



**Caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del
turismo cultural del callejón interandino**

Cuichan Simbaña, Elian Sebastián y Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Trabajo de unidad de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciado en
Turismo

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

12 de marzo del 2024

Latacunga

Reporte de verificación de contenidos



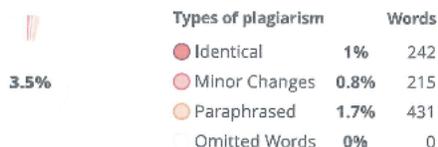
Plagiarism and AI Content Detection Report

PROYECTO MIC_CUICHAN_OCHOA.pdf

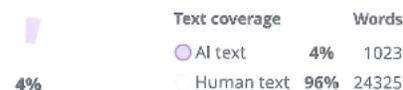
Scan details

Scan time: March 3th, 2024 at 20:45 UTC
 Total Pages: 102
 Total Words: 25348

Plagiarism Detection



AI Content Detection



[Learn more](#)

🔍 Plagiarism Results: (23)

🌐 **Carnaval de Guaranda - Guaranda** 0.7%
<https://www.guaranda.gob.ec/newsitecmt/carnaval-de-guaranda/>
 ...

🌐 **EL CARNAVAL DE GUARANDA** 0.5%
<https://www.nicodousdebes.net/post/carnaval-de-guaranda>
 top of page WEB DOCENTE DE COMUNICACIÓN COMMUNICATION TEACHING WEB Esta págin...

🌐 **88T00253.pdf** 0.3%
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9159/1/88t00253.pdf>

Pc-05
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO "CONSTRUCCIÓN D...

🌐 **SPAN 3200 (4ed), Module 6 Algunas tipologías turísticas Flashcards | Quiz...** 0.3%
<https://quizlet.com/863203347/span-3200-4ed-module-6-algunas-tipologias-turisticas-flash-cards/>
 hello quizlet HomeSubjects Expert Solutions Log in Sign up SPAN 3200 (4ed), Module 6 Algunas tipolo...

Ing. Palomino Siza Luis Benigno
 CC:1716550676
 DIRECTOR DEL PROYECTO

Certified by

About this report
help.copleaks.com

copleaks.com



Departamento de Ciencias Economicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Certificación

Certifico que el trabajo de unidad de integración curricular: **“Caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural del callejón interandino”** fue realizado por el señor **Cuichan Simbaña, Elian Sebastián** y la señorita **Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizada en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 4 marzo del 2024



Ing. Plaomino Siza, Luis Palomino

C. C. 1716550676



Departamento de Ciencias Economicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Responsabilidad de Autoría

Nosotros, **Cuichan Simbaña Elian Sebastian**, con cédula de ciudadanía n° **1723402432** y **Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania**, con cédula de ciudadanía n° **0504433871**, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de unidad de integración curricular: **“Caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural del callejón Interandino”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 04 de marzo del 2024

Sr. Cuichan Simbaña, Elian Sebastian

C.C.: 1723402432

Srta. Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania

C.C.: 0504433871



Departamento de Ciencias Economicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Autorización de Publicación

Nosotros, **Cuichan Simbaña Elian Sebastian**, con cédula de ciudadanía n° **1723402432** y **Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania**, con cédula de ciudadanía n° **0504433871**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de unidad de integración curricular: "**Caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural del callejón interandino**" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 04 de marzo del 2024

Sr. Cuichan Simbaña, Elian Sebastian

C.C.: 1723402432

Srta. Ochoa Chasiluisa, Valeria Estefania

C.C.: 0504433871

Dedicatoria

Elian Sebastián Cuichan Simbaña.

Dedico cada uno de mis logros a mis padres Cayetano y Lourdes, que me han permitido llegar hasta este punto tan importante en mi comienzo como profesional, sin ellos ninguno de mis objetivos será posible. Todas mis victorias van dedicadas especialmente a mi tía Carolina Simbaña por siempre apoyarme en lo bueno y malo, gracias por permanecer a mi lado y enseñarme los valores y principios para convertirme en una excelente persona en la vida y en el ámbito profesional.

A mi hermana Amanda y mi tía Consuelo por siempre darme un buen consejo y nunca negarme ninguna cosa que necesite, agradezco el cariño que siempre me brindaron desde pequeño. Por último, a mi abuela Fidelia por siempre confiar en mi y apoyarme en cada una de mis metas, gracias por la comprensión y el amor desde el principio de toda esta travesía.

Valeria Estefania Ochoa Chasiluisa.

Dedico mis logros a mis padres Holguer Ochoa y Elsa Chasiluisa que con su apoyo y dedicación me han permitido llegar a este punto de mi vida, qué es el paso al inicio de la vida profesional, ya que, sin su esfuerzo no le habría sido posible, al igual que dedico este trabajo a mi hermana Emilia que ha sido mi motivación a seguir adelante y no rendirme para poder brindarle mi apoyo y cuidarte a ella en todo momento además que ha sido mi amiga incondicional y he estado ahí para apoyarme en todo momento gracias por ser la felicidad y la alegría de mi vida y enseñarme el valor de la amistad y de la hermandad durante todos estos años.

Agradecimiento

Elian Sebastián Cuichan Simbaña.

Agradezco a toda mi familia por siempre estar pendiente de mi y permitirme lograr esta meta en mi vida, sobre todo a mi hermano y a mis sobrinos por siempre ayudarme en lo que necesite. A mis amigos por enseñarme el significado de la amistad y siempre darme los ánimos para nunca desistir, gracias por las experiencias vividas.

A aquellos docentes de mi carrera por las enseñanzas y los consejos que me dieron durante mi etapa universitaria, gracias por su paciencia, sobre todo a mi tutor de tesis por siempre apoyarme en este ultimo periodo con la realización de la tesis.

Valeria Estefania Ochoa Chasiluisa.

En primer lugar, deseo expresar mi gratitud a Dios por brindarme salud y vida, así como agradezco por contar con el apoyo constante de mis padres y mi hermana, quienes han sido mi principal motivación para seguir adelante. También quiero agradecer a todos mis amigos por estar pendientes de mí y brindarme ánimo durante el desarrollo de mi tesis. Por último, pero no menos importante, agradezco sinceramente a mi tutor de tesis por su inestimable apoyo y aliento a lo largo de este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	1
Reporte de verificación de contenidos.....	2
Certificación.....	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	8
Índice de contenidos.....	10
Índice de figuras.....	15
Índice de tablas.....	17
Resumen.....	19
Abstract.....	20
Capítulo I: Generalidades y Marco Teórico.....	21
Antecedentes.....	21
Planteamiento del problema.....	22
Formulación del problema.....	23
Justificación e importancia.....	23
Objetivos de investigación.....	24
<i>Objetivo general.....</i>	<i>24</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>24</i>

Hipótesis.....	24
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
<i>Variable dependiente</i>	25
<i>Variable independiente</i>	25
ANTECEDENTES DEL CARNAVAL DE GUARANDA.....	25
<i>El carnaval de Guaranda</i>	25
<i>Los días de carnaval</i>	29
<i>Los personajes de la festividad</i>	32
ANTECEDENTES DEL TURISMO CULTURAL	36
<i>Definiciones y conceptos</i>	36
<i>Tipos de turismo cultural</i>	38
<i>Relación entre el turismo y la cultura</i>	41
<i>Ventajas y riesgos del turismo cultural</i>	42
<i>Preservación del turismo cultural</i>	45
<i>Turismo cultural en Ecuador</i>	47
Capítulo II: Marco Metodológico	55
Método de investigación.....	57
<i>Cuantitativo</i>	57
<i>Cualitativo</i>	58
Tipo de investigación.....	58
<i>Histórica</i>	58
<i>Documental</i>	59
<i>De campo</i>	60
Fuentes de recolección de información	60

<i>Fuente primaria</i>	60
<i>Fuente secundaria</i>	61
Población y muestra.....	62
Recolección de información de datos.....	63
<i>Entrevistas</i>	63
<i>Encuestas</i>	64
<i>Procesamiento de la información</i>	65
<i>Análisis de resultados</i>	65
Método de la propuesta.....	66
<i>De la idea a la identificación del producto</i>	66
<i>Definición del concepto y los atributos del producto</i>	66
<i>Análisis de la demanda de mercado</i>	67
<i>Análisis de la competencia</i>	68
<i>Inventario de recursos</i>	68
<i>Sostenibilidad cultural y patrimonial</i>	69
Diseño del producto.....	69
<i>Identificación y caracterización de sus clientes</i>	69
<i>Requerimientos del producto turístico</i>	70
<i>Componentes básicos del producto turístico</i>	71
Análisis económico del producto.....	71
Estrategia comercial del producto	71
<i>Evaluación de costos</i>	72
<i>Fijación de precio</i>	72
Distribución del producto	73

<i>Posición del producto</i>	73
<i>Canales de distribución del producto</i>	73
Capítulo III: Análisis del producto turístico cultural	74
Delimitación del área de estudio	75
Etapa 1: Generación de la idea	80
<i>Identificación inicial del producto</i>	80
<i>Conceptos y atributos del producto</i>	83
<i>Análisis de la demanda</i>	85
<i>Inventario de recursos</i>	90
<i>Análisis de la competencia</i>	96
<i>Sostenibilidad cultural y patrimonial</i>	100
<i>Comprobación de la hipótesis</i>	106
Capítulo IV: Diseño del producto turístico cultural sustentable	108
Etapa 2: Diseño del producto	109
<i>Requerimientos del producto turístico</i>	109
<i>Componentes básicos del producto turístico</i>	111
Etapa 3: Análisis económico del producto	127
<i>Estrategia comercial del producto</i>	127
<i>Evaluación de costos</i>	132
<i>Fijación de precios</i>	134
Etapa 4: Distribución del producto	136
<i>Posición del producto</i>	136
<i>Canales de distribución del producto</i>	138
Conclusiones	141

Recomendaciones.....	143
Bibliografía.....	145
Anexos	155

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Vestimenta del taita carnaval</i>	34
Figura 2 <i>Vestimenta de la carishina</i>	35
Figura 3 <i>Vestimenta de los huasi tupac</i>	36
Figura 4 <i>Estrategias para la preservación del patrimonio cultural</i>	47
Figura 5 <i>Algunos hitos culturales en Ecuador basados en el turismo</i>	51
Figura 6 <i>Componente de un producto turístico</i>	54
Figura 7 <i>Estructura de la metodología</i>	57
Figura 8 <i>Delimitación geográfica de la provincia de Bolívar</i>	77
Figura 9 <i>Edad</i>	86
Figura 10 <i>Actividades atractivas del carnaval de Guaranda</i>	87
Figura 11 <i>Tiempo de estadía</i>	88
Figura 12 <i>Preferencia de hospedaje</i>	89
Figura 13 <i>Importancia de la cultura guarandeña para los turistas</i>	105
Figura 14 <i>Representación en el mapa de la ruta</i>	116
Figura 15 <i>Representación gráfica del día 1</i>	120
Figura 16 <i>Representación gráfica del itinerario día 2</i>	123
Figura 17 <i>Representación gráfica del itinerario del día 3</i>	126
Figura 18 <i>Logotipo de la ruta</i>	127
Figura 19 <i>Página web del producto cultural</i>	129
Figura 20 <i>Instagram y Facebook del producto cultural</i>	130
Figura 21 <i>Díptico comunicativo</i>	131

Figura 22 <i>Carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural</i>	137
Figura 23 <i>Cadena de valores para el producto turístico</i>	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Diferentes tipos de turismo</i>	39
Tabla 2 <i>Ventajas y riesgos del turismo cultural</i>	43
Tabla 3 <i>Evolución del turismo en Ecuador</i>	48
Tabla 4 <i>Rutas turísticas culturales del Ecuador</i>	52
Tabla 5 <i>Fórmula de la población finita</i>	63
Tabla 6 <i>Requerimientos del producto turístico</i>	70
Tabla 7 <i>Días establecidos para los eventos del carnaval de Guaranda</i>	79
Tabla 8 <i>Atributos y conceptos del carnaval de Guaranda</i>	84
Tabla 9 <i>Descripción de recursos turísticos</i>	91
Tabla 10 <i>Análisis de la competencia en la provincia</i>	96
Tabla 11 <i>Entrevista a servidores publicos de Guaranda</i>	100
Tabla 12 <i>Entrevista a servidores turísticos de Guaranda</i>	103
Tabla 13 <i>Tabla Cruzada</i>	103
Tabla 14 <i>Comprobación de Chi-cuadrado</i>	105
Tabla 15 <i>Identificación y caracterización de los clientes</i>	108
Tabla 16 <i>Requerimientos del producto turístico de Guaranda</i>	109
Tabla 17 <i>Full day ritmo de Guaranda</i>	112
Tabla 18 <i>Itinerario de la ruta de tres días</i>	114
Tabla 19 <i>Guion del recorrido de tres días</i>	116
Tabla 20 <i>Itinerario día 2</i>	118
Tabla 21 <i>Guion del itinerario día 2</i>	121
Tabla 22 <i>Itinerario del día 3</i>	122
Tabla 23 <i>Guion del itinerario del día 3</i>	124
Tabla 24 <i>Escala de colores</i>	125

Tabla 25 <i>Evaluación de los costos del itinerario 1</i>	129
Tabla 26 <i>Evaluación de los costos del itinerario 2</i>	133
Tabla 27 <i>Precio del Full Day</i>	134
Tabla 28 <i>Precio del itinerario tres días dos noches</i>	135

Resumen

La fiesta del Carnaval de Guaranda representa una manifestación cultural con una diversidad de colores que llena de alegría las calles de la ciudad durante cada mes de febrero, en donde varios turistas emprenden el viaje desde su ciudad natal para disfrutar esta experiencia enriquecedora. Esta festividad es el resultado de las vivencias que se van pasando de generación en generación, con el fin de preservar la cultura guarandeña con todos sus saberes ancestrales. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar y crear un producto turístico relacionado al carnaval, con el motivo de fortalecer el turismo y la cultura en la ciudad, se utilizó la estructura metodológica de Hernández y para el desarrollo del producto se aplicaron diferentes fases de la Metodología de proyectos turísticos culturales sustentables. De igual modo se analizó la información en base a la festividad, aplicando encuestas a los turistas interesados y entrevistas a los actores del turismo en la ciudad, en donde los resultados marcaron un fuerte interés por la preservación cultural del carnaval de Guaranda (100%). Por último, se desarrolló la ruta turística "Ritmo de Guaranda", la cual es una iniciativa para el fortalecimiento cultural del cantón. La ruta está compuesta por un full day con un valor de 64\$ y un itinerario de tres días dos noches con un valor de 397\$ en donde se visita diferentes lugares culturales y naturales con el fin de desarrollar actividades como visitas a museos, lagunas, fabricas, plazas entre otros.

Palabras clave: Carnaval de Guaranda, festividad, producto turístico, turismo cultural.

Abstract

The Carnival of Guaranda as a cultural manifestation is a festival full of colors and joy that is celebrated in the month of February, where thousands of tourist visit the city to live the carnival experience. This festivity is the result of the experiences that are passed from generation to generation, in order to preserve the Guaranda culture with all its ancestral knowledge.

Therefore, the objective of this research is to analyze and create a tourism product related to the carnival, with the purpose of strengthening tourism and culture in the city. The methodological structure of Hernandez was used and for the development of the product different phases of the Methodology of sustainable cultural tourism projects were applied. Similarly, the information was analyzed based on the festival, applying surveys to interested tourist and interviews with tourism stakeholders in the city, where the results showed a strong interest in the cultural preservation of Guaranda's carnival (100%). Finally, the "Ritmo de Guaranda" tourist route was developed, which is an initiative to strengthen the canton's culture. The route consists of a full day at cost of \$64 and an itinerary of three days and two nights at a cost \$397 where different cultural and natural places are visited in order to develop different activities such as visits to museums, lagoons, factories, plazas, among others.

Keywords: Guaranda Carnival, festivity, cultural tourism, tourism product.

Capítulo I

Generalidades y Marco Teórico

Antecedentes

El carnaval de Guaranda en la provincia de Bolívar es una de las fiestas más famosas del país, por lo que turistas nacionales y extranjeros acuden a la misma. Esta festividad tiene varios años de existencia donde los habitantes de la ciudad van creando un ambiente especial con varios meses de anticipación. Su espectacular folklore acompañada con su música recrea las costumbres y tradiciones de antaño, la gente que participa en esta fiesta suele vestirse con diferentes trajes de los personajes más destacados como el taita carnaval o la Carishina.

De acuerdo con Andaluz (2018) en su investigación titulada “Análisis de la percepción de la comunidad local del carnaval internacional de Guaranda”, tiene como objetivo determinar la perspectiva de la comunidad de Guaranda en relación con el carnaval, mediante una investigación exploratoria-descriptiva, dando como resultado que el carnaval de Guaranda es una expresión intangible cultural de la ciudad y esta vinculada directamente con el sistema sociocultural de la población. Por lo tanto, esto permite que la comunidad participe activamente en la festividad, creando un fortalecimiento económico para la comunidad.

Según Quicaliquin (2022) en su trabajo investigativo titulado “Plan de desarrollo turístico del cantón Guaranda, Provincia de Bolívar”, tiene como objetivo crear un plan de desarrollo turístico para Guaranda mediante una metodología descriptiva, aplicada y exploratoria, dando como resultado, las estrategias de mejora para una buena conectividad entre atractivos turísticos. Por lo tanto, esto permite que la conexión entre diferentes lugares turísticos de Guaranda sea efectiva a la hora de crear un producto turístico enfocado en la cultura guarandea y el carnaval.

Por otro lado, Rochina & Tiamba (2012) mediante su trabajo investigativo titulado “Fortalecimiento de las raíces socio-culturales del carnaval indígena para el desarrollo del

potencial turístico del cantón Guaranda durante el periodo 2009-2010”, con el objetivo de proponer un plan de fortalecimiento de las raíces socioculturales del carnaval, con una metodología descriptiva-histórica, dio como resultado el fortalecimiento y desarrollo sociocultural para incrementar el desarrollo turístico de Guaranda en su fiesta mayor.

Por consiguiente, este trabajo de investigación nace de la importancia de crear un producto turístico para fortalecer la cultura, que hace que se plantee un objetivo general y tres específicos, determinando de esta manera cuatro capítulos que permite conocer los atributos especiales del Carnaval de Guaranda y su expresión cultural.

Bajo este contexto se desarrolla la fundamentación teórica que conlleva a esto mediante la formulación del problema, marco teórico, metodología y evaluación para poder crear un producto turístico de la festividad que generara el fortalecimiento turístico del cantón en base a la cultura que contiene el mismo.

Planteamiento del problema

Ecuador destaca por su excepcional riqueza cultural, evidente en las diversas expresiones que se encuentran a lo largo de sus cuatro regiones. La variedad de costumbres y tradiciones se manifiesta en festividades, celebraciones, rituales, expresiones espirituales y religiosas, así como en bailes y música, entre otros aspectos. Sin embargo, estas expresiones culturales, que constituyen la forma en que el pueblo ecuatoriano se expresa, han enfrentado desafíos como la aculturación y la globalización, así como un consumo excesivo de bebidas alcohólicas, lo que ha contribuido a crear una imagen negativa frente a los visitantes.

En este contexto cultural de la provincia de Bolívar, se celebran diversas festividades a lo largo del año, que han sido adoptadas por la comunidad como manifestaciones culturales significativas. Entre ellas destacan el Inti Raymi y el carnaval de Guaranda. La provincia está compuesta por siete cantones: Caluma, Chillanes, Chimbo, Echeandia, Guaranda, Las Naves y San Miguel, cada uno con festividades que combinan tradiciones extranjeras e indígenas. Sin

embargo, a lo largo de los años, estas costumbres han ido debilitándose debido a la influencia de la tecnología, extranjerismos, así como la falta de investigación y divulgación de la historia carnalera, lo cual afecta la cultura festiva, especialmente en el caso del carnaval.

