |
|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de 50 |
| <input type="checkbox"/> Entre 50 y 100 |
| <input type="checkbox"/> Entre 100 y 200 |
| <input type="checkbox"/> Entre 200 y 300 |
| <input type="checkbox"/> Más de 300 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE TURISMO |
| | PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO |



Por favor, a continuación, marque con una X según corresponda en las siguientes preguntas de acuerdo a las escalas que se presentan en cada dimensión.

| Dimensión: Eficiencia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Valora entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo) las siguientes afirmaciones sobre el ocio y diversión vividos en tu experiencia turística | | | | | |
| 1. Las infraestructuras utilizadas (espacio) para la feria eran adecuadas. | | | | | |
| 2. Los puestos comerciales se mostraban limpios y aseados. | | | | | |
| 3. La información recibida durante la feria con respecto a las artesanías que se ofertaban era adecuada | | | | | |
| 4. En general, percibe el servicio que le brindaron durante la feria como eficiente. | | | | | |
| Dimensión: Calidad de servicio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Valora entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo) | | | | | |
| 5. Los comerciantes eran capaces de atender sus necesidades adecuadamente. | | | | | |
| 6. Los comerciantes eran corteses, educados y respetuosos y de trato fácil, además, eran dignos de confianza, honestos y creíbles | | | | | |
| Dimensión: Entretenimiento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Valora entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo) | | | | | |
| 7. He disfrutado del ocio y mi tiempo libre durante mi presencia en la feria, experiencia que ha sido placentera | | | | | |
| 8. Con esta experiencia turística obtengo un valor de disfrute y de diversión. | | | | | |
| Dimensión: Estética | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Valora entre 1 (Muy bajo) y 5 (Muy alto) las siguientes afirmaciones sobre la belleza, estética y arte apreciados en tu experiencia turística | | | | | |
| 9. Valora la belleza del arte de la alfarería que apreció durante la feria. | | | | | |
| 10. Valora la belleza del entorno físico que ha apreciado durante la feria. | | | | | |
| Dimensión: Riesgo percibido | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sobre los diferentes riesgos percibidos, evalúa cada pregunta en la siguiente escala (1= muy bajo; 5= muy alto) | | | | | |
| 11. He percibido el miedo de ser objeto de algún acto de delincuencia durante la feria. | | | | | |
| 12. He percibido el miedo de contraer alguna enfermedad o infección durante mi estancia en la feria | | | | | |
| 13. He percibido el riesgo de ser intimidado o engañado por parte de los residentes por ser turista durante la feria | | | | | |
| Dimensión: Valor social | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Valora entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo) | | | | | |
| 14. En general, ¿cuál fue el grado de satisfacción de su visita a la feria de finados en la Parroquia La Victoria? | | | | | |
| 15. En base a su experiencia en la feria de finados, volvería en los próximos años | | | | | |
| 16. En base a su experiencia en la feria de finados, recomendaría su visita | | | | | |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3.

Ficha A5 para inventario del patrimonio cultural inmaterial

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  INPC <small>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</small> <small>ECUADOR</small> | | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES | | | | CÓDIGO |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | |
| Provincia: | | Cantón: | | |
| Parroquia: | | <input type="checkbox"/> Urbana | | <input type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z17S – UTM: | | | | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | |
| | | | | |
| Descripción de la fotografía: | | | | |
| Código fotográfico: | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
| Denominación | | Otra (s) denominación (es) | | |
| | | D1 | | |
| Grupo social | | Lengua (s) | | |
| | | L1 | | |
| Subámbito | | Detalle del subámbito | | |
| | | | | |
| Breve reseña | | | | |
| | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN | | | | |
| | | | | |
| Fecha o periodo | | Detalle de la periodicidad | | |
| Anual | | | | |
| Continua | | | | |
| Ocasional | | | | |
| Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | |
| Local | | | | |
| Provincial | | | | |
| Regional | | | | |
| Nacional | | | | |
| Internacional | | | | |
| Productos | Descripción del producto | Uso | Detalle del uso | |
| P1 | | | | |
| Técnica | | | | |
| T1 | | | | |

| Materiales | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
|--------------------------------------|--------|---------------------------|-----------------------|----------------------|------|
| M1 | | | | | |
| M2 | | | | | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | | | | | |
| H2 | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Dirección | Localidad | |
| Individual | | | | | |
| Colectivo | | | | | |
| Institucional | | | | | |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| Padres – hijos | | | | | |
| Maestro-aprendiz | | | | | |
| Centro de capacitación | | | | | |
| Otro | | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| Padres – hijos | | | | | |
| Maestro-aprendiz | | | | | |
| Centro de capacitación | | | | | |
| Otro | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| Alta | | | | | |
| Media | | | | | |
| Baja | | | | | |
| Problemática | | | | | |
| | | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| | | | | | |
| 9. OBSERVACIONES | | | | | |
| | | | | | |
| 10. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad investigadora: | | | | | |
| Inventariado por: | | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | | Fecha revisión: | | |
| Aprobado por: | | | Fecha de aprobación: | | |
| Registro fotográfico: | | | | | |

Nota. Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (2017)