

Variables que influyen en el posicionamiento nacional e internacional del patrimonio intangible: fiestas de la serranía ecuatoriana

Autor: Obando Sánchez, Lenin Andrés

laobando@espe.edu.ec

Director: Ing, Viteri Moya, Digna Marcela

dgviteri@espe.edu.ec

Fecha de publicación: 16 de Octubre del 2018.

Dirección web del artículo indexado: Url: http://world_business.espe.edu.ec/

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo principal determinar los factores que influyen en el posicionamiento de las fiestas de la serranía como patrimonio cultural intangible del Ecuador. La investigación basó su estudio en la teoría del posicionamiento de Harré y Baloglu, en las que se señalan las dimensiones que intervienen en el posicionamiento, como son los factores cognitivos y afectivos, que se integran para la formación de la imagen global del destino. El tipo de estudio que se utilizó fue descriptivo para determinar el conocimiento y la visita de los turistas a las festividades, el top of mind de las celebraciones, y la percepción de los visitantes frente a cada fiesta patrimonial; y fue de tipo causal para determinar el factor que influye en la visita a las festividades; como instrumento de recolección de datos se aplicó el cuestionario propuesto por Ugarte, el cual formula variables para la evaluación de la imagen y posicionamiento de un lugar turístico. Los resultados del análisis de componentes principales permitieron establecer el factor que influye en la visita a las fiestas, mientras que el análisis de correspondencia determinó los atributos que caracterizan a las festividades.

PALABRAS CLAVE

- **POSICIONAMIENTO**
- **PATRIMONIO**
- **PERCEPCIÓN**
- **FACTOR COGNITIVO**
- **FACTOR AFECTIVO.**

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the factors influencing the positioning of the fiestas of the Serranía as an intangible cultural heritage of Ecuador. The research based its study on the theory of the positioning of Harré and Baloglu, which indicate the dimensions involved in positioning, such as cognitive and affective factors, which are integrated for the formation of the global image of Destiny. The type of study that was used was descriptive to determine the knowledge and the visit of the tourists to the festivities, the top of mind of the celebrations, and the perception of the visitors in front of each patrimonial festival; And it was a causal type to determine the factor influencing the visit to the festivities; As a data collection instrument, the questionnaire proposed by Ugarte was applied, which formulates variables for the evaluation of the image and positioning of a tourist place. The results of the analysis of principal components allowed to establish the factor that influences the visit to the parties, while the analysis of correspondence determined the attributes that characterize the festivities.

KEYWORDS

- **POSITIONING**
- **HERITAGE**
- **PERCEPTION**
- **COGNITIVE FACTOR**
- **AFFECTIVE FACTOR**