Durante los últimos años, estas festividades han ido perdiendo parte de su autenticidad cultural, convirtiéndose en eventos más comerciales y alejándose de su esencia original, que es la cultura además de la integración de la tecnología y la pérdida de la esencia tradicional de los tríos que cantan coplas y el excesivo consumo de alcohol durante los días de fiesta. Esto ha llevado a una transformación en la celebración tradicional de Guaranda, por ello la caracterización de esta fiesta como una expresión del turismo cultural, ayuda a determinar si la fiesta es vista con un ente cultural o más como un acto más comercial y poco cultural que no apoya a la conservación de la misma.

En este contexto, el carnaval de Guaranda, también conocido como “El taita Carnaval”, el cual acoge a visitantes tanto locales como extranjeros en donde la intención es mostrar la conjugación de la creencia religiosa y la interpretación del pueblo, además de la adaptación de tradiciones europeas.

Por lo tanto, la fiesta de alegría y algarabía se ve afectada por verla más como una fiesta comercial y social, que se centran en el aspecto económico antes que en lo cultural, además al ser una gran fiesta esta se vuelve mucho mas comercial haciendo que el valor cultural y tradicional por el cual la mayoría de la gente se moviliza o se movilizaba hacia el cantón Guaranda han cambiado últimamente ya que no es por una tradición que se asiste a la festividad.

Formulación del problema

¿De que manera la caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural del callejón interandino ayuda al fortalecimiento turístico del cantón?

Justificación e importancia

Según Arévalo (2009) los carnavales son una fuente esencial de identidad que están vinculadas al pasado y presente que generan un sentimiento de continuidad, es una manera de preservar el patrimonio festivo de las culturas locales. Por lo tanto, el carnaval de Guaranda aparte de ser una festividad representativa de Ecuador permite guardar y demostrar año tras año la cultura de la ciudad a los visitantes, esta fiesta permite el desarrollo local y económico de los habitantes, además fomenta la preservación de la cultura.

De acuerdo con Chariaguaman (2022) la cultura guarandeña nace por el conjunto de varios factores como sus tradiciones, valores y componentes, cuya fusión permite que esta cultura sea única y diferente a las demás de la región. Por lo tanto, el carnaval de Guaranda es esencial para representar la cultura mediante diferentes expresiones como danzas, desfiles y juegos, esto permite la preservación de la tradición que dejaron los antepasados para celebrar esta festividad.

El carnaval es un icono único no solo en el cantón de Guaranda sino en la provincia de Bolívar, lo cual permite que esta cultura se fortalezca a nivel regional y sus pobladores estén orgullosos de pertenecer en la misma (Casa de la Cultura, 2010). Por consiguiente, el carnaval no es solo una celebración festiva, sino también un elemento clave en la construcción y afirmación de la identidad regional, generando un sentimiento de orgullo y conexión entre los habitantes de la provincia.

Por lo tanto, este trabajo es importante porque permite conocer la situación actual del carnaval de Guaranda además de su importancia y su influencia en el turismo, por otro lado, es importante y fundamental para poder crear un producto turístico de la fiesta con la información bibliográfica reunida. De igual modo ayuda a preservar y documentar las tradiciones culturales locales permitiendo entender sus significados, además facilita el intercambio cultural entre la población y los habitantes. El reconocimiento de la importancia cultural del carnaval podrá

estimula el orgullo local y la colaboración para mantener viva la celebración además de tener un producto turístico ya establecido.

Objetivos de investigación

Objetivo general

Caracterizar la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión de turismo del callejón interandino.

Objetivos específicos

- Definir la fundamentación teórica y conceptual que sustenten las variables de investigación.
- Analizar la situación actual de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda.
- Diseñar un producto turístico de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión de turismo cultural del callejón interandino.

Hipótesis

La caracterización de la fiesta tradicional del carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural del callejón interandino ayuda al fortalecimiento del turismo cultural del cantón.

Variables de la investigación

Variable dependiente

Carnaval de Guaranda

Variable independiente

Turismo cultural

Antecedentes del carnaval de Guaranda

El carnaval de Guaranda

Para empezar a analizar el origen de la festividad del carnaval se han tomado en cuenta las interpretaciones de los siguientes autores, según Allegrucci (2016, p. 5) la palabra carnaval proviene del latín “carnem levare” que significa “quitar la carne”, por lo que estas celebraciones se producen justamente durante los tres días anteriores a la abstinencia de cuaresma. Por otro lado, Pereira (2020, como se cito en Llerena, 2001) define a la fiesta del carnaval como:

Un espacio en el que se evidencia las interacciones culturales entre los diferentes grupos sociales que participan desde posiciones distintas: los sectores populares o carnavaleros, a través de sus practicas culturales, y los sectores oficiales, que reglamentan, promocionan, o administran esta celebración (p. 106).

Dando a entender que el carnaval esta ligado a las creencias católicas que fueron introducidas por la colonia española durante la conquista y que con el pasar del tiempo fueron adaptadas a las costumbres indígenas del país.

En este sentido, el Ministerio de Turismo (2016) menciona que las raíces del carnaval en Ecuador “Están vinculadas con la fiesta indígena de fin de año solar o Paucar Huatay, una de las cuatro mas grandes del año, es decir, con este festejo culmina el ciclo agrícola para inaugurar otro” (p. 01).

Por ello la representación de la festividad del carnaval se ve plasmada en algunas provincias del país, como manifiesta en su libro Pereira (2020) a continuación.

Ambato: Conocido como “Fiesta de las flores y de las frutas”, se destacan el desfile folclórico, la expresión de Arte y Artesanías en el centro de Cuero y los toros en la plaza monumental.

Guaranda: Se realiza el tradicional carnaval de tres días con desfiles folclórico, bailes platos típicos-llama la atención la bebida especial “pájaro azul”-, juegos con agua y harina.

Fiesta del carnaval indígena de Cañar: Para los indígenas, el carnaval simboliza todo lo contrario de su vida cotidiana (pobre y penosa). En consecuencia, la generosidad, la reciprocidad y la afirmación del parentesco, tanto ficticio como real, son características de esta fiesta (pp. 38, 39).

De esta forma, el inicio del carnaval de Guaranda de acuerdo con Chariguaman (2022, como se cito en Yáñez, 2017) menciona que:

La fiesta de Guaranda data de los Guarangas, una tribu perteneciente a la etnia de los Chibus, quienes homenajeban al cacique y a la pachamama, a manera de agradecimiento preparaban comida, bebida y una fiesta de danzantes disfrazados, esto era una manera de entretenimiento antes de entrar en el periodo de trabajo en el campo (p. 08).

De la misma forma Chariguaman (2022, como se cito en Silva & Andrade, 2011) manifiestan que “el carnaval arribo a tierras guarandeñas con la conquista, a la vez recibió el trasiego de celebraciones indígenas, quienes consideran que el verdor de los maizales y el pedido al Inti que no envié las heladas, eran motivos para celebrar” (p. 08).

Por otra parte, Chariguaman (2022, como se cito en Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019) manifiesta que el carnaval de Guaranda es una:

“Resistencia cultural de los oprimidos contra el colonialismo, dando lugar al carnaval como un espacio de luz para la comunidad en la que se realiza, dando lugar a ser un elemento festivo con tono, ritmo y sabor oportuno, siendo una fiesta popular en la que se deja de lado las discrepancias y nace los sentimientos de fraternidad entre las personas y su amistades” (p. 08).

De esta forma se puede entender que el inicio del carnaval data de la combinación de creencias católicas y costumbres indígenas, que con el pasar del tiempo se han adaptado y han pasado de generación en generación para su preparación año con año.

Para la preparación del carnaval de Guaranda se sigue la tradición y la costumbre de empezar los preparativos con un plazo de 3 a 4 meses de anterioridad para que esta celebración tenga todo lo fundamental para que sus asistentes pasen un momento ameno. En este contexto, la crianza y alimentación de animales es crucial, ya que como se dice en la sierra haya que brindar un bocadito de comida y que mejor que ofrecer una variedad de alimentos a los invitados durante la fiesta, entre estos animales se incluyen cerdos, gallinas, cuyes entre otros (Pereira, 2020)

Por otro lado, Huerta (2006) menciona que para el carnaval “Sus preparativos comienzan 3 meses antes con la hechura de las viandas de mote, choclos, chigüiles, tamales, alcaparras, dulce de zambo, fritada de choncho y cuy” (p. 254). Así también en tiempos anteriores existían otros preparativos que según Saltos (2019) consistía en “sacar las alcayatas de las vidrieras de los balcones o ventanas; guardarles hasta que pase la fiesta y dejar solo las ventanas de madera a fin de que puedan soportar el arrojar huevos, cascarrones o bombitas de agua” (pág. 56). Al igual otro preparativo era conservar el pernil del año anterior y servirlo o compartirlo en la familia, con vecinos o personas que llegasen a la vivienda cuando estén realizando los previos preparativos de la fiesta y brindarles una comida durante sus visitas (Saltos, 2019).

También se realizan varios tipos de chichas que acompañan a las comidas, mismas que se brindan en la fiesta como menciona (Saltos, 2019):

“La chicha” la consabida y soñada “chicha”; que le hacían y le hacen de diversas clases, desde la “chicha rusa”, elaborada con jugos de taxos, chilguacanes, chamburos, naranjillas y otras frutas de la localidad y de afuera, pasando por la apetitosa “chicha de jora”, popular y estimulante hasta la “chicha a la minuta” o la “chumadora”, consiste en la mezcla de agua azucarada o apanalada, algo de putos y otro algo de “puro de Guanujo” o “puro del Tronador”, conceptuados los mejores de la provincia, (pp. 56, 57).

Así eran los preparativos previos a la fiesta del carnaval de Guaranda: el engorde de animales para luego realizar la comida, que sería brindada a las personas que ayudarían en la elaboración de la fiesta y también que servirían para, en los días del desfile, brindar a los asistentes un bocado de comida. Además, la elaboración de bebidas tradicionales como la chicha y la panelada acompañan la comida y también serán ofrecidas durante el desfile. Algo muy particular que hay que tener en cuenta es que, en años anteriores, se retiraban los cristales de los marcos de madera para que estos no sufrieran daño durante las celebraciones del carnaval o los ataques a las casas o a las familias con baldes de agua y bombas que podrían dañarlos y así poder disfrutar de la fiesta.

El carnaval representa algo muy significativo para cada persona, desde la fase de preparación hasta la forma en que se origina la festividad, la esencia de este carnaval permite a las personas ser parte de él y arraigarse a las tradiciones y raíces guarandinas de esta manera el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda (2023) manifiesta lo siguiente sobre el carnaval:

Es una fiesta popular muy arraigada en el corazón de los bolivarenses como parte de su ser y por eso, año tras año, el carnaval nace, se intensifica y muere para volver a nacer, representa para los bolivarenses el mito del eterno retorno, es cumplir con el ciclo vital, que año tras año se lo vuelve a vivir.

De la misma forma Saltos (2029) menciona que la conexión de las personas con el carnaval “los días de carnaval en Guaranda”, he experimentado esa unión íntima que existe entre el hombre y la naturaleza que le rodea, unión nace de ese todo culto y misterioso en cuyo fondo sopla el espíritu del universo” (p. 26).

Por ende, es crucial destacar que la conexión que el carnaval de Guaranda establece con las personas es lo que lo transforma en el carnaval de la vida, como se ha mencionado anteriormente. Año tras año, el carnaval surge, se intensifica y desvanece para renacer nuevamente, simbolizando no solo una renovación anual, sino también estableciendo un

vínculo profundo tanto con la naturaleza como con la vida de aquellos que disfrutaban en esta celebración única en Guaranda.

El carnaval es una festividad que celebra el renacer de la tierra y su florecimiento, marcando el final de un ciclo agrícola y el comienzo de uno nuevo. Se festeja días antes del inicio de la cuaresma, y desde la perspectiva indígena, la gente agradece a la tierra por los cultivos del año. De este modo, el carnaval nace como una celebración en agradecimiento a la tierra.

Desde la perspectiva colonial, el carnaval representa la fusión de culturas europeas con tradiciones indígenas. Durante esta festividad, se llevan a cabo juegos y se arrojan harina y agua, simbolizando un renacimiento. Esta celebración está vinculada con otras festividades, como el Pawkar Raymi, y a lo largo de Ecuador, ciudades como Ambato y Guaranda destacan por sus grandes celebraciones. Ambato se destaca por la Fiesta de las Flores y las Frutas, mientras que Guaranda es conocida por su tradicional carnaval.

Durante estos días de fiesta, la gente se conecta con la esencia de esta celebración, donde la comida juega un papel fundamental. Entre los alimentos favoritos se encuentran el dulce de zambo, los chiguiles, los tamales, el mote confitado y el cuy, acompañados de la deliciosa chicha. Además, no puede faltar la bebida tradicional de la festividad, el pájaro Azul.

Los días de carnaval

La población de Guaranda se encuentra vinculada directamente con la festividad, por ello en los días de fiesta su trabajo y las actividades empiezan desde temprano así presenta el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda (2023) una primicia del día de fiesta:

En los días de fiesta casi nadie duerme y desde las seis de la mañana se empieza a chamuscar los chanchos, cocinar el mote, preparar las humas, la chicha, el dulce de zambo, pan, entre otros. Que se brindara a visitantes o familiares, quienes, mojados por dentro y por

fuera, pintados de la cara con polvo y al son de coplas carnavaleras, disfrazados portando guitarras, acordeones y tambores se unen a esta fiesta popular.

Así comienzan los días festivos en la ciudad de Guaranda, donde la alegría se apodera desde las primeras horas, empezando la preparación con las exquisitas comidas hasta el embellecimiento de las calles para el gran desfile, el sonido de las guitarras resuena, y las comparsas se preparan con entusiasmo para danzar a lo largo de todo el desfile, regalando momentos de felicidad a los visitantes que se suman a la celebración del carnaval.

Lo que caracteriza al carnaval de Guaranda es la variedad de coplas que nacen de cada canto que se realiza, es la esencia de la fiesta que se combina con la delicia de platillos y bebidas típicas de la festividad. De este modo Saltos (2019) menciona lo siguiente acerca de la comida en los días de fiesta:

Una especialidad del carnaval de Guaranda ha sido la abundancia y diversidad de comidas: los chigüiles envueltos, a manera de niños tiernos, en hojas odorantes de maíz en sazón: los tamales de idéntica masa pero en envoltura distinta, ósea en hojas de “guaña” y rectangulares, la sopa de “cuchicara” (cuero de chancho) “el mote regado y queso de a peso en la mitad”, a lo largo del blanquísimo mantel, la “cuchí pata” o “emborrajado”, semejante al “niño envuelto” o “amor oculto”, el “picante de gallina” y al fin el “ají de cuy” (p. 57).

Estos platos festivos preparados especialmente para los días de celebración no pueden disfrutarse plenamente sin la compañía de las bebidas tradicionales basadas en la chicha, como se ha elaborado anteriormente y que serán fundamentales tanto para las bebidas como para algunos de los platillos preparados. En esta festividad las bebidas alcohólicas no pueden faltar, y la preparación de puro es esencial para el deleite de propios y extraños durante los tres días de celebración. Además, se elaboran destilados de especiales, como el tradicional “pájaro azul” que es ampliamente conocido, y, por supuesto el canelazo hervido, elementos esenciales que añaden sabor y tradición a la celebración (Saltos, 2019).

Después de haber disfrutado de la comida, las coplas resuenan por todo Guaranda. Aunque se reconoce que la esencia misma de esta festividad radica en las coplas, acompañadas de música, que a través de sus melodías expresan fantasía y realidad, tristeza y felicidad, amor y desamor. No faltan aquellas coplas que hacen alusión a la muerte, cantadas en cada rincón de Guaranda. Al ritmo de la música, estas coplas deleitan los oídos de todos los asistentes a la fiesta (Vásconez, 2012).

Entre las coplas más conocidas se encuentran la siguiente, según Saltos (2019) son las siguientes:

Al golpe del carnaval todo el mundo se levanta, más conociendo a la voz del que suspira o canta. (Estribillo: "Qué bonito es carnaval")

Amor imposible mío, por imposible te quiero, porque el que ama un imposible es amante verdadero (estribillo) (p. 59).

Además de las coplas que resuenan al compás de la música, se encuentran pequeños versos improvisados en el momento o que simplemente brotan del corazón y del sentimiento al pasear por las calles de la ciudad. Estos versos espontáneos suelen ser recitados por un grupo de personas conocidos como las jorgas, quienes los expresan en sus cantos ya sea acompañados de guitarras o acapella. Entre sus versos, Saltos (2019) presenta los siguientes:

Así se hace, Así se hace, así se hace El carnaval chai Mari gusto, chari mari gana, tomarme uni traguito tarde y mañana. (p. 61)

Estos versos, al igual que las coplas, son entonados durante los tres días de fiesta, ya sea en desfiles o en cada esquina de las calles de la ciudad de Guaranda. A medida que transcurre el tiempo y se acerca el tercer día, las coplas experimentan un cambio, convirtiéndose en despedidas que dicen adiós al carnaval, esperando volver a encontrarse con el próximo año. Así, gradualmente, el sonido de las coplas se desvanece lentamente hasta llegar al silencio total, marcando el fin de la celebración y dando inicio la Cuaresma.

En el contexto de los personajes del carnaval de Guaranda, destacan tres figuras principales. En primer lugar, está el “taita carnaval” seleccionado por la comunidad o apadrinado en festividades anteriores, luego la “Carishina”, asume el papel crucial de abrir paso a las comparsas durante el recorrido festivo. Por último, los “Huasi Tupac” desempeñan un papel importante al distribuir chicha y licor durante el desfile por las calles de la ciudad.

En adición a la presencia de diversas comparsas que exhibirán su desempeño folclórico a lo largo del desfile, estarán acompañadas por la contagiosa música de la banda de pueblo y tríos que entonarán sus coplas durante todo el evento. Estos elementos no solo añaden dinamismo al carnaval de Guaranda, sino que también representan y resaltan la rica cultura que caracteriza esta festividad.

Los personajes de la festividad

Para dar inicio al priotazgo de personajes, especialmente al taita carnaval se lleva a cabo un ritual conocido como el “gallo compadre” o “gallo verde” una práctica arraigada a varios pueblos. Consiste en enterrar gallos en la tierra, dejando solo sus cabezas de afuera, luego una persona da vueltas alrededor de los gallos con un machete y procede a cortar sus cabezas, marcando así el comienzo del gallo compadre y transmitiendo el título de taita carnaval a la persona que realiza el acto. De esta manera, se dice que renace el taita carnaval. Un detalle peculiar sobre el taita carnaval es que puede haber sido seleccionado o apadrinado 8 días antes de la festividad o incluso 3 meses antes o desde el año anterior en el momento en que se enterró al carnaval (Chariguaman, 2022).

En este sentido, destaca la figura del taita carnaval o prioste de la celebración, quien realiza una entrada imponente a la ciudad, ya sea a caballo o a pie. La vestimenta que luce no es simplemente ornamental, al contrario que conlleva un profundo significado. De este modo, el personaje conocido como taita carnaval o prioste mayor se viste de manera distintiva, luciendo una indumentaria exclusiva. Esta vestimenta incluye un sombrero negro, que simboliza

protección y respeto hacia el protagonista, rindiendo homenaje a los adultos y ancestros guarandños que los solían usar sombreros.

Además, lleva una banda con el nombre del taita carnaval, donde se reflejan los colores de la bandera de Bolívar y su escudo. Asimismo, porta un boyero o guete que representa la fuerza necesaria para enfrentar problemas y eventos tanto públicos como privados, elaborado a partir de la pata de un borrego y cuero de vaca curtido con una peculiar forma de sogá. Por último, lleva un bastón elaborado con madera y adornado con cintas de colores rojo, blanco y azul, que simbolizan la identidad de Guaranda como se muestra en la siguiente imagen (Turisec, 2023).

Figura 1

Vestimenta del taita carnaval



Nota. Representación de la vestimenta del taita carnaval durante la fiesta. Tomado de El universo (2016).

La carishina, otro personaje sumamente pintoresco en la festividad del carnaval tiene la misión de brindar alegría y despejar el camino para que las comparsas puedan transitar sin obstáculos. Además, de manera traviesa y juguetona, arroja un poco de harina a los transeúntes que se cruzan en su camino. Este personaje es personificado por un hombre vestido de mujer, destacando en su atuendo la elección de vestidos coloridos. Lleva consigo una bolsa que contiene talco o harina para espolvorear a los visitantes y complementar su disfraz con una máscara que imita la apariencia de una mujer. Además, lleva consigo una peluca o sombrero adornado con cintas de diversos colores, realzando así la figura femenina que simboliza. Este particular detalle puede apreciarse de manera gráfica en la siguiente imagen.

Figura 2

Vestimenta de la carishina.



Nota. Representación de la vestimenta de la carishina durante la fiesta. Adaptado de Hernán Murillo (2020).

Los Huasi Tupac desempeñan un papel alegre al recibir a los visitantes con un entusiasmo contagioso para sumarse al espíritu festivo. Estos coloridos personajes carnavalescos tienen la responsabilidad de servir y compartir la chicha u otras bebidas proporcionadas con los participantes. Además, son conocidos por su habilidad para entonar diversas canciones y coplas, lo que les vale en recompensas en forma de la mejor comida típica preparada para la ocasión, durante el desfile acompañan a las comparsas con sus ingeniosas coplas.

En cuanto a su vestimenta, tanto hombres como mujeres visten ponchos rojos con rayas negras y blancas, zamarros blancos, blusas bordadas y sombreros blancos. Las mujeres complementan sus atuendos con faldas coloridas, fajas y chales para protegerse del frío matutino. Adornan sus cuellos con vistosos collares y en algunas ocasiones llevan guitarras para entonar coplas y versos durante el desfile como se muestra en la siguiente imagen.

Figura 3

Vestimenta de los Huasi Tupac



Nota. Representación de la vestimenta de los Huasi Tupac durante la fiesta. Adaptado de Primicias (2023).

Estos personajes son fundamentales en el desfile de Guaranda, sin embargo, también es crucial tener en cuenta las comparsas que acompañan a la banda del pueblo, los tríos que recitan coplas y versos, la presencia alegre del payaso que simboliza la felicidad festiva y el destacado diablo. Este último, con su corneta y traje rojo, se distingue al desmarcarse de las comparsas, escribiendo sus diabluras y picardía a lo largo de todo el desfile.

Antecedentes del turismo cultural

Definiciones y conceptos

Según Du Cluzeau (2000, como se cito en Mallor et al., 2013) indican que históricamente todo turismo es cultural, mencionando que en Europa se realizó primero esta actividad en el siglo XX debido a la riqueza y tradición de su patrimonio. Por otro lado, López

(2001) indica que una de las primeras definiciones del turismo cultural se estableció en 1976 en el “Seminario Internacional del Turismo Contemporáneo y Humanismo” en la ciudad de Bruselas donde indica que es el conocimiento de diversos monumentos y sitios históricos que genera un efecto positivo para su preservación y mantenimiento permitiendo obtener beneficios económicos sociales y culturales para la población.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) el turismo cultural crea diversas oportunidades para la sociedad de una población, evitando el desempleo entre jóvenes y desempleados generando así un sentimiento de orgullo por su cultura, además es una herramienta que permite conservar y realzar el patrimonio cultural inmaterial. Por otro lado, Moreno (2008) manifiesta que el turismo cultural es el acercamiento de los visitantes a sitios patrimoniales de una ciudad mediante una planificación territorial y cultural con el objetivo de tener diferentes experiencias positivas de acuerdo con cada atractivo cultural.

Dicho de otra manera, Jiménez & Jiménez (2013) mencionan que el turismo cultural inicia con la apreciación de elementos pintorescos y coloridos locales como edificaciones, alfarería, monumentos entre otros. En este contexto los turistas tienen la oportunidad de observar y participar en eventos gastronómicos y festividades locales. Por otro lado, Berzunza & Mejía (2003) indican que el turismo cultural se va ascendiendo de manera positiva a nivel nacional e internacional, lo cual ofrece oportunidades para aquellas comunidades que poseen una historia y recursos culturales, generando empleos y recursos económicos además de aumentar el orgullo de sus habitantes.

Por lo cual, todo turista que esté dispuesto a trasladarse de su casa y conocer nuevos sitios tiene el interés de sumergirse en la historia, tradiciones, arte y arquitectura únicos de cada lugar, brindando una experiencia única y enriquecedora aportando al desarrollo económico y social de la comunidad. Dicho de otro modo, para Paz et al., (2018) quien viaja por interés cultural como su arte, religión y etnología entre otros, está dispuesto a conocer y disfrutar los aspectos específicos o combinados de una ciudad región o país.

Tipos de turismo cultural

Los diversos motivos para viajar a los diferentes destinos culturales indican la necesidad de tener una experiencia única, este motivo conlleva a explorar el arte, gastronomía, patrimonio, monumentos etcétera. Por lo cual, es esencial explorar los diferentes tipos de turismo cultural que existen, los cuales se indican en la siguiente tabla.

Tabla 1

Diferentes tipos de turismo

Tipos de turismo	Características
Turismo comunitario	La comunidad es la encargada de diseñar o coordinar el tipo y la modalidad de las actividades y servicios turísticos.
Etnoturismo	Guarda una conexión directa con el patrimonio cultural y natural que se encuentra en comunidades y áreas de carácter ancestral.
Turismo urbano	Este tipo de turismo implica diversas actividades turísticas como las visitas a museos, congresos, ferias, conciertos, obras de teatro etcétera.
Turismo rural	Este tipo de turismo se da en entornos rurales y se lleva a cabo de manera sostenible, está dirigido principalmente para residentes urbanos.
Agroturismo	Se origina a partir del turismo rural, sin embargo, se distingue por acercarse al

Tipos de turismo	Características
	visitante a las actividades específicas del ámbito agrario y sus procesos productivos.
Ecoturismo	Se caracteriza por poner especial énfasis en la preservación de la naturaleza, la conciencia del viajero respecto a la responsabilidad y la participación de la comunidad.
Turismo patrimonial	Se refiere al movimiento de individuos impulsados por el interés particular que ofrecen los recursos patrimoniales de un lugar o área específica.
Turismo religioso	Este tipo de turismo se vincula con los movimientos de personas que viajan por motivos religiosos especialmente se resalta las romerías o peregrinaciones.

Nota. Esta tabla muestra los tipos de turismo con una pequeña descripción. Adaptado del Consejo Nacional de la cultura y las Artes (2015).

Dentro de esta línea de conceptos en este tipo de turismo se refleja la riqueza y amplitud de experiencias que los viajeros pueden disfrutar al sumergirse en la herencia y la identidad de diversas comunidades. Desde el turismo rural que ofrece una conexión íntima con la vida en entornos naturales, hasta el religioso que destacan las peregrinaciones y prácticas espirituales, cada variante ofrece una perspectiva única y enriquecedora. La diversa variedad de iniciativas dentro del turismo cultural permite a los turistas personalizar sus experiencias,

promoviendo un enfoque más holístico y respetuoso hacia la diversidad cultural alrededor del mundo.

Según el Ministerio de Cultura y Deportes (2011) el turismo cultural en la actualidad ha dejado de ser un artículo de lujo reservado exclusivamente para aquellos con tiempo libre y recursos financieros, transformándose en una necesidad e incluso con un derecho, la conexión entre la cultura y el turismo implica la exploración de monumentos y sitios históricos, la inmersión en la historia natural y cultural de diversas comunidades. Por otra parte, Capparucci (2022) menciona que este tipo de turismo es importante porque fortalece la cohesión social, impulsando la consolidación e identidades locales vinculadas a valores y tradiciones.

Por otro lado, Selva (2021) explica que el turismo cultural según el lugar donde se desarrolle puede tener una repercusión efectiva, ayudando a reforzar la identidad, comprensión intercultural y a preservar el patrimonio cultural, mediante los turistas que visiten el sitio. Esto concuerda con Risueño (2014), donde menciona que los turistas están cada vez más interesados en la cultura y son más susceptibles de mantenerla y aprender de ella, dejando de lado el turismo de evasión por la ruptura con la vida cotidiana.

Rogel (2016) menciona que en Ecuador el patrimonio cultural es variado y es por ello, que el desarrollo de su patrimonio cultural tangible e intangible es primordial en todos sus aspectos, para el desarrollo e impacto de la cultura en la sociedad, se encargan las autoridades del estado en hacer que se cumpla esos compromisos.

Es por ello, que fomentar la cultura en la sociedad es primordial para su correcto desarrollo y así conseguir el objetivo de preservar estos conocimientos para los visitantes y las próximas generaciones de la población, todo esto con ayuda de las autoridades del estado. Por lo cual, es indispensable que los habitantes sepan que tan importante es el turismo cultural para el desarrollo socioeconómico de su región.

Relación entre el turismo y la cultura

Según Á. López & Marín (2010) el fenómeno turístico ha experimentado una asombrosa diversificación en su dinámica de expansión, que ha llevado a que ejerza su influencia en una amplia variedad de sitios, dando lugar a formas inéditas de mercantilización. Hace apenas tres décadas, los turistas solían pagar por disfrutar de experiencias limitadas como el sol y la playa, encerrados en grandes resorts. En la actualidad, es común que los turistas desembolsen de los recursos económicos para disfrutar entornos naturales, estructuras históricas y la interacción con diversos grupos culturales.

Hoy en día el patrimonio cultural ha adquirido un papel fundamental como generador de ganancias económicas, su valor económico se transforma en un valor de intercambio a través de la comercialización, convirtiendo a las manifestaciones culturales en productos que se compran y venden al mercado turístico. Aunque se generan beneficios económicos, estos se distribuyen de manera equitativa entre los principales participantes, al mismo tiempo que se observa una pérdida de autenticidad en las expresiones culturales (Banderas, 2017).

La interacción directa o indirecta entre los grupos involucrados en el turismo cultural conduce inevitablemente a la aculturación, siendo la población residente la más afectada ya que está constantemente expuesta al contacto cultural y es la responsable del nivel de satisfacción del visitante con respecto al destino de sus productos asociados. En este contexto surge de la reflexión sobre si cualquier esfuerzo para crear y recrear productos locales o autóctonos implica imponer la imagen o retardar la asimilación del otro (Santana, 2008).

Esto concuerda con Juárez (2012), donde menciona que la relación entre la cultura y el turismo no siempre se desarrollan de manera armoniosa, la disparidad en el nivel de desarrollo entre una región visitada y los turistas pueden generar conflictos potenciales significativos. Además, es posible que la preservación de un alto grado de autenticidad cultural conlleve aspectos negativos para el bienestar socioeconómico de los habitantes locales.

Ventajas y riesgos del turismo cultural

Por otro lado, el turismo cultural tiene diversas ventajas que se benefician al destino turístico y a sus visitantes, ayuda a contribuir a la economía local mediante los gastos que generan los turistas al visitar el patrimonio histórico, artístico y arquitectónico. Además, este tipo de turismo ayuda a conservar y mantener la restauración continua de todo sitio histórico, permitiendo así cuidar la identidad y tradiciones un lugar para las futuras generaciones de los habitantes de un lugar (Gil, 2023).

Según Cedeño et al., (2015) mencionan que el turismo juega un papel importante para la preservación de los diferentes recursos culturales tangibles e intangibles, aquel turista que decida visitar un destino ayudará a fortalecer la cultura y desarrollar una experiencia única, por lo tanto, el vínculo entre cultura y turismo es muy importante para un sitio patrimonial.

Por lo tanto, resulta fundamental analizar las diversas ventajas y riesgos asociados, los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 2

Ventajas y riesgos del turismo cultural

Ventajas	Riesgos
Los negocios locales y sitios históricos tienen el potencial de ser una fuente adicional de ingresos para los residentes locales y contribuir al crecimiento económico en su conjunto.	Ocasiona un incremento en los niveles de contaminación y residuos, dado que la afluencia masiva de turistas puede generar una cantidad significativa de desechos aguas residuales y otros productos indeseados.

Ventajas	Riesgos
<p>Puede dar lugar al desarrollo de infraestructuras como mantenimiento de museos edificios patrimoniales etc. Esto puede elevar la hospitalidad en general y la calidad de vida además de que el destino sea más atractivo.</p>	<p>Perturba a las comunidades locales en su modo de vida y ocasiona el desplazamiento de los residentes, este fenómeno puede dar lugar a cambios sociales y culturales que no necesariamente beneficien a todos los miembros de la comunidad.</p>
<p>Posibilita que las personas tengan la oportunidad de sumergirse en diversas culturas y modos de vida, lo cual puede ampliar sus horizontes y fomentar la comprensión y tolerancia mutua.</p>	<p>Tiene la capacidad de utilizar y dañar los recursos locales, así como la comercialización y mercantilización de la cultura autóctona creando la pérdida de autenticidad de los destinos turísticos.</p>
<p>Tiene un papel crucial en la preservación de</p>	<p>Adquiere una dependencia excesiva del turismo, y en el caso de la disminución de</p>

Ventajas	Riesgos
<p>sitios patrimoniales vinculados a la actividad turística, dado que los ingresos generados por el turismo pueden destinarse a la conservación y restauración.</p>	<p>la industria turística, podría generar un impacto económico significativo en la comunidad.</p>
<p>Tiene el potencial de incrementar la participación de la comunidad, ya que los residentes pueden involucrarse de manera más activa en iniciativas destinadas a atraer turistas y mejorar su entorno.</p>	<p>Tiene el potencial de ocasionar la inflación, dado que el incremento en la demanda de bienes y servicios puede generar un aumento en los precios, dificultando que los residentes puedan afrontar sus necesidades.</p>

Nota. Descripción de las diferentes ventajas y desventajas que tiene realizar actividades culturales. Adaptado de (Barraza, 2023).

La actividad turística ayuda a fomentar diferentes aspectos culturales además de generar tolerancia de los turistas hacia la comunidad anfitriona, respetando sus valores e historia. Sin embargo, a pesar de los beneficios existe una contraparte donde se radica la pérdida de las tradiciones autóctonas, en otras palabras, si solo se adapta a las enseñanzas de

adquiridas fuera y no se mantiene una conciencia arraigada de la propia identidad cultural, existe el riesgo que se diluyen con el paso del tiempo (Santamaría & López, 2019).

Mientras exista el turismo cultural en una ciudad o comunidad, su patrimonio histórico no se pierde debido a los ingresos económicos que dejan los turistas al consumir los servicios. Pero a medida que vaya incrementando el turismo, la cultura del sitio se irá globalizando a los estándares del turista perdiendo su esencia, formará parte de un mercado de marketing y no de una experiencia cultural única.

Preservación del turismo cultural

Según Kruce (2015) conservar los legales culturales en una ciudad es esencial, ya que más allá de ser parte integral de su historia, son cruciales para preservar las memorias colectivas y fomentar el sentido de la pertenencia de los ciudadanos que lo habitan, el patrimonio cultural representa la consolidación del pasado, siendo un marco que perdura y salvaguarda los valores y tradiciones sociales de una época.

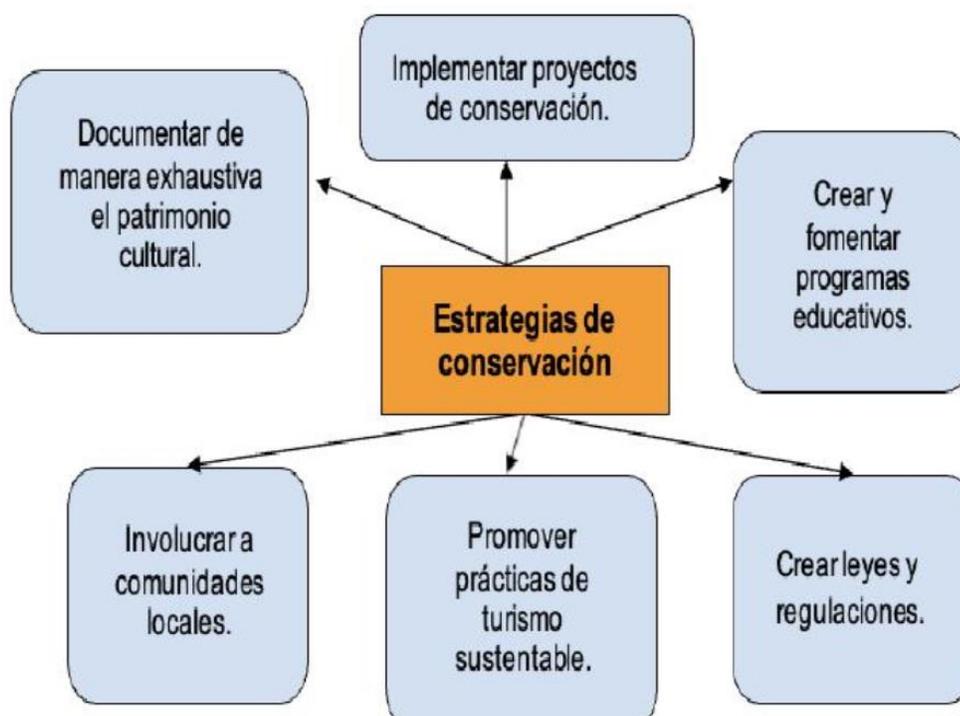
Por otra parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014) menciona que la preservación del patrimonio cultural no solo implica la protección contra condiciones ambientales adversas y daños intencionados, sino también cuidados constantes y una renovación permanente, es esencial concebir al aspecto patrimonial de tal modo que toda mi memoria del pasado y sus saberes tradicionales se guardan con sus funciones sociales y culturales de tal hecho que se revisen y actualicen continuamente en el presente.

Para Ostelea (2019) el turismo sirve como una herramienta para la conservación del patrimonio cultural ya que implica una concienciación de los ciudadanos sobre su nivel de responsabilidad, los viajeros tienen en sus manos la capacidad de practicar un turismo responsable al visitar estos lugares de manera consciente y con la intención de contribuir a la preservación.

Conservar el patrimonio cultural es esencial para la conservación de los conocimientos históricos y edificaciones, a continuación, se muestra una tabla con estrategias para conseguir su preservación.

Figura 4

Estrategias para la preservación del patrimonio cultural



Nota. Esta figura muestra las estrategias que se pueden implementar para la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial.

Por lo tanto, aplicar las correctas estrategias en un entorno cultural permitirá no solo preservar edificios, monumentos etcétera, sino también mantener viva la identidad de una comunidad o ciudad. Es de suma importancia que el estado tenga una combinación de esfuerzos legales, educativos, comunitarios y tecnológicos para garantizar su preservación a largo plazo. Según Santos et al., (2018) la preservación del patrimonio cultural no debería aspirar a mantenerse inalterados o invariables, en cambio, se sugiere la necesidad de buscar,

en cada situación específica, una solución que logre un equilibrio delicado entre la conservación de la identidad y la adaptación necesaria.

Turismo cultural en Ecuador

De acuerdo con la Universidad de San Francisco de Quito (USFQ, 2021) durante los años 1950-1960, la industria turística en América latina estaba en sus primeras etapas de desarrollo, solo países como Brasil, México y Perú eran reconocidos como destinos atractivos para turistas extranjeros, curiosamente la atención internacional surgió de manera paradójica a raíz de un incidente desfavorable en términos turísticos, pues en 1956 se dio un asesinato de misioneros en la Comunidad de la Amazonía, este suceso se hizo internacional y recorrió por varios noticiarios de varios países dando a conocer a Ecuador.

El turismo en Ecuador fue creciendo de manera de que el país se iba desarrollando con el paso del tiempo, fue ganando peso en la economía del país y cada vez los emprendimientos turísticos iban conformándose. A continuación, se muestra una tabla de cómo nació y evolucionó el turismo con hitos importantes.

Tabla 3

Evolución del turismo en Ecuador

Año	Hitos
1928	El presidente Isidro Ayora empezó a crear las bases en el desarrollo turístico mediante firmas de contratos con aerolíneas, construcción de carreteras y ampliación de vías férreas.

Año	Hitos
1930	En el Plan Nacional del país se logra introducir al turismo y crear leyes para su debida regulación.
1947	“Ecuadorian Tours” nace mediante la Unión de 3 empresarios siendo la primera agencia de viajes del país.
1953	Nace la primera agencia de viajes sostenible Metropolitan Touring y da a conocer Galápagos.
1960	El obsoleto Ejido de aviación mariscal sucre de la capital se transforma en un aeropuerto internacional.
1971	Nace un plan inmediato de turismo con la necesidad de armonizar a la oferta con la demanda en la Amazonía
1980	Con ayuda de la OEA se crean corredores turísticos que fueron insertados en el Plan Nacional de desarrollo del año 1980.
1997	Se crean nuevas leyes para el desarrollo turístico donde se dan beneficios e incentivos a quien participe.
2001	El turismo se declara un eje primordial para el desarrollo del estado.

Año	Hitos
2007	Se desarrolla el plan estratégico de desarrollo para el turismo sostenible orientado hasta el año 2020.
2018	Se crea un nuevo plan de desarrollo turístico nacional que busca llamar la atención de inversionistas extranjeros.

Nota. Descripción desde el año 1928 hasta el 2018 de la evolución del turismo en Ecuador.

Adaptado de Parraga (2018).

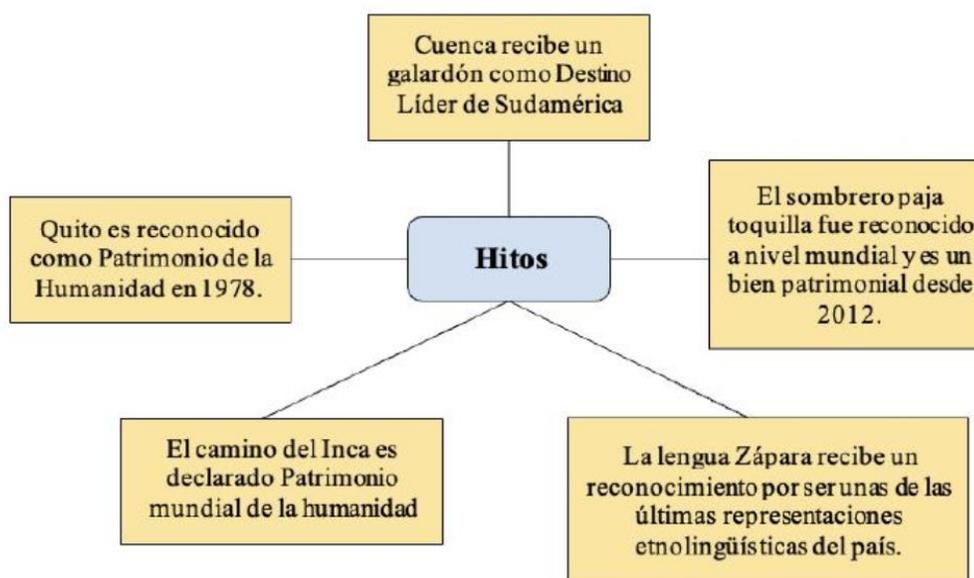
El turismo en Ecuador ha emergido como el componente central de la actividad económica y social, desempeñando un papel crucial en el desarrollo integral y equitativo (Cabrera, 2022). Siguiendo esta línea con el paso del tiempo diferentes tipos de turismo se han ido naciendo y evolucionando, entre los que más destacan en el país son el natural y cultural, a pesar de que las diferentes adversidades se han presentado a nivel mundial. Según Andrade (2010), las principales razones que impulsan a los turistas internacionales incluyendo el interés en las culturas locales y la naturaleza, se estima que la demanda para este tipo de experiencia alcanza alrededor de 30 millones de visitantes.

Enfocándonos en el turismo cultural en el Ecuador según Iturralde (2019) esta actividad turística nace en la provincia de Imbabura respectivamente en la ciudad de Otavalo, debido a su diversidad cultural como su música, danza, artesanías y conocimientos ancestrales, esto generó incertidumbres en los turistas y decidieron viajar al país, por otra parte, en la provincia del Carchi se dio a conocer gracias a dos atractivos culturales únicos como el cementerio de Tulcán y la gruta de la paz.

El turismo cultural en Ecuador ha ido progresando con el paso del tiempo, teniendo gran importancia a nivel internacional, por lo tanto, a continuación, se muestra una figura con los aspectos más importantes del turismo cultural en la región ecuatoriana.

Figura 5

Algunos hitos culturales en Ecuador basados en el turismo



Nota. Descripción de diferentes hitos históricos que obtuvo Ecuador debido a su cultura.

Adaptado de Sandoval (2017).

Según el Ministerio de Turismo (2022), Ecuador nace como un país plurinacional y multicultural, reúne a distintos grupos étnicos y nacionalidades, lo que lo posiciona como un destino singular para aquellos turistas que deseen explorar acerca de nuestra rica cultura y tradiciones. La diversidad cultural y sus diversos destinos turísticos en diferentes partes del país, ocasiona que existan diversas actividades culturales que realizar en el área de la costa, amazonia y archipiélago, gracias a esto, diferentes autoridades del Estado ecuatoriano y empresas privadas han ido creando diversas rutas y circuitos turísticos enfocados en la cultura para turistas nacionales y extranjeros

De acuerdo con Cuascota (2013) las rutas deben planificarse de manera sistemática y organizada, dentro de un lugar específico, ofreciendo diversos lugares y atracciones turísticas

de interés que estén debidamente equipadas con infraestructura turística, vías de acceso, servicio al cliente entre otros. Por lo cual a continuación se muestran algunas rutas turísticas plurales del país.

Tabla 4

Rutas turísticas culturales del Ecuador

Ruta	Descripción
Origen del cacao	Inicia en Palanda, donde se conoce la primera muestra del origen del cacao en la amazonia (Efe, 2023).
Florida-Tulipe	Impulsa el conocimiento de los bienes patrimoniales culturales del noroccidente de Quito (Efe,2023).
Acciones culturales para el municipio de Quito	Con ayuda de asociaciones enfocadas a la preservación de la cultura, esta ruta toma en cuenta el patrimonio intangible y tangible cultural de Quito (Migrante ecuatoriano, 2023).
Molinas y pan	Nace para preservar las antiguas recetas de pan en la ciudad de Cuenca con ayuda del Museo de Conceptas (fundación Turismo Cuenca, 2016).
Sendero de los ancestros	Es una ruta que visita diversos aspectos naturales y culturales como la Laguna de Colta o la Iglesia de Balvanera (Argüello, 2016).

Ruta	Descripción
De las iglesias	Un emocionante recorrido a través del centro histórico de Quito, donde se conocerán las diferentes iglesias que conforman la ciudad (Seguros Equinoccial, 2023).
Recorrido de las siete iglesias	Es uno de los eventos más tradicionales en Guayaquil, donde los feligreses acompañan a Jesús a cada uno de los traslados según la biblia (El universo, 2023).

Nota. Descripción de ocho rutas turísticas culturales de diferentes partes del Ecuador.

Adaptado en base a diferentes autores.

Existen diversas rutas culturales a lo largo del país en cada una de sus provincias dentro de sus cantones, que buscan diversificar la cultura a nivel nacional e internacional. Cada uno de estos elementos son esenciales para el perfeccionamiento turístico del país, sin embargo, en el caso del carnaval de Guaranda esta festividad es indispensable en el Ecuador debido a su diversidad cultural que tiene a inicios del año en la provincia de Bolívar.

Según Ecuavisa (2014) Guaranda es un lugar encantador con atractivos culturales rodeada por siete colinas, normalmente es una ciudad tranquila, pero en su época de carnaval revela su lado más festivo que contiene más de 40 eventos, destacando procesiones de comparsas, bailes, la solemnidad del taita carnaval y el nombramiento de la reina, es por ello que esta festividad es ideal como un producto turístico cultural.

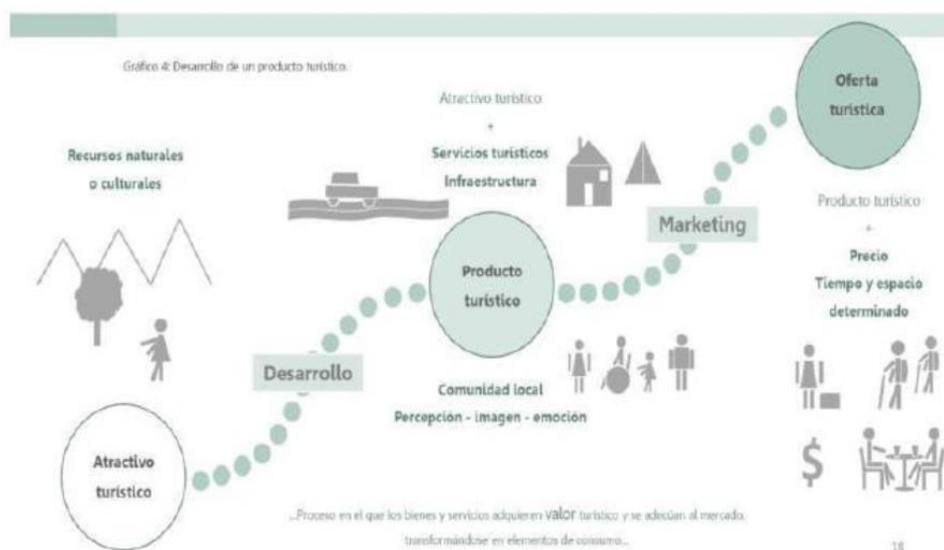
Bajo este contexto, Guaranda esta comprendida con diferentes elementos que permiten realizar el producto turístico de manera sencilla, gracias a su diversidad cultural en su festividad y infraestructura turística en buen estado, creando así un entorno ideal para la creación del producto cultural.

De acuerdo con Dupuis (2020) el producto turístico puede considerarse como un componente único, como una artesanía o como parte de un sistema complejo de elementos interconectados, con diferentes niveles, así como un recorrido interpretativo del patrimonio cultural o natural de la localidad, dicho de otro modo, representan vivencias que los visitantes pueden disfrutar o experimentarlos.

Por lo tanto, el producto turístico es esencial para enlazar diferentes elementos con el fin de crear una ruta llamativa para el usuario que dese conocer un territorio nuevo, estos elementos pueden estar conectados y formar un sistema único de experiencias. A continuación, se muestra un gráfico acerca de los componentes de un producto turístico.

Figura 6

Componente de un producto turístico



Nota. Descripción grafica acerca del desarrollo de un producto turístico con sus diferentes componentes. Adaptado de Subdirección de productos y destinos sustentables (2016).

Los productos turísticos comprenden desde maravillas naturales como playas y montañas, hasta creaciones humanas como edificios, museos y folklore, además abarcan servicios complementarios como transporte y comida entre otros (García, 2023). Por lo tanto,

un producto turístico es esencial para la dinamización de la economía de un lugar donde la cultura sea dominante, donde ofrece a los visitantes conocer un nuevo acervo cultural diferente al suyo, mediante fiestas museos gastronomía etcétera.

Por lo tanto, el carnaval de Guaranda cumple con los requisitos para ser producto turístico según Greenfield (2021) la celebración se extiende aproximadamente una semana, congregaba una multitud en las calles para presenciar o formar parte de sus desfiles donde predominan las máscaras, los colores vibrantes, danzas y carros alegóricos, evidenciando el nivel de dedicación y planificación que conlleva esta festividad.

De acuerdo con Silva & López (2020, como se citó en Mintur, 2019) la infraestructura turística de Guaranda es extensa y demuestra que los residentes de la localidad están interesados en el turismo, considerándolo una fuente significativa de ingresos y oportunidades, esta percepción se traduce como una posibilidad de crear un producto turístico y aprovechar su potencial.

Capítulo II

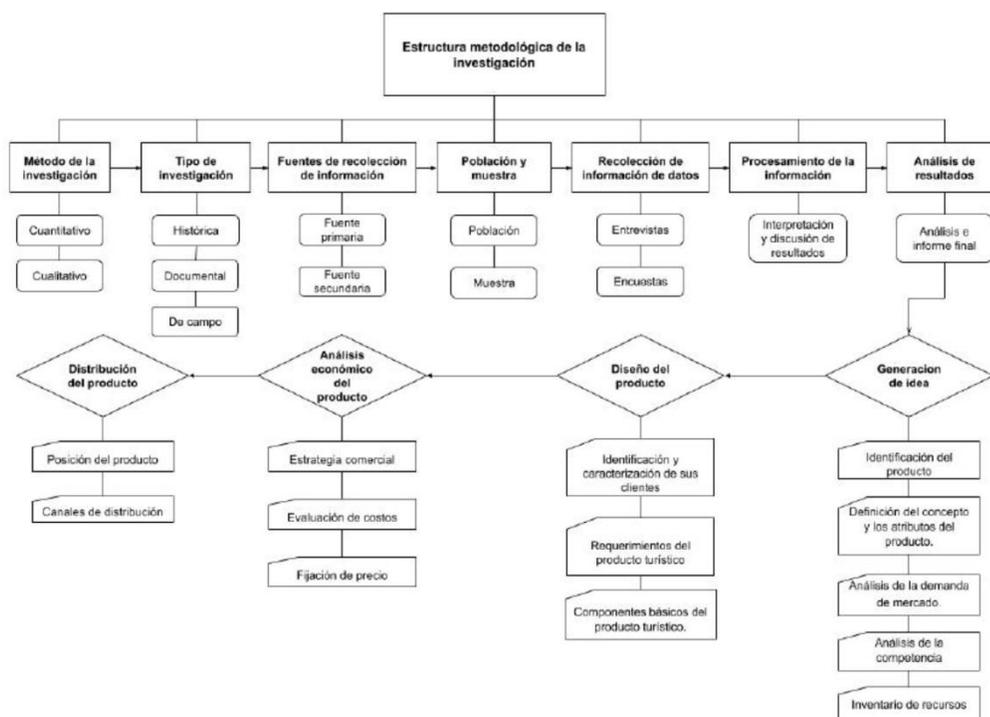
Marco Metodológico

Según Hernández et al., (2014) toda investigación científica es vista como una fusión de diversos procesos empíricos que se utilizan dependiendo del objetivo de estudio, es dinámica pura y en constante evolución, las cuales se observan en tres formas particulares con la investigación cualitativa, mixta y cuantitativa. No obstante, para Bunge (2007) “la investigación científica empieza en el mismo lugar en que la experiencia y el conocimiento ordinario dejan de resolver problemas o hasta plantearlos” (p. 03).

Por lo tanto, en el presente proyecto se considera la propuesta metodológica realizada por Hernández porque esa alinea de manera coherente con los objetivos y enfoques específicos que se busca implementar, proporcionando un marco sólido y relevante para la realización de la investigación y así mismo se toma en cuenta la guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sostenible del Consejo Nacional de Cultura y Arte de 2008, debido a su enfoque integral y actualizado en la gestión sostenible de proyectos turísticos culturales, a continuación se presenta la estructura del esquema donde se detalla los procedimientos que se siguieron para la investigación.

Figura 7

Estructura de la metodología



Nota. Estructura metodológica de investigación tomada de Hernández et al., (2014) y estructura metodológica para la creación de productos culturales tomada de Consejo Nacional de Cultura y Artes (2008).

Método de investigación

Cuantitativo

De acuerdo con Hernández et al., (2014) la investigación cuantitativa recoge diversos datos para realizar la comprobación de la hipótesis como apoyo de una base numérica y un análisis estadístico, con el objetivo de predeterminar varios puntos de conducta y comprobar las teorías, por otro lado, Barrantes (2002) menciona que “Los enfoques cuantitativos buscan llegar el conocimiento “desde afuera” por medio de la medición y el cálculo” (p.68).

Como consecuencia, en la investigación se aplicó la metodología cuantitativa que permitió conocer el número de turistas que visitaron el cantón de Guaranda con el motivo de disfrutar la experiencia del carnaval, esto ayudó a conocer qué tipos de servicios turísticos consumen los turistas y cuánto están dispuestos a gastar al momento de contratarlos, mediante la información estadística recopilada de acuerdo con la aplicación de las encuestas.

Cualitativo

Según Hernández et al., (2014) el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos para definir las diversas preguntas que se realizan en la investigación para saber nuevas cuestiones en el desarrollo de la interpretación, sin embargo Álvarez-Gayou et al., (2014) señala que la investigación cualitativa emplea expresiones verbales, textos, gráficos e imágenes con el propósito de desarrollar mi entendimiento de la realidad social, este proceso implica la consecución, elaboración y verificación teórica, abordado desde una perspectiva holística.

Por lo tanto, en la investigación se utilizó el enfoque cualitativo mediante una entrevista a los diferentes actores turísticos como hoteleros y gastronómicos además de las autoridades encargadas del turismo del GAD de Guaranda, con el objetivo de establecer un análisis en la situación actual del cantón para la posterior creación y producto turístico en base a los fenómenos sociales y culturales que se manifiestan durante la festividad del carnaval.

Tipo de investigación

Histórica

Para Hernández et al., (2014) la investigación histórica es la “recolección de documentos, registros, materiales y artefactos, un punto muy importante es que el investigador debe verificar que el material sea auténtico y que se encuentra en buen estado”. De este modo utiliza métodos y técnicas específicas para analizar fuentes primarias y secundarias con el objetivo de comprender y narrar la evolución de la humanidad a lo largo del tiempo.

En este sentido, la investigación histórica implica el análisis detenido de eventos, individuos, sociedades y culturas pasadas. Este proceso se apoya en una amplia gama de fuentes, tanto primarias como secundarias con el objetivo de reconstruir y comprender de manera profunda los sucesos históricos, sus raíces y sus implicaciones. En este contexto, se ha prestado especial atención a figuras destacadas del carnaval de Guaranda, además, se llevaron a cabo exhaustivas en documentos históricos del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Guaranda y se recurrió a libros específicos sobre el carnaval. Estas acciones han emprendido con el propósito de recopilar información sustancial que contribuyó significativamente al desarrollo de proyecto en cuestión.

Documental

Según Hernández et al., (2014, p. 542) menciona que “las fuentes documentales pueden no tener un acercamiento valioso, los colegas pueden no tener experiencia en el tema de nuestro interés y nuestras experiencias e intuición pueden seguir relevantes o mal entendidas”. Así mismo Chávez (2001, p. 137) describe que la investigación documental es “recolectar la información a partir de los documentos escritos y no escritos susceptibles de ser analizados y pueden clasificarse con investigaciones cualitativas y cuantitativas”.

En este contexto, la investigación documental se enfoca en el análisis de documentos como la fuente principal de datos, estos documentos abarcan una amplia variedad de materiales, como escritos y periódicos que ofrecen información sobre la preparación en los días del carnaval, contenido audiovisual el carnaval de Guaranda que se encuentra disponible en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Guaranda, así como libros como “El regreso del Carnaval” y “Coplas del Carnaval de Guaranda”, los cuales están disponibles en la biblioteca del GAD de Guaranda, además se considera elementos como fotografías entre otros recursos.

De campo

La investigación de campo, según Hernández et al., (2014, p.150) es un “experimento en una situación más real o natural en la que el investigador manipula una o más variables”. De manera similar Gerber y Green et al., (2012, citados en Hernández et al., 2014, p. 150), mencionan que la investigación de campo es “estudios afectados en una situación “realista” en la que el investigador manipula una o más variables independientes en condiciones tan cuidadosamente controladas como lo permite la situación”.

De esta manera, se comprende que la investigación de campo implica la recopilación directa de datos en el lugar donde se desarrolla el fenómeno de interés, en este caso, la festividad del carnaval de Guaranda constituirá el foco de estudio para la elaboración del proyecto. En este proceso, se determina el número de asistentes, se llevaron a cabo encuestas y se obtendrá información directa de quiénes participan en el carnaval. Esta metodología permite a los investigadores de observar y analizar situaciones de manera más realista, ya que la investigación de campo proporciona una comprensión más completa y contextualizada de los fenómenos, contribuyendo de manera significativa al conocimiento en diversas áreas.

Fuentes de recolección de información

Fuente primaria

De acuerdo con Hernández et al., (2014) las fuentes primarias se refieren a las circunstancias en la cual el investigador posee conocimiento acerca de la ubicación de dichas fuentes y cuenta con una familiaridad significativa en el ámbito de estudio correspondiente y dispone de acceso a diversas fuentes, incluyendo a recursos bibliotecarios, filmotecas, hemerotecas y bases de datos de informativas. Por otro lado, Suárez (2023) indica que constituye aquellas fuentes que ofrecen datos e información auténticos y directos de un tema en particular, estos recursos son generados por protagonistas directamente vinculados a los acontecimientos.

Bajo este contexto, una parte principal del proyecto se centró en la recopilación de los diferentes datos históricos del carnaval de Guaranda de manera directa con el objetivo de obtener una comprensión más profunda y precisa de este evento festivo. Los diferentes documentos encontrados como coplas poemas o registros visuales ofrecieron una comprensión más profunda de la expresión artística y cultural, esto proporciona una visión más íntima y detallada de las tradiciones, costumbres y experiencias de los involucrados que finalmente permite desarrollar el producto turístico.

Fuente secundaria

Según Danke (1986, como se citó en Hernández et al., 1991) es una recopilación de diferentes documentos compilados sobre un tema en particular, la mayoría de estos documentos son una fuente primaria. Así mismo incluyen datos dispuestos de manera estructurada y desarrollada, resultados de examinar, resumir y reestructurar fuentes primarias. Estas fuentes abarcan diccionarios, enciclopedias, antologías, bibliografías, catálogos, boletines de sumarios, obras de referencia, entre otras (Avello, 2018).

Por lo tanto, la utilización de fuentes secundarios aporta varios beneficios sustanciales que complementan el análisis basado en fuentes primarias del carnaval de Guaranda, ayudando a situar la celebración dentro de marcos conceptuales más amplios, proporcionando una comprensión más completa de su significado cultural y social. Estas fuentes revelan a lo largo del tiempo las tendencias y cambios que se dieron sobre la festividad, ayudando a trazar la evolución de las prácticas y tradiciones culturales que traspasan de generación en generación.

Población y muestra

Para Hernández et al., (2010 p.174) la población es conocida como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” de la misma forma Artigas & Robles (2010, p. 10 como se citó en Arias 2006, p. 81) describe la población como “un

conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuáles serán extensivas las conclusiones de la investigación”.

En este contexto, la población se define como el conjunto integral de individuos, elementos o eventos que comparten características comunes y que constituyen el objeto de estudio. En este caso, el número de asistentes al carnaval de Guaranda es de 20.000 visitantes en la festividad (Mercurio, 2023). Es importante destacar que una investigación específica puede variar en tamaño y alcance, dependiendo de la naturaleza de la investigación y de los objetivos establecidos por el investigador.

Según Hernández et al., (2014 p. 175), “la muestra es en esencia un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a un conjunto definido en sus características al que llamamos población”. De manera similar Arias (2006, p. 83) describe la muestra como “el subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”.

De este modo la muestra es entendida como el subconjunto seleccionado de la población de interés que se utiliza para realizar observaciones y análisis en un estudio específico. La elección de una muestra representativa es fundamental para que los resultados del estudio sean aplicables y generalizables a la población más amplia. En este caso la muestra de la población de los asistentes del carnaval de Guaranda se va a baso en la fórmula finita (ver tabla 6).

Tabla 5

Fórmula de la población finita

Detalle	Descripción
Análisis	n= tamaño de muestra
	N= número total de personas

Detalle	Descripción
	Z= nivel de confianza 95% (0.95/2) = 0.475)
	Z= 1.96
	E= error de estimación 5% (0.05)
	S= Desviación estándar de la población (0.5)
Cálculo	S2
	N= _____
	$\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}$
	$\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(0.5)^2}{20000}$
	N= _____
	$\frac{0.0025}{3.8416} + \frac{0.25}{20000}$
	N= 376, 920

Nota. Cálculo del tamaño de la muestra.

Recolección de información de datos

Entrevistas

Esta acción consiste en un encuentro diseñado para fomentar la conversación y el intercambio de información entre un entrevistador y el entrevistado en situación de pareja o un pequeño grupo, cabe destacar que, este último escenario, es factible entrevistar a cada miembro de

manera individual o conjunta (Hernández et al., 2014). Por otro lado, Tejero (2021) menciona que “Mediante la entrevista, el investigador persigue acceder a la perspectiva del sujeto estudiado y, así, comprender sus interpretaciones, percepciones y sentimientos, así como su manera de categorizar y explicar sus actos” (p. 65).

De este modo, dentro del proyecto se realizó una entrevista a los diferentes autores turísticos del cantón enfocados al carnaval de Guaranda para obtener información importante acerca de la festividad. Esto mediante una estructuración de seis preguntas, se realizó tres enfocadas en la variable independiente del turismo cultural y por otro lado tres en base a la variable dependiente carnaval de Guaranda, las cuales permiten diseñar el producto turístico (ver anexo 1).

Encuestas

Según el Hernández et al., (2014) son investigaciones correlacionales-causales no experimentales con el propósito de hacer una o más diseño de acerca de un tema en específico. Por otro lado, para Espinoza & Toscano (2015) es una estrategia para recopilar información de naturaleza sociológica, empleando un cuestionario previamente preparado, este instrumento facilita la evaluación de opiniones o valoraciones de individuos seleccionados en una muestra específica con respecto a un tema determinado.

Por consiguiente, se aplicó una encuesta a los turistas que visitan el cantón para celebrar el carnaval de Guaranda, mediante una formulación de un objetivo principal, información básica del encuestado y diversas preguntas de enfocados a las diferentes variables del proyecto. Las cuales están divididas en cinco para la variable dependiente de carnaval de Guaranda y cinco para la variable independiente turismo cultural, con el fin de obtener información acerca de las preferencias de los turistas y poder realizar mediante esto, el producto turístico (ver anexo 2).

Procesamiento de la información

En este sentido, el procesamiento de la información se llevará a cabo mediante la investigación de campo, con el objetivo de recopilar datos útiles para la base de datos que permitirá el análisis de los objetivos de la investigación (Hernández et al., 2014). De la misma forma Figueredo et al., (2019, p. 47 como se citó en Gómez, 2004) “El procesamiento de la información es un continuo que va desde un procesamiento superficial, pasando por un intermedio hasta llegar al más profundo, de carácter semántico, de construcción de significado”.

De esta forma, el procesamiento de la información se realiza mediante una investigación de campo centrada en el proyecto de procesamiento que se lleva a cabo en la ciudad de Guaranda, especialmente entre las personas que asisten al carnaval. También se tomarán en cuenta diversas bases de datos para obtener información fundamental para el desarrollo del proyecto. Estos datos no solo permitieron el éxito en el logro de los objetivos de la investigación, sino que también fueron esenciales para ello.

Análisis de resultados

Para Hernández et al., (2014) en este punto debe recoger los resultados obtenidos y analizarlos para poder obtener una solución al planteamiento de la interrogante además de poder conocer las estrategias para solventar. Así mismo, la sección de resultados en un informe de investigación o un trabajo de grado presenta de manera concisa los descubrimientos derivados de la recolección de datos del estudio y los análisis estadísticos realizados (Rubio et al., 2021).

De este modo, en el presente proyecto la interpretación de los resultados que se obtuvieron de la encuesta y entrevista acerca del carnaval de Guaranda permitió conocer cuál es la situación actual de la festividad y cuáles son las preferencias de los turistas que acuden a ella, con el objetivo principal de crear un producto turístico en base a los resultados obtenidos para fortalecer al turismo en el cantón de manera sostenible y salvaguardar la cultura de carnaval de Guaranda.

Método de la propuesta

De la idea a la identificación del producto

En relación con la concepción e identificación del producto, según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 40) destaca “siempre que desea emprender un negocio, aunque sea a grandes rasgos, ya tenemos en mente qué tipo de servicio o producto ofreceremos y qué necesitamos para ponerlo en funcionamiento”.

Este enfoque indica que, al concebir una idea es esencial centrarse y visualizar el tipo de producto que desea ofrecer, así como los medios necesarios para que este pueda materializarse. En ese sentido, la concepción de un producto turístico relacionado con la festividad tradicional del carnaval de Guaranda, su propósito principal es potenciar el aspecto cultural de establecer celebración arraigada en Guaranda, es crucial una vez que la idea ha sido concedida, identificar claramente el producto resultante. En este caso, el proceso de desarrollo de proyectos se llevó a cabo en la ciudad de Guaranda, consideraba un punto clave para la definición y elaboración del producto turístico.

Definición del concepto y los atributos del producto

Una vez definida la idea de producto se procede con el concepto y atributos del producto, según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 40) menciona que es “necesario que defina y precise lo que se denomina concepto de su producto que consiste en una descripción detallada de su esencia de la base sobre la cual se expresan los atributos o características que la diferencian de otros productos”.

Así, el concepto de producto cultural relacionado con el carnaval de Guaranda se basa en la oportunidad que ofrece al turista de sumergirse en las ricas tradiciones y la autenticidad del taita carnaval durante su visita. Los aspectos clave de este producto se centran en facilitar el contacto directo del turista con la festividad, resaltando el valor de esta celebración como

patrimonio cultural. Además, se busca enriquecer la experiencia del turista al brindarle una perspectiva única al participar en el carnaval y disfrutar de la fiesta.

Análisis de la demanda de mercado

El siguiente punto es el análisis de la demanda y para ello según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 41) menciona que “identifique cuáles son las necesidades y preferencias de los turistas que visiten la zona donde desea comercializar su producto” además que responder a la interrogante: ¿Qué es lo que buscan los turistas cuando visitan esta zona?

Así, el análisis de la demanda emerge como un elemento crucial para entender el mercado al cual se dirige el producto cultural del carnaval de Guaranda. Además de identificar el enfoque del mercado, es esencial determinar las preferencias de los asistentes a la festividad. Este análisis implica examinar las actividades que realizan, los puntos de la ciudad que visitan, sus preferencias gastronómicas, la violencia segura del carnaval, entre otros aspectos, la obtención de estos datos se llevó a cabo mediante entrevistas de encuestas cuidadosamente diseñadas.

Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es crucial para identificar a los competidores dentro de la ciudad de Guaranda que ofrezcan productos turísticos similares. Además, permite evaluar su potencial en el mercado, según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 42), se recomienda lo siguiente:

Realiza un listado de las empresas que ofertan productos para el mismo tipo de turistas que usted ha identificado como sus clientes y luego describa de qué forma ofrecen sus productos cuáles son sus precios y cuáles son las ventajas que tienen sobre el producto que usted esta diseñando.

De esta manera, se buscó comprender el panorama competitivo para adoptar estrategias inteligentes que permitan superar e igualar a la competencia, es fundamental

reconocer el entorno y en particular, si se trata de un mercado poco explorado, adoptar enfoques novedosos e innovadores. La innovación se toma esencial para captar la atención del turista y destacar nuestro producto frente a la competencia, fomentando así la elección de nuestro producto sobre el de otros competidores.

Inventario de recursos

Para el inventario de recursos se toma en cuenta recursos tanto naturales como culturales de la ciudad de Guaranda, según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 43) recomienda que “es necesario que elabore un inventario o listado de los atractivos culturales naturales y patrimoniales que usted espera involucrar en su idea del producto o servicio turístico”.

Así, para llevar a cabo este inventario, se consideran exclusivamente los recursos que se plantea incorporar en el proyecto. Por lo tanto, en la ciudad de Guaranda se llevó a cabo un exhaustivo levantamiento de información turística de los recursos disponibles. Se seleccionaron recursos que destacan por su atractivo, que se encuentran dentro de la ruta prevista y sobre todo sean de los destinos más frecuentados por los turistas.

Sostenibilidad cultural y patrimonial

En el ámbito de sostenibilidad se debe tener en cuenta el ámbito ambiental, social y económico para la generación del producto turístico cultural por ello, según el Consejo Nacional de la Cultura y Artes (2008, p. 44) menciona lo siguiente “revise y aplica las buenas prácticas turísticas analizadas que aspiran a ampliar los impactos positivos que tiene el turismo cultural y reducir los impactos negativos que un mal manejo de la actividad podría tener sobre el medio ambiente y la comunidad”.

En este contexto, el desarrollo de un producto turístico cultural debe basarse en el cuidado y la responsabilidad hacia los recursos naturales, culturales y la comunidad local donde se llevará a cabo el proyecto, en este caso, la ciudad de Guaranda. Los atractivos

seleccionados, ya sean de índole natural o cultural se gestionarán de manera sostenible y responsable. Además, de implementar medidas comunitarias necesarias para garantizar que estas acciones no afecten a la ciudadanía ni comprometan la esencia cultural de la festividad, que constituye el corazón mismo del proyecto

Diseño del producto

Identificación y caracterización de sus clientes

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) un cliente es un consumidor que destina su tiempo a realizar diversas actividades ajenas a su vida cotidiana y que además está comprometida a generar gastos para poder obtener una satisfacción sobre un producto y cumplir sus expectativas.

Por lo tanto, es necesario identificar qué tipos de consumidores están dispuestos a visitar Guaranda, con el objetivo de crear el producto turístico, lo cual es un proceso fundamental para el diseño del mismo, este punto permite conocer las preferencias de los clientes y así adaptarlos a producto final. Es por ello, que se analizó si viajan en grupo, de que genero son, edad y el gasto promedio que hacen en la festividad.

Requerimientos del producto turístico

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) conocer cuáles son las necesidades o impedimentos que requiere producto turístico es esencial para su correcto desarrollo, además se puede saber qué atributo se puede integrar en el producto para mejorarlo.

Hacer esta evaluación nos permite visualizar si existen dificultades al momento de hacer el producto turístico, por lo cual se va a utilizar la siguiente tabla:

Tabla 6

Requerimientos del producto turístico

Atributos del producto	Requerimientos específicos o complejos	Forma de abordarlos
Participación del turista en diversas actividades.	Cuenta con equipamiento necesario.	Capacitación a los proveedores de servicios para una excelente atención.
Incluye elementos como sitios históricos, monumentos, museos, arquitectura, tradicional.	Cuenta con equipamiento necesario.	Capacitación a los proveedores de los servicios para una excelente atención.

Nota. Descripción de los requerimientos que se necesita para visualizar posibles desventajas.

Adaptado de Consejo Nacional de Cultura y Artes (2008).

La combinación de estos atributos puede crear un producto turístico cultural único y atractivo, ofreciendo a los visitantes una experiencia enriquecedora que va más allá del simple turismo convencional fortaleciendo así el turismo cultural.

Componentes básicos del producto turístico

Al momento de realizar el producto turístico es necesario revisar 6 componentes básicos: clasificación de los atractivos turísticos que se utilizará, programa de operaciones, infraestructura y equipamiento, capacidades y requerimientos técnicos del producto, alianzas estratégicas, temporadas de operación (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008).

En este punto se tuvo que desarrollar una exhaustiva investigación sobre los seis componentes enfocados en la creación del producto turístico en base al carnaval de Guaranda. Esto nos permitió conocer qué lugares son los adecuados para los turistas y que

requerimientos tienen para poder recorrerlos, además de verificar si tienen convenios entre los distintos servicios turísticos.

Análisis económico del producto

Estrategia comercial del producto

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 50) la estrategia comercial del producto consiste en “el mensaje y los conceptos que se requieren transmitir y para eso hay que ser convincente y también motivador para quienes conozcan el producto se sientan invitados y decidan consumirlos”.

En este contexto, la estrategia comercial se enfoca en comunicar de manera efectiva la intención de producto que se generará. Esta información será difundida a través de diversos medios de comunicación, que serán cuidadosamente seleccionados en un futuro próximo. La promoción del carnaval de Guaranda requiere una estrategia comercial especialmente diseñada para la difusión online, ya que, a través de los canales de comunicación y plataformas digitales, el producto ganará mayor visibilidad. Reconociendo el papel crucial de la tecnología en cualquier tipo de negocio o iniciativa comercial se busca aprovechar su potencial para ampliar el alcance y conocimiento del evento.

Evaluación de costos

Para la fijación de costos según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) menciona lo siguiente “se debe realizar un listado de los costos incurridos en cada uno de los ítems de proceso productivo con el objetivo de estimar un costo total por el desarrollo de producto o servicio” (p. 51).

Para establecer los costos del producto turístico, es fundamental considerara cada uno de los elementos a lo largo de su proceso de desarrollo. Este enfoque detallado permitirá determinar el costo total del producto, teniendo en cuenta tanto aspectos operativos como requisitos específicos para si ejecución. En el contexto de la evaluación de costos del proyecto,

se abordaron tanto los costos fijos como los variables asociados al producto turístico del carnaval de Guaranda.

Fijación de precio

Finalmente, la fijación del precio es correspondiente a asignar un valor al producto que se está realizando darle valor en sentido de términos monetarios tomando en cuenta tanto las condiciones socioeconómicas, la imagen, la calidad del producto, la inversión y el costo total requerido para la elaboración y desarrollo del producto al considerar todos estos ámbitos. La fijación del precio debe estar centrada en un precio accesible y mismo que valga la pena y que ayude a recuperar la inversión asignada al inicio (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008).

Así, la determinación del precio para el producto turístico del carnaval de Guaranda debe considerar primordialmente el contexto socioeconómico de quienes accederán a este atractivo. Es vital tener presente que se trata de un producto que ofrece una experiencia cultural y la vivencia de tradiciones arraigadas en el carnaval. La calidad de este debe ser representativa, justificando así su valor. Además, es esencial reconocer que la fijación de precio debe ser consciente, reflejando la inversión y costos totales necesarios para el desarrollo del producto. Esta tarifa debe ser accesible y al mismo tiempo asegurar la rentabilidad necesaria para recuperar la inversión al final del proceso.

Distribución del producto

Posición del producto

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) es importante identificar si el producto final es un complemento a otros productos turísticos mayores o es un producto único e independiente.

Por lo tanto, en el proyecto se definió el lugar donde se ubica el producto para el correcto desarrollo de las actividades turísticas en el cantón de Guaranda, permitiendo conocer

si el producto se complementa con otras ofertas del cantón o si por si solo podía atraer a una gran masa de turistas, por lo cual se definió que esta oferta se puede conjugar con otras propuestas, como en el caso de las actividades adicionales de los hoteles o lugares seleccionados para realizar turismo.

Canales de distribución del producto

Es indispensable que se cree un inventario turístico donde se integre varios servidores turísticos como agencias de viajes o tour operadores, además de establecimientos hoteleros importantes, para que cumplan un papel importante en la planificación y gestión del itinerario turístico (Consejo de la Cultura y las Artes, 2008).

En este punto del proyecto, se decidió elaborar una lista de todas las agencias de viajes, operadores, restaurantes y hoteles que realicen sus actividades en el cantón Guaranda con el objetivo de comunicarnos con estos para poder distribuir el producto a la clientela determinada de manera eficaz.

Capítulo III

Análisis del producto turístico cultural

Un producto turístico se configura como una amalgama de componentes tangibles e intangibles de un determinado espacio geográfico, con el objetivo de realizar actividades turísticas específicas. Esto abarca aspectos como el patrimonio cultural, las atracciones locales, instalaciones e infraestructura y la facilidad de acceso al destino turístico, por lo tanto, el turista requiere una combinación de experiencias y actividades (Araújo, 2018).

Según Muro & Saraiva de Souza (2019) indican que los productos turísticos son considerados de manera simultánea como una oportunidad económica y social, logrando un equilibrio que genera efectos positivos para la región. Estos efectos están arraigados en destinos turísticos que no solo poseen una presencia física, sino también una dimensión sociocultural que constituye un patrimonio diverso lo cual permite al turista buscar experiencias capaces de cumplir sus expectativas.

Por lo tanto, la creación de un producto turístico cultural es esencial para el desarrollo económico de una región y además ayuda a fomentar la cultura mediante diversas actividades enfocadas al turista. Un producto cultural ayuda a promover el vínculo entre el turista y la comunidad local, generando así un respeto e interés sobre el modo de vida y actividades que se desarrollan en una región como alto impacto cultural.

Para la creación de un producto turístico cultural se debe tener un amplio conocimiento sobre la actividad cultural que se desarrolla y de igual modo de las áreas donde se desarrollan los dinamismos. Una vez estudiado estos lugares culturales se debe crear diferentes conceptos o ideas innovadoras para el producto turístico final enlazado con las preferencias o sugerencias de los potenciales consumidores todo adaptado a las tendencias actuales turística

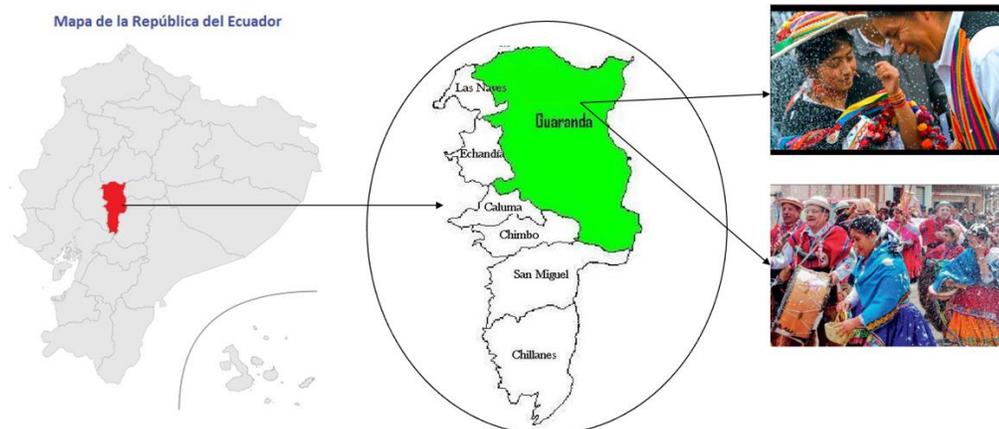
Delimitación del área de estudio

Bolívar es una provincia de Ecuador que se ubica en las faldas del volcán Chimborazo, lleva su nombre desde 1884 en honor al Libertador Simón Bolívar esta región sirve como un puente que conecta la costa con la Sierra mediante diversas rutas, su extensión es de 3252 km² sino en la provincia más pequeña del país, su clima es cálido-húmedo o templado-frío, convergiendo el páramo andino y el subtropico costero, así mismo es diverso en identidad cultural en sus diferentes lugares desde tiempos inmemorables (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

La provincia es atravesada por la cordillera de Chimbo, que empieza desde la meseta occidental de Chimborazo contando con grandes elevaciones como Capadiac, Gallorumi y el Catanguán (ver figura 8). Su red hidrográfica está compuesta por diversos afluentes entre ellos el Simiatug, el Suquibi, el Pallatanga, el Caluma, el Telimbela, el Santiago y Cristal. Su principal río es el Chimbo constituido por la confluencia de los ríos Salinas y Guaranda, atravesando la región de norte a sur y fungiendo como frontera natural con la provincia de Chimborazo (Avilés, 2016).

Figura 8

Delimitación geográfica de la provincia de Bolívar



Nota. Mapa político de la provincia de Bolívar con sus diversos cantones. Adaptado del Plan de Ordenamiento territorial (2020).

De acuerdo con Núñez (2015) la creación de esta provincia tuvo su origen con los cantones de Guaranda, Chimbo y San Miguel, posteriormente se incorporaron a esta demarcación los cantones de Chillanes, situado en el altiplano suroeste, así como Caluma, Echeandía y las Naves, ubicadas en la zona intertropical. Por lo tanto, el estudio se centra en el cantón Guaranda que es la capital de la provincia de Bolívar con una altitud de 2668 m sobre el nivel del mar.

Guaranda es una urbe de dimensiones modestas, se presenta como un enclave pintoresco y multicolor, situado en la cordillera occidental de los Andes, cuenta con un clima variable con temperaturas que van desde los 15° y 21°, su infraestructura no pasa desapercibida ya que es llamativa, sus casas no pasan de los 3 pisos y cuenta con estrechas calles, su gente habla español y quichua (GADM de Guaranda, 2023b).

Está situada a 220 km de la ciudad de Quito y a 150 km de Guayaquil, es también conocida como “la ciudad de las 7 colinas” debido a su ubicación entre 7 colinas: San Jacinto, Loma de Guaranda, San Bartolo, Cruz Loma, Tililag, Talalag y el Calvario. Además, cuenta con

parroquias urbanas Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo, por otra parte, cuenta con parroquias rurales como Salinas, Simiatug, San Simón, San Lorenzo, Santa Fe julio Lorenzo, Julio Moreno, Facundo Vela y San Luis de Pambil (GADM de Guaranda, 2023b).

Guaranda tiene una superficie de 1820 km² y cuenta con una población aproximada de 65000 habitantes en todo el cantón, su economía está netamente basada en la ganadería, agricultura y el comercio. Según El Comercio (2019) el cantón no cuenta con grandes instalaciones fabriles por lo cual más de 1500 pequeños negocios de comercio o turismo ayudan a sustentación económica de Guaranda.

En el centro histórico de Guaranda se tiene presencia de 28 establecimientos turísticos y más de 7 iniciativas de experiencias turísticas que están vinculadas con la cultura, el patrimonio, la gastronomía y la tradición, subrayando así la riqueza y diversidad de las ofertas turísticas en la región (Velasco, 2023). Además, Guaranda cuenta con una de las mayores fiestas del país que atrae a turistas nacionales como extranjeros, esta festividad se da en febrero de cada año y conlleva mucho tiempo de preparación, bajo este contexto el estudio se basa en la fiesta del carnaval de Guaranda.

Según el GADM de Guaranda (2023a) el inicio de las festividades se adelanta una semana antes de la fecha establecida a nivel nacional en Guaranda, donde se realiza comparsas y bailes (ver tabla 7).

Tabla 7

Días establecidos para los eventos del carnaval de Guaranda

Día	Evento	Actividades
Lunes	Carnaval infantil	Concurso de coplas
Miércoles	Carnaval institucional	Concurso
Jueves	Carnaval universitario	Elección de la reina (San Miguel)

Día	Evento	Actividades
Viernes	Carnaval	Elección de la reina (Guaranda)
Sábado	Carnaval indígena	Ingreso del taita carnaval
Domingo	Carnaval	Comparsa (Guaranda)
Lunes	Carnaval	Comparsa (Balsapamba, Caluma)
Martes	Carnaval	Comparsa (Echeandía)

Nota. Descripción de las diferentes fechas que se empieza los eventos del carnaval de Guaranda. Adaptado de GADM de Guaranda (2023a).

El carnaval empieza desde las pequeñas comunidades en donde la alegría abunda en los hogares, esta fiesta va escalando de pueblo en pueblo hasta llegar a la fiesta mayor en Guaranda, donde las comparsas, bailes y desfiles abundan. Otro punto importante de esta festividad son sus personajes, los cuales son elegidos en las comunidades. Además, el famoso licor “pájaro azul” se reparte a los visitantes y familiares para hacer más amena la fiesta, de igual manera está celebración une a dos culturas diferentes, la religión católica y las creencias indígenas, por último, esta festividad tiene una duración de 3 días.

De acuerdo con esto, el principal objetivo de esta investigación es crear un producto turístico cultural en base a esta festividad de modo que la cultura del sitio prevalezca y ayude a potenciar el turismo. Además, se toma en cuenta diversos recursos naturales y culturales de la región y diversos servidores turísticos para que sirvan como apoyo al para la realización del

producto con la meta de satisfacer la experiencia que el turista se merece al momento de visitar la ciudad, dando a conocer más lugares para fomentar la cultura guarandea. Por lo cual se procede a continuación con la primera etapa para el diseño de nuestro producto turístico cultural basado en el carnaval de Guaranda.

Etapas 1: Generación de la idea

Identificación inicial del producto

La identificación de un producto de ese proceso de distinguir y reconocer un artículo, producto lugar específico entre el resto, este proceso implica considerar varios elementos, como el nombre de producto, su ubicación, su función o propósito, la marca asociada u el evento que se va a celebrar en ese lugar entre las características distintivas. Estos elementos hacen que el producto se destaque entre los demás, la identificación precisa del producto es fundamental para generar ideas para su desarrollo, comercialización y promoción, según sea necesario.

Así, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) “Siempre que se desea emprender un negocio, aunque sea a grandes rasgos, ya tenemos en mente qué tipo de servicio o producto ofrecemos y qué necesitamos para ponerlo en funcionamiento” (p. 40), es decir se debe tener en mente a qué se va a enfocar un producto o servicio previo a su desarrollo además que este deberá contar con varias características que deben ser previamente determinadas e iniciar el desarrollo de producto.

En este sentido, al iniciar un negocio, es común tener una idea clara del servicio o producto que se ofrecerá, así como lo de los requisitos necesarios para ponerlo en marcha, ya que lo anteriormente enunciado, sugiere que existe una planificación previa y una comprensión básica de los aspectos fundamentales del negocio antes de comenzar.

En este contexto, el desarrollo de la identificación de productos se enfoca en el cantón Guaranda, donde se celebra el carnaval mayor, conocido como taita carnaval, se ha

identificado este evento para ser considerado como un producto, teniendo en cuenta su importancia y sus características únicas. Esta festividad está llena de alegría, historia, cultura y tradición, las cuales deberían ser reflejadas, mantenidas y compartidas tanto con los habitantes locales como con los habitantes que acuden a esta celebración.

De esta forma, la celebración del carnaval en Guaranda ofrece una variedad de actividades y programas a lo largo de todo su desarrollo, que incluyen conciertos, serenatas y otras actividades organizadas por el comité de fiestas. Esta festividad también demuestra la identidad cultural local a través de elementos como la elección del taita carnaval, las ñustas, el guagua carnaval y la mamá carnaval, que son parte integral de esta celebración. Al compartir estas tradiciones con los visitantes, se promueve y fortalece la identidad cultural de la región.

Además, de la presencia de los personajes del carnaval durante todo el desfile de la confraternidad, entre estos, se encuentra como principal el taita carnaval, el cual lleva como vestimenta un poncho rojo, una batuta de madera y un particular sombrero de color negro, es la encargada de abrir la fiesta y de llevar la algarabía durante todo el recorrido cantando coplas al ritmo de la música.

La carishina es un personaje peculiar, es un hombre disfrazado de mujer en el cuál lleva una larga cabellera o puede ser corta, también con un hermoso vestido de colores destellantes que se abre camino entre las personas, para que las comparsas puedan pasar su trayecto, lo realiza desde el inicio hasta el final del desfile para abrir paso a los bailarines.

Al igual que la guagua carnaval y la mamá carnaval son personajes principales que acompañan durante todo el recorrido al taita carnaval ofreciendo bebida y dulces a los asistentes durante todo el recorrido del desfile. Por supuesto los acompaña, los tríos musicales que entonan canciones y cantan coplas en conjunto con la banda que dan alegría y ritmo del carnaval.

En este sentido, entre las ventajas de este producto turístico está la oportunidad de compartir la identidad cultural, el desarrollo histórico y las tradiciones del carnaval de

Guaranda. Esta celebración ofrece la posibilidad de integrar a las personas para que conozcan la gastronomía local, la identidad cultural y las actividades que el municipio realiza para el desarrollo de esta festividad. Además, permite conocer la elaboración y preparación de alimentos como el dulce de zambo y la elaboración del pájaro azul.

Además, en los últimos años la infraestructura turística de Guaranda ha experimentado un incremento y mejora significativas para atender a los turistas, al igual el carnaval al ser considerado patrimonio cultural intangible del Ecuador ha despertado interés entre las personas de los países vecinos, que aún no han visitado y muestran interés en conocerlo y visitarlo.

El carnaval de Guaranda se destaca entre otros productos turísticos por tener uno de los desfiles más largos del Ecuador, con la participación de 210 comparsas, además ofrece conciertos gratuitos para los asistentes y programas especiales como la elección del taita mamá y guagua carnaval, así como el concurso de la reina del carnaval de Guaranda. Durante el desfile se puede disfrutar de varios tríos musicales que interpretan compras distribuyen el pájaro azul, una bebida alcohólica típica de Guaranda, junto con dulces de zambo y chocolates. Otro aspecto que hace el carnaval de Guaranda sea preferido como producto turístico con sus atractivos turísticos de adicionales.

Conceptos y atributos del producto

El 31 de octubre del 2002 el carnaval de Guaranda fue declarado patrimonio intangible del Ecuador por su diversidad cultural, la cual se origina en el cantón chimbo funcionando la cultura indígena con la cultura española, llegando así a formarse la fiesta más representativa de Bolívar (Ministerio de Turismo, 2014). Por lo tanto, esta festividad es un acto de diversidad cultural que atrae turistas de todos los rincones de la región con el fin de vivir esta experiencia única.

Según Camacho & Riquetti (2011) el carnaval de Guaranda destaca como una celebración muy conocida en Ecuador, atrayendo a numerosas personas de diversas áreas hacia la provincia de Bolívar con el fin de celebrar esta festividad arraigada. Estos eventos

carnavalescos en Guaranda representan encuentros culturales que fomentan un proceso intercultural, marcado por escenarios y momentos diversos en los que se observan transformaciones significativas.

Durante el carnaval de Guaranda se utilizan diversas cosas para su celebración como talcos, flores, maicena y por supuesto el elemento principal que es el agua. Esta ceremonia se caracteriza por la participación de comparsas, bailes públicos, conciertos, pregones etcétera. En esta actividad el sueño desaparece y desde muy temprano se empieza con los preparativos gastronómicos como el chanco, las humitas, dulce de zambo entre otros, los mismos que se compartirán con familiares o visitantes (GADM de Guaranda 2023a).

Por otro lado, en el carnaval de Guaranda se puede disfrutar de diferentes versos que podrían ser dirigidos a amistades, familiares, figuras políticas entre otros, compartiendo un rasgo distintivo: la astucia y la comicidad (Urgentebo, 2017). En este sentido, se puede observar que esta festividad es una exaltación a la cultura guarandeña donde se puede aprender de sus costumbres y poder vivirlas en carne propia, lo cual permite que sea ideal para la creación de un producto turístico, a continuación, se muestran los atributos y conceptos de la festividad (ver tabla 8).

Tabla 8

Atributos y conceptos del carnaval de Guaranda

Concepto	Atributos
Integrar al turista en la fiesta de carnaval de Guaranda mediante diferentes actividades culturales que permitan la preservación de la	Servicios turísticos de excelente calidad en base a las preferencias del turista.
	Integración cultural con el turista y la comunidad anfitriona.
	Preservación cultural y salvaguardia de la identidad.

Concepto	Atributos
identidad y sobre todo brindar un servicio de calidad.	Concientización sobre el respeto a otras culturas.
	La comunidad es tomada en cuenta para el desarrollo de las actividades.
	Sitios culturales únicos para salvaguardar el patrimonio.
	Facilidades y comodidades de primera calidad para el turista.
	Experiencia única garantizada mediante la cultura.

Nota. Se encuentra una tabla con el concepto y los atributos que tiene el producto cultural para diferenciarse de los demás.

Por lo tanto, conocer el concepto y atributos del producto es esencial para ofrecer una experiencia enriquecedora para el turista y este puede disfrutar de el carnaval de la mejor manera. De este modo, los diferentes atributos que tiene el producto son esenciales para dar un servicio único y especializado enfocado al turista, permitiendo que el visitante tenga una visión positiva sobre la cultura, con el fin de que se logre preservar la identidad guarandeña y salvaguardar el bienestar de la comunidad.

Análisis de la demanda

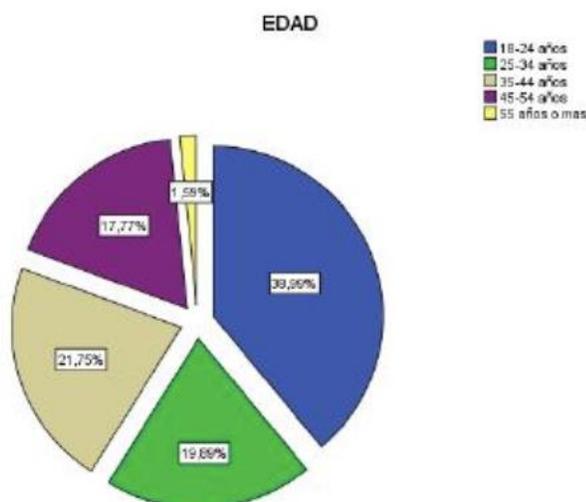
El análisis de la demanda consiste en comprender mejor el comportamiento de los clientes y tomar decisiones claras sobre la fijación de los precios, la segmentación del mercado, la planificación de la producción y la estrategia de marketing. Ya que, al comprender la demanda de sus productos o servicios, la empresa podrá ajustar sus estrategias para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores de manera más eficiente y efectiva.

En este sentido, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 41) menciona lo siguiente “identifique cuáles son las necesidades y preferencias de los turistas que visitan la zona donde se desea comercializar su producto” por ello el hacer un previo estudio de campo para conocer las necesidades que tiene una determinada zona es de suma importancia debido a que así se conoce lo que necesitan y qué es lo que está dispuesto a adquirir los posibles y potenciales clientes.

De este modo, mediante la aplicación de la encuesta se obtuvieron resultados significativos con respecto a la edad (ver figura 9), actividades culturales (ver figura 10), tiempo de estadía (ver figura 11) y preferencia de hospedaje (ver figura 12) que son elementos importantes que se analizan seguidamente con el fin de determinar la demanda para la conformación del producto turístico en los puntos previamente determinados.

Figura 9

Edad



Nota. Determinación de la edad.

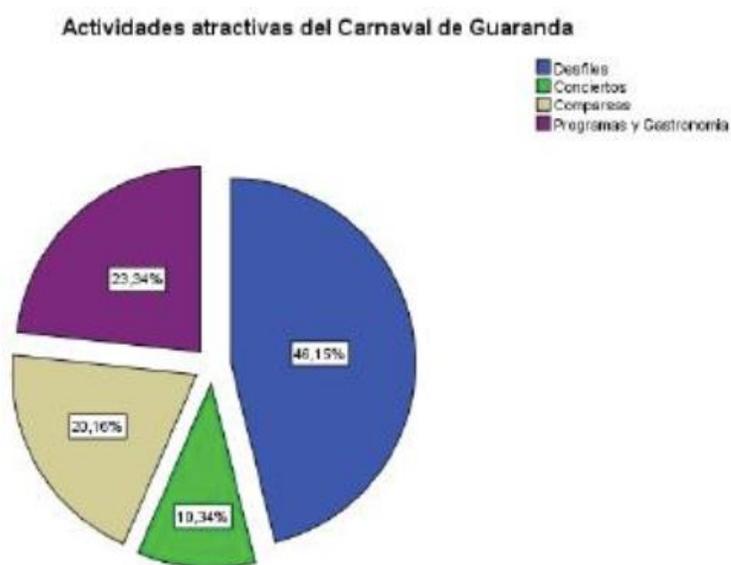
Según se muestra en la imagen del 100% de las personas intervenidas el 38,9% de los encuestados lo que equivale a 147 personas tienen entre 18 y 24 años, por otro lado, el

21,75% es decir a 82 personas tienen entre 35 y 44 años el 19,89% que son 75 personas tienen entre 25 y 34 años el 17,8% que son 67 personas tienen entre 45 y 54 años y finalmente el 1,59% que representan 6 personas tiene 55 años o más.

Según estos datos, se infiere que la mayoría de los asistentes del carnaval de Guaranda pertenece a grupos de edad de 18 a 24 años, seguidos por aquellos que tienen 35 y 44 años, mientras que la presencia de personas mayores de 45 años sería mínima.

Figura 10

Actividades atractivas del carnaval de Guaranda



Nota. Determinación de las actividades turísticas.

Según los resultados de las encuestas se observa que el mayor interés entre los encuestados 46,15% se centra en los desfiles del carnaval, le siguen la importancia de los programas y la gastronomía que despiertan el interés en el 23,34% de los encuestados, mientras que las comparsas atraen al 29,16% y por último los concursos generan un interés menor siendo seleccionados por el 10,34% de los encuestados.

Según las respuestas de la encuesta se puede observar que el mayor interés de los encuestados se centra en los desfiles del carnaval lo que indica que esta actividad es la que

más llama la atención entre los participantes, a su vez los programas y la gastronomía también genera un nivel significativo de interés, seguidos por las comparsas y por último los conceptos parece ser la actividad que menos interés despiertan los entre los encuestados.

Figura 11

Tiempo de estadía



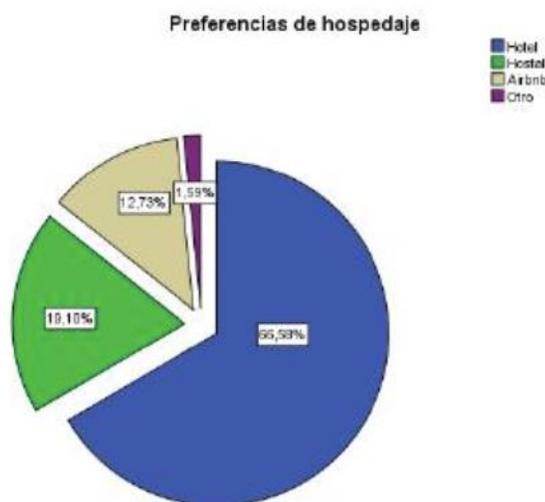
Nota. Determinación del tiempo de estadía.

De los encuestados el 42,44% que son 160 personas piensan quedarse 2 días en el carnaval, el 27,32% representado 103 personas piensan quedarse un solo día, el 19,10% que son 72 personas piensan que quedarse 3 días y el 11,14 planea quedarse más de 4 días.

Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados planean quedarse entre 1 y 3 días en el carnaval, con la mayor parte de ellos optando por una estadía de 2 días. Un porcentaje más pequeño tiene intención de quedarse más tiempo con un 11,14% planeado una estadía más de 4 días.

Figura 12

Preferencia de hospedaje



Nota. Determinación de la demanda.

Del 100% de los encuestados del 66,58% manifestó que se hospedaría en hoteles, el 19,10% preferirían los hostales, el 12,73% optaría en airbnb y el 1,59% optaría por otro tipo de hospedaje.

Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados tiene intención de hospedarse en hoteles seguidos por aquellos que prefieren los hostales y airbnb, solo un pequeño porcentaje optaría por otro tipo de hospedaje como por ejemplo glamping u otra alternativa.

De esta manera, se puede determinar que la demanda para el carnaval de Guaranda esté dirigida principalmente a una población de entre 18 y 24, años quienes muestran interés en los desfiles, programas de gastronomía que ofrece el evento. También es importante que considerar que esta población tiene a adoptar por hospedarse en hoteles por una duración de estadía entre 1 y 2 días.

Basándonos en el análisis de las encuestas aplicadas anteriormente y los resultados obtenidos, se puede observar que la demanda se centra principalmente en la atracción hacia

los programas y la gastronomía. Estos aspectos deben ser prioritarios y cuidadosamente considerados en el desarrollo del producto turístico, ya que son los que captan la atención de los turistas que visitarán al carnaval de Guaranda. Además, es crucial generar actividades llamativas y atractivas para el público objetivo, asegurándonos de que estén en línea con las preferencias de edad que muestran mayor demanda para asistir al carnaval, ya que estos constituyen nuestros potenciales clientes para la adquisición de producto turístico.

Inventario de recursos

En cuanto al inventario de recursos turísticos dentro del producto turístico del carnaval de Guaranda, se consideran tanto recursos naturales como culturales que complementen la visita del carnaval y que estén cerca, ofrecieron una experiencia única a los visitantes. A continuación, se detallan los atractivos turísticos que se utilizará para el recorrido de las rutas que se construirán para el producto turístico.

Por ello, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 43) manifiesta que “es necesario que elabore un inventario o listado de los atractivos culturales naturales y patrimoniales que usted espera involucrar en su idea de producto o servicio turístico” ya que de este modo se tendrá un listado de los atractivos clasificados entre naturales y culturales además de recursos que serán parte del producto turístico, y de esa manera se podría definir claramente una propuesta para los clientes potenciales.

De este modo, a continuación, se detalla en la siguiente tabla los atractivos turísticos y recursos que formarán parte de la ruta turística, incluyendo los más destacados que conformarán el producto turístico del carnaval de Guaranda (ver tabla 9).

Tabla 9*Descripción de recursos turísticos*

Nombre del recurso	Tipo de recurso	Estado	Protección	Condiciones de uso
Carnaval de Guaranda	Cultural	Bueno	Es una festividad cultural además de ser considerada como patrimonio cultural intangible del Ecuador.	Acceso a la entrada libre ya que se lo realiza por las calles de la ciudad.
Plaza roja	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la municipalidad de Guaranda.	Acceso libre.
Catedral	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la municipalidad de diócesis de Guaranda.	Acceso libre.
Monumento y museo indio Guaranga	Mixto	Bueno	Se encuentra protegido por la municipalidad de Guaranda.	Costo de entrada.
Museo de la Guitarra	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la	Acceso libre.

Nombre del recurso	Tipo de recurso	Estado	Protección	Condiciones de uso
			municipalidad de Guaranda.	
Minas de sal	Natural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Salinerito	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Deshidratadora de hongos	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Fabrica de licores de salinas	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.

Nombre del recurso	Tipo de recurso	Estado	Protección	Condiciones de uso
Hilanderas de salinas	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Fabrica de chocolates salinerito	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Museo de Salinas de Guaranda	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Iglesia de Salinas	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Museo salinas yuyay	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de	Costo de entrada.

Nombre del recurso	Tipo de recurso	Estado	Protección	Condiciones de uso
			Salinas de Guaranda.	
Fabrica de infusiones y cosméticos naturales	Cultural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
La cruz de salinas	Natural	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.
Eco aldea de salinas	Mixto	Bueno	Se encuentra protegido por la comunidad de Salinas de Guaranda.	Costo de entrada.

Nota. Análisis de los diferentes recursos turísticos para el diseño del producto turísticos, adaptado de Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008, p. 43)

Los otros activos mencionados en la tabla formarán parte de la ruta dentro de un producto turístico del carnaval de Guaranda, han sido seleccionadas por su especial importancia, características distintivas y belleza natural y cultural, que contribuyen a la historia y cultura de Guaranda. Entre estos destaca el carnaval de Guaranda como atractivo principal de producto turístico, además de Salinas de Guaranda, como uno de los principales destinos turísticos de la zona, estos atractivos han sido cuidadosamente seleccionados para formar parte de la experiencia turística que disfrutarán los visitantes de adquirir el producto turístico

Análisis de la competencia

En este punto, de acuerdo con la metodología de creación de productos culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2008) se analiza si los productos turísticos de la competencia si cumplen con las expectativas de los turistas y cómo se han ido desarrollando en la actualidad. Para lo cual es necesario analizar cada uno de los de ellos para poder identificar si es una competencia directa o no y además saber en qué se puede diferenciar nuestro producto con los demás. Por lo tanto, se analiza los puntos turísticos de interés del cantón Bolívar (ver tabla 10) como sitios de referencia para conocer cuáles son sus cualidades, que ofrece al turista y sus diferentes precios como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 10

Análisis de la competencia en la provincia

Ubicación	Características del producto	Cuanto cuesta	Ventajas sobre mi producto
Salinas	Conocidos por sus minas de sal elaboración de quesos y demás microempresas que	Cuenta con varios Tours que van desde los 55 dólares en adelante cuenta	Salinas es un destino turístico destacado de la provincia además de reconocido

Ubicación	Características del producto	Cuanto cuesta	Ventajas sobre mi producto
	surgieron gracias al cooperativismo.	con actividades como la visita a la fábrica de chocolate y queso, minas de sal y otros lugares incluyendo transporte por lonche y almuerzo.	internacionalmente personas de emprendimientos con la fábrica de quesos.
Caluma	Una localidad con un clima agradable en donde se destaca por sus recursos naturales y sus cultivos de naranja.	Está integrada en paquetes turísticos que oscilan desde los 67 dólares donde se visita sus atractivos naturales como cascadas el bosque protector y la elaboración de panela.	Se destaca por su agradable clima subtropical y la oferta de turismo ecológico.
Chimbo	Se encuentra en el centro de la provincia su casco	Tiene tours desde los 20 dólares en el cual existen	El precio de los Tours es muy barato con

Ubicación	Características del producto	Cuanto cuesta	Ventajas sobre mi producto
	urbano cuenta con diversas edificaciones antiguas y además su fe católica juega un papel muy importante para el turismo.	diferentes iglesias aledañas en las diferentes comunidades, además de conocer un hermoso santuario de igual manera cuenta con transporte y alimentación.	referencia a los demás sitios turísticos.
San Miguel	Es de segundo cantón más extenso de Bolívar donde se destaca por tener atractivos religiosos naturales y culturales.	Cuenta con tours desde 45 dólares en donde se visitará la gruta de Lourdes las iglesias los santuarios y museos, de igual manera incluye transporte y alimentación variada.	Es un cantón muy dinámico y reconocido por sus sitios culturales y religiosos.

Nota. Se muestra los diferentes puntos turísticos que pueden ser potenciales competidores para nuestro producto.

Por lo tanto, se puede observar que cada sitio turístico de Bolívar cuenta con diferentes características que lo hacen especial, por un lado, está Salinas un destino turístico por excelencia, lo que se convierte en la principal competencia de producto turístico de Guaranda, debido a su famoso modelo de gestión comunitaria, lo que la hace referente como un sector arraigado a la economía popular y solidaria. Esta pequeña parroquia ofrece visitas a sus diversas fábricas comunitarias, de igual modo ofrece caminatas hacia el bosque de Peña blanca, cascada de moras, cueva de tiagua o las minas de sal entre otros.

Por otro lado, está Chimbo un referente en el turismo religioso debido al desarrollo de la fiesta de la Virgen del Guayco donde atrae a miles de feligreses, también destaca su evento *dow hill* en octubre o la elaboración de guitarras e instrumentos a base de finas maderas. Mientras que en San Miguel se destaca por tener recursos naturales y culturales como, la gruta de la Virgen, en sus diversos bosques y además su museo del Bastión Andino. De igual modo, está Caluma que se distingue por su agradable clima subtropical el cual es ideal para visitar sus recursos naturales como, la cascada de Plomovado, cascada Tres Pailas, cascada de Chorrera y el bosque protector Peña blanca.

Por lo tanto, la oferta turística de Bolívar es variada y cuenta con diversidad de servicios que debido a la fortaleza de productos turísticos únicos. Su producto estrella es la parroquia de Salinas de Guaranda, en donde se destaca por sus empresas comunitarias en diversos productos además se enfocan en atraer al turismo para aumentar los ingresos económicos para los habitantes, por lo cual se determinó que es la competencia directa para el producto turístico del carnaval de Guaranda.

Sostenibilidad cultural y patrimonial

Una vez identificados los recursos turísticos para el desarrollo del producto turístico ubicados en la región de Bolívar, se determina que cada uno de ellos son de gran importancia

para la sustentabilidad cultural y patrimonial. Por lo cual es necesario que se conserve cada uno de los componentes que conforman el carnaval de Guaranda, como sus coplas, personajes, comparsas entre otros, ya que se busca tener estabilidad entre el turismo y la comunidad cultural, evitando así que se deteriore con el paso del tiempo estos aspectos culturales y mantenga intacta para las futuras generaciones.

Por lo cual, para el respectivo análisis de este punto se ha tomado en cuenta dos preguntas de la entrevista realizada a los diferentes actores turísticos (ver tabla 10) que abordan sobre los aspectos culturales más importantes sobre la preservación de las tradiciones festivas además de la relación entre el turismo y el carnaval de Guaranda.

Tabla 11

Entrevista a servidores públicos de Guaranda

Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Qué papel juega la preservación de las tradiciones culturales durante el carnaval de Guaranda en la atracción de visitantes interesados en el turismo cultural?
Darwin Pomagualli Director de Cultura, Turismo, Deporte y Desarrollo social GAD Guaranda	Ha influido bastante el tema de la educación, realmente el tema de educación intercultural bilingüe y a todo el sistema educativo mismo desde hace unos 15 años atrás, hay un cambio rotundo en la cultura desde el sector campesino, el sector indígena especialmente las compañeras mujeres han mantenido y han modernizado

Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Qué papel juega la preservación de las tradiciones culturales durante el carnaval de Guaranda en la atracción de visitantes interesados en el turismo cultural?
	también su vestimenta, pero respetando su cultura.
Gustavo Fiero Coordinador del Itur de Guaranda	La gente que viene a Guaranda viene a tener una experiencia, porque una cosa es que yo lo cuente y otra cosa que ellos y vivan parte de la cultura que se genera dentro del ámbito social. Es la experiencia lo que busca el turista, por lo tanto, si, la preservación de la cultura es esencial para el desarrollo del carnaval con sus tradiciones tan particulares como las coplas, comparsas o el simple hecho de jugar con el agua y la maicena.
Carlos Aldaz Taita Carnaval electo 2024	Se va perdiendo lo nuestro, y de lo que se trata en mi papel como taita carnaval actual, es rescatar esto, buscar esto y luchar, no lo voy a poder rescatar en un ratito tengo que hacerlo en un trabajo desde los niños para ir desde ellos nuevamente inculcando el carnaval, su

Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Qué papel juega la preservación de las tradiciones culturales durante el carnaval de Guaranda en la atracción de visitantes interesados en el turismo cultural?
	propia identidad, las coplas haciendo concursos con ellos para que empiecen a disputarse entre escuelitas entre unidades educativas.

Nota. Representación de las diferentes preguntas y respuestas realizadas a los servidores públicos del cantón Guaranda.

Por lo tanto, en la primera pregunta (ver tabla 11) acerca de la preservación cultural se ha identificado que los saberes culturales han ido modificando con el paso del tiempo, tanto de parte de las comunidades aledañas como de los ciudadanos. Por lo cual los entrevistados están trabajando para poder rescatar esta identidad cultural perdida y modificada con el fin de salvaguardar para las futuras generaciones y que así las festividades sean lo más parecidas posibles a como comenzaron sus primeros años.

Tabla 12

Entrevista a servidores turísticos de Guaranda

Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Cuáles son los aspectos culturales más destacados que atraen a los turistas a la región durante el carnaval de Guaranda?
Darwin Pomagualli	Desde que se declaró a Guaranda rincón mágico se han adecuado diferentes

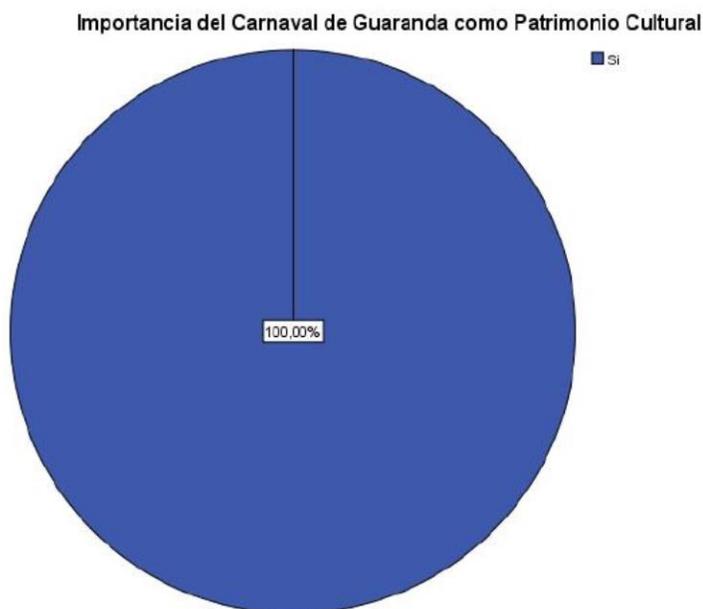
Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Cuáles son los aspectos culturales más destacados que atraen a los turistas a la región durante el carnaval de Guaranda?
Director de Cultura, Turismo, Deporte y Desarrollo social GAD Guaranda	lugares para el uso y disfrute del turista como el barrio la pila, el Museo de la guitarra o el Museo del indio guaranga entre otros lugares gracias a estos se a reactivado un poco la economía.
Gustavo Fiero Coordinador del Itur de Guaranda	Según mi punto de vista los turistas actualmente no vienen por la parte cultural ellos llegan por los artistas internacionales que llegan a dar sus conciertos de manera gratuita para el público y costosos para el municipio una vez terminada la presentación muchos turistas vuelven a sus hogares y no pernoctan ni visitan Guaranda.
Carlos Aldaz Taita Carnaval electo 2024	Los aspectos culturales de acá, siempre ha sido la tradición de la guitarra esto de las comparsas, la calidez de la gente donde le brinda un dulce de zambo, una copita de pájaro azul y por supuesto una buena mojadita, pero poco a poco se ha

Entrevistado /cargo	Preguntas
	¿Cuáles son los aspectos culturales más destacados que atraen a los turistas a la región durante el carnaval de Guaranda?
	ido perdiendo muchísimas más tradiciones.

Nota. Representación de las diferentes preguntas y respuestas realizadas a los servidores públicos del cantón Guaranda.

Por otra parte, en la pregunta de los aspectos importantes más destacados se ha determinado que han adaptado varios lugares para que los turistas puedan disfrutar de la cultura guarandea como museos o plazas con el objetivo de que la cultura se preserve. Sin embargo, los entrevistados concuerdan que algunos de los turistas no llegan a Guaranda por su cultura sino por los conciertos y por embriagarse lo que genera que la cultura se deteriore con el paso del tiempo.

De igual modo, en la encuesta aplicada se pudo determinar que la importancia de la preservación del patrimonio cultural de Guaranda y el interés que tienen los turistas sobre la misma (ver figura 13) la cual se muestra a continuación.

Figura 13*Importancia de la cultura guarandeña para los turistas*

Nota. Representación de la importancia del patrimonio cultural de Guaranda.

En síntesis, se determina que la cultura guarandeña juega un papel crucial para su preservación y sostenibilidad con el paso del tiempo, además de esta festividad es una festividad valiosa para los turistas, sobre todo para la comunidad ya que ayuda a dinamizar la economía, lo cual es importante para el bienestar de la gente del cantón. Sin embargo, las autoridades deben trabajar con más perseverancia a la hora de realizar estas fiestas para poder preservar el patrimonio de manera sostenible.

Por lo tanto, se debe preservar y cuidar el patrimonio cultural de la ciudad para garantizar su continuidad en el futuro. Esto garantizará que las futuras generaciones mantengan lo más auténtica posible la cultura y pueden ofrecer una experiencia única a la festividad. Por lo cual, en el desarrollo del producto turístico se toma en cuenta estos aspectos sostenibles con el fin de no deteriorar la cultura y ofrecer una experiencia inigualable al turista.

Comprobación de la hipótesis

Para confirmar el planteamiento de la hipótesis se emplea la prueba de chi cuadrado, la cual consiste en comparar el trayecto que hay entre lo que ocurre y lo que ocurriría si las variables fueran independientes. Ya que, así no existe ninguna distancia entre ambas situaciones, el índice suministra el valor cero, mientras más lejos se encuentra de ese valor, se entiende que existe la mayor relación entre las variables (Manzano, 104).

En este sentido se plantea una tabla en la que se cruzaron dos preguntas, una de la variable dependiente y otra de la variable independiente, con el fin de demostrar la validez de la hipótesis. Asimismo, se busca determinar si el carnaval de Guaranda, como manifestación cultural, contribuye al turismo cultural del callejón interandino. A continuación, se presentan los resultados (ver tabla 13)

Tabla 13

Tabla cruzada.

Tabla de contingencia Del 1 al 5 tomando en encuesta 5 es el puntaje más alto que tanto interés tiene en aprender sobre la historia y el significado cultural detrás de las festividades del Carnaval de Guaranda a través de guías especializados o charlas educativas. * ¿Está usted de acuerdo en que el carnaval de Guaranda contribuye al fortalecimiento del turismo cultural del cantón?	
¿Está usted de acuerdo en que el carnaval de Guaranda contribuye al fortalecimiento del turismo cultural del cantón?	Total
Totalmente de acuerdo	De acuerdo

Tabla de contingencia Del 1 al 5 tomando en encuesta 5 es el puntaje más alto que tanto interés tiene en aprender sobre la historia y el significado cultural detrás de las festividades del Carnaval de Guaranda a través de guías especializados o charlas educativas. * ¿Está usted de acuerdo en que el carnaval de Guaranda contribuye al fortalecimiento del turismo cultural del cantón?

	1	Recuento	3	0	3
		% del total	0,8%	0,0%	0,8%
Del 1 al 5 tomando en encuesta 5 es el puntaje más alto que tanto interés tiene en aprender sobre la historia y el significado cultural detrás de las festividades del Carnaval de Guaranda a través de guías especializados o charlas educativas.	2	Recuento	0	3	3
		% del total	0,0%	0,8%	0,8%
	3	Recuento	37	48	85
		% del total	9,8%	12,7%	22,5%
	4	Recuento	51	45	96
		% del total	13,5%	11,9%	25,5%
	5	Recuento	166	24	190
		% del total	44,0%	6,4%	50,4%
Total		Recuento	257	120	377
		% del total	68,2%	31,8%	100,0%

Nota. La tabla demuestra la información del cruce de las preguntas.

Tabla 14*Comprobación de Chi-cuadrado*

Chi cuadrado			
	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
De Pearson	73,898 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	78,431	4	,000
Asociación lineal por línea	54,046	1	,000
Nº de casos validos	377		

a. 4 casillas (40,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,95.

Nota. Comprobación de la hipótesis de Chi cuadrado.

En este sentido, al haber establecido la hipótesis se comprueba la incidencia del turismo cultural para determinar actividades culturales para el carnaval de Guaranda, es importante desarrollar dicha oferta delineada a las nuevas tendencias del turismo, aprovechando los recursos naturales y culturales que posee en el cantón Guaranda a través de diversas actividades que se pueden realizar y que son de agrado de los visitantes.

Finalmente, el resultado obtenido de la prueba fue un valor de significancia de ,000 resultado inferior a 0,05 mismo que conlleva a confirmar la hipótesis, asegurando que el carnaval de Guaranda si contribuye al turismo cultural del cantón, de este modo, es oportuno desarrollar un producto turístico cultural que refleje la afirmación de la prueba del Chi Cuadro,

donde se pretende ajustar la festividad cultural, aprovechando los recursos culturales y naturales que posee en el Cantón Guaranda, a través de diferentes actividades impartidas por los guías además actividades que son atractivas para los turistas.

Capítulo IV

Diseño del producto turístico cultural sustentable

Un producto turístico es un conector esencial para promover la economía de un determinado sitio geográfico, además de conocer las diferentes culturas a los turistas que visitan estos lugares ayudando a la preservación de esta. Un producto turístico engloba diversas actividades como visitas a centros históricos, museos, cascos coloniales, centros de relajación, degustación de alimentos autóctonos, visita a sitios naturales, monumentos y festividades, entonces las actividades son de vital importancia porque el turista logre cumplir las expectativas que desea obtener con la visita al lugar.

En este sentido, para la creación de un producto turístico se debe tener un amplio conocimiento sobre el lugar donde se va a desarrollar y crear las diferentes actividades culturales, se debe escoger de manera adecuada a los sitios de interés según las preferencias de los turistas y a partir de esto crear un producto innovador, es de suma importancia que se respete la cultura local para que no se altere la experiencia del consumidor. Por lo cual una vez realizado el respectivo análisis y pruebas procede realizar a detalle cada una de las actividades que van integradas al producto turístico cultural sustentable.

Por lo tanto, para el diseño de producto cultural final se desarrolla la etapa 2, la cual está compuesta para la segmentación de los clientes con el objetivo de identificar las preferencias de estos, de igual modo para poder detallar las actividades que se puede realizar dentro de la ruta. Una vez finalizada esta fase, se desarrolla la etapa 3, la cual está compuesta por el desarrollo del análisis económico donde se detalla punto por punto los gastos que se generen en toda la ruta cultural además se especifica todo el proceso comercial que se utiliza dentro del producto o como parte de la estrategia operativa.

Por último, se finaliza con la etapa 4, la cual está compuesta por el posicionamiento del producto dentro de la región mediante una cadena productiva turística dentro del cantón Guaranda.

Etapa 2: Diseño del producto

Tabla 15

Identificación y caracterización de los clientes

Perfil del cliente
<p>El producto turístico cultural del carnaval de Guaranda es dirigido a hombres y mujeres de entre 18 y 34 años abarcando hacia una población joven y adulta, este grupo demográfico tiene su residencia mayoritaria en las provincias de Cotopaxi y Pichincha, siendo éstas nacionales, convirtiéndolos en los principales clientes potenciales para la adquisición del producto turístico.</p> <p>Además, dado que se ha determinado que se trata de jóvenes y adultos, se estima que muchos de ellos estudian y trabajan. Por lo tanto, se ha calculado un presupuesto de 60\$ para su viaje al carnaval, el cual se destinará a cubrir sus necesidades básicas y garantizar una experiencia cultural memorable. Asimismo, se puede inferir que la mayoría de ellos son solteros y cuentan con la independencia necesaria para viajar a Guaranda y disfrutar el carnaval.</p>

Nota. Se muestran las características principales de los potenciales clientes.

Requerimientos del producto turístico

Dentro de los requerimientos de producto turístico (ver tabla 14) es necesario realizar una evaluación acerca de los recursos y atractivos que conformarán el producto turístico para

determinar si estos tendrán algún costo de inversión al igual si cuenta con los permisos necesarios para poder ejercer el uso de espacios turísticos y también determinar si es necesario realizar capacitaciones para mejorar la persona, en este sentido se ha realizado un análisis donde se muestra los atributos y requerimientos específicos del producto turístico y cultural de Guaranda.

Tabla 16

Requerimientos del producto turístico de Guaranda

Atributos del producto	Requerimientos específicos o complejos	Forma de abordarlos
Potencializar la vivencia cultural del carnaval de Guaranda.	Experimentar de primera mano el desfile del carnaval de Guaranda.	Conservando la identidad cultural de los guarandeños y sus costumbres.
Contar con recursos turísticos culturales y naturales óptimos.	Contar con lugares en óptimas condiciones sean estos espacios públicos o privados.	Inculcar a los turistas el valor de la conservación de espacios naturales y culturales.

Atributos del producto	Requerimientos específicos o complejos	Forma de abordarlos
Generar una experiencia cultural en el turista	Permitir al turista vivir la experiencia de carnaval de Guaranda.	Promocionar el producto turístico mediante redes sociales y páginas web.

Nota. Requerimientos del producto turístico cultural del carnaval de Guaranda.

Los requerimientos de producto turístico del carnaval de Guaranda incluyen la preservación de la identidad cultural y el cuidado de lugares naturales que se visitan durante el recorrido. Los aspectos destacados de productos turísticos son las actividades turísticas de Guaranda, que ofrecen espacios óptimos para el desarrollo de actividades turísticas y la atracción de turistas, es fundamental mantener y cuidar la identidad cultural de esta hermosa tradición.

Al igual que los servicios turísticos a lo largo del recorrido se distinguen por su habilidad en el trato del cliente y su hospitalidad. Debido a que este producto turístico es estacional y se centra en las festividades carnavalescas, Guaranda se llenó de música y alegría en sus calles, ofreciendo a los turistas la oportunidad de vivir una experiencia única.

Componentes básicos del producto turístico

Al hablar de los componentes básicos de un producto turístico, estos se enfocan en satisfacer las necesidades previamente identificadas mediante el análisis de la demanda y otros aspectos relacionados. Estos componentes son fundamentales para configurar y crear un

producto turístico cultural en el cual el turista podrá presenciar la fiesta del carnaval y vivirla de primera mano en conjunto con actividades complementarias que serán determinadas para una experiencia única a los turistas que visitan por primera vez el carnaval y generan una experiencia única. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes).

La clasificación de los atractivos se realiza previamente, dividiéndolos en atractivos naturales y culturales, estos atractivos se utilizarán para el producto turístico, además es importante desarrollar un programa de operaciones que incluye el conjunto de actividades, al atractivo a visitar, los horarios y los servicios que se ofrecerán así, como la persona encargada de cada actividad, Esto es crucial para obtener un mayor detalle y comprensión del producto turístico.

El producto turístico ofrece una amplia gama de atractivos recursos que incluyen una infraestructura y equipamiento de alta calidad, así como recursos materiales y humanos en óptimas condiciones. Nuestro personal altamente capacitado garantiza una atención excepcional y un servicio de calidad para que los turistas disfruten al máximo su estancia y adquisición de nuestro producto turístico.

El producto turístico tiene características muy particulares, como sus temporadas de desarrollo, por ejemplo, el carnaval de Guaranda es una festividad anual que se lleva a cabo entre los meses de febrero y marzo. Debido a esto, el producto es estacional y de naturaleza turística, durante estas temporadas no se puede garantizar un clima perfecto ya que esto dependerá de la suerte y de las condiciones climáticas del año.

Finalmente, para el producto turístico se han realizado alianzas estratégicas con los prestadores de servicios turísticos a los cuales acudirán esto debido a que la previa reservación y acercamiento con los mismos permitirán obtener un mejor servicio y de calidad para que nuestros turistas obtengan el mejor trato y lleven una experiencia única de este producto ya que estarán entrando a una experiencia única.

Este producto turístico, se estableció alianzas estratégicas con proveedores de servicios turísticos. Esta es colaboración asegura que nuestros clientes reciban un servicio de calidad y les brinda la oportunidad de disfrutar de una experiencia única, la reserva anticipada y la comunicación previa con estos proveedores garantiza un trato excepcional para nuestros turistas, ya que nos esforzamos por complacer y ofrecer experiencias inolvidables a quienes elijan nuestro producto.

A continuación, se presenta una tabla detallando los componentes básicos del producto turístico de carnaval de Guaranda, incluye aspectos como actividades de horarios de infraestructura equipamiento y recursos involucrados en un producto turístico cultural, ofrece un enfoque general en todos los atractivos y actividades disponibles permitiendo verificar si los atractivos cuentan con la infraestructura adecuada y el equipamiento necesario para nuestros turistas (ver tabla 16).

Tabla 17

Full day ritmo de Guaranda – Itinerario

Full day “Ritmo de Guaranda”			
Código:	Duración: 9 horas	Carácter:	Dificultad:
		Cultural	Baja
Idioma de Guianza:	español	Estilo:	
Centro de operaciones:	Cantón Guaranda		
Full day			
Hora	Actividad	Encargado	
09:00-	Concentración en la	Tour líder	
09:30	Plaza Roja y bienvenida.		
09:20-	Caminata hacia la plaza	Tour líder	
09:30	15 de mayo.		

Full day “Ritmo de Guaranda”		
09:30-	Ubicación respectiva para	Tour líder
10:00	observar el carnaval de Guaranda.	
10:00-	Experiencia del carnaval	Tour líder
13:00	observación del desfile, comparsas y personajes.	
13:00 –	Caminata hacia el	Tour Lider
13:15	restaurante Cacique Guaranga	
13:15-	Almuerzo en el	Tour líder
14:30	restaurante cacique guaranga.	
14:30 –	Descanso y espera del	Tour lider
15:00	transfer	
15:00-	Transfer al Museo de la	Transfer
15:10	guitarra.	
15:10-	Visita a el Museo de la	Tour líder
16:00	guitarra.	
16:00-	Transfer al museo indio	Transfer
16:10	guaranga.	
16:10-	Visita y fotografía en el	Tour líder
17:30	Museo indio guaranga.	
17:30-	Retorno a la Plaza Roja y	Tour líder
18:00	despedida.	

Full day “Ritmo de Guaranda”

18:00	Fin de full day.	Tour líder
-------	------------------	------------

Nota. Actividades para realizar en el full day.

Tabla 18

Guion Full Day

Guion N°1 Full Day “Ritmo de Guaranda”

El itinerario inicia a las 9:00 h de la mañana con una concentración en la Plaza Roja el día dará la bienvenida a los participantes a esta gran aventura cultural del carnaval de Guaranda, posterior a ello 9:30 h de la mañana se realizará una caminata hacia la plaza 15 de mayo y para ubicarse entre las principales calles para poder observar el carnaval de Guaranda, en el cual, nuestros turistas podrán ser partícipes para disfrutar de la cultura de esta festividad.

El recorrido del carnaval es ampliamente largo, pero solo se tomará tres horas de la experiencia carnavalera. A la 13:30 h de la tarde se realizará el almuerzo en el restaurante cacique guaranga, posterior a esto a las 2:30 h tomaremos un transfer que nos llevará hacia el Museo de la guitarra, hay que tomar en cuenta el tráfico que habrá esto que habrá estos días por los carnavales y por ello se ha tomado en cuenta el salir antes para poder llegar temprano.

A las 15:00 h de la tarde estaremos en el Museo de la guitarra para poder realizar un recorrido, mismo que tendrá una duración de 1 hora en donde se podrá realizar fotografía y observar la cultura e historia de la ciudad de Guaranda, posterior a esto se realizará un transfer de 10 minutos a 15 tomando en cuenta el tráfico hacia el museo indio guaranga, en este museo nuestros turistas tendrán una guianza por parte del guía que se encuentra en el Museo y les explicara acerca de las personas que destacaron en la historia de Guaranda, las principales figuras históricas entre otros. Además, que este museo ha incluido varios

Guion N°1 Full Day “Ritmo de Guaranda”

atractivos como miradores, un bosque iluminado y ciertas figuritas de duendes que crean una historia, además de sentirse que estás dentro de un lugar mágico se realizará fotografía y los turistas tendrán alrededor de 1:30 h para poder disfrutar del lugar y de observar sus miradores.

A las 5:30 h se realizará un retorno en transfer hacia la Plaza Roja en donde se realizará la despedida con el Tour del líder, agradecido por su asistencia a este medio lleno día de experiencias y se entregará un souvenir y con eso se habrá finalizado el día.

Observaciones	El uso del spa tiene un costo extra y no está dentro del paquete. Cargos extras no lo cubre el paquete.
Recomendaciones	Uso de calzado y vestimenta cómoda y ligera. Llevar botella de agua. No separarse del grupo.

Nota. Descripción de las actividades a realizar en el full day.

Figura 14

Representación en el mapa de la ruta



Nota. Representación grafica de la ruta de full day.

Tabla 19

Itinerario de la ruta de tres días

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”			
Código:	Duración: Tres días	Carácter:	Dificultad:
		Mixto	Media
Idioma de Guianza: español	Estilo:		
Centro de operaciones: Cantón Guaranda			
Día 1			
Hora	Actividad	Encargado	

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”		
09:00-	Concentración en la	Tour líder
09:20	Plaza Roja y bienvenida.	
09:20-	Caminata hacia la plaza	Tour líder
09:30	15 de mayo.	
09:30-	Ubicación respectiva para	Tour líder
10:00	observar el carnaval de Guaranda.	
10:00-	Experiencia del carnaval	Tour líder
13:00	observación del desfile. Comparsas y personajes	
13:00 –	Caminata hacia el	Tour lider
13:15	restaurante Cacique Guaranga	
13:15-	Almuerzo en el	Tour líder
14:30	restaurante cacique guaranga.	
14:30 –	Descanso y espera hasta	Tour líder
15:00	que llegue el transfer	
15:00-	Transfer al Museo de la	Transfer
15:10	guitarra.	
15:10-	Visita a el Museo de la	Tour líder
16:00	guitarra.	
16:00-	Transfer al museo indio	Transfer
16:10	guaranga.	

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”		
16:10-	Visita y fotografía en el	Tour líder
18:30	Museo indio guaranga.	
18:30-	Transfer al Hotel Spa San	Tour líder
18:50	Rafael.	
18:50-	Entrega de habitaciones y	Tour líder
19:30	cheking.	
19:30 –	Caminata al restaurante	Tour líder
19:40	la Bohemia	
19:40 –	Merienda y fin del primer	Tour líder
20:30	día.	

Nota. Actividades para realizar en el recorrido del día 1.

Tabla 20

Guion del recorrido de tres días

Guion N°2 Itinerario día 1
<p>El itinerario inicia a las 9:00 h de la mañana con una concentración en la Plaza Roja el día dará la bienvenida a los participantes a esta gran aventura cultural del carnaval de Guaranda, posterior a ello 9:30 h de la mañana se realizará una caminata hacia la plaza 15 de mayo y para ubicarse entre las principales calles para poder observar el carnaval de Guaranda, en el cual, nuestros turistas podrán ser partícipes para disfrutar de la cultura de esta festividad.</p> <p>El recorrido del carnaval es ampliamente largo, pero solo se tomará tres horas de la experiencia carnavalera. A la 13:30 h de la tarde se realizará el almuerzo en el restaurante cacique guaranga, posterior a esto a las 2:30 h tomaremos un</p>

Guion N°2 Itinerario día 1

transfer que nos llevará hacia el Museo de la guitarra, hay que tomar en cuenta el tráfico que habrá esto que habrá estos días por los carnavales y por ello se ha tomado en cuenta el salir antes para poder llegar temprano.

A las 15:00 h de la tarde estaremos en el Museo de la guitarra para poder realizar un recorrido, mismo que tendrá una duración de 1 hora en donde se podrá realizar fotografía y observar la cultura e historia de la ciudad de Guaranda, posterior a esto se realizará un transfer de 10 minutos a 15 tomando en cuenta el tráfico hacia el museo indio guaranga, en este museo nuestros turistas tendrán una guianza por parte del guía que se encuentra en el Museo y les explicara acerca de las personas que destacaron en la historia de Guaranda, las principales figuras históricas entre otros. Además, que este museo ha incluido varios atractivos como miradores, un bosque iluminado y ciertas figuritas de duendes que crean una historia, además de sentirse que estás dentro de un lugar mágico se realizará fotografía y los turistas tendrán alrededor de 1:30 h para poder disfrutar del lugar y de observar sus miradores.

Posterior a esto se regresará mediante un transfer que nos dirigirá hacia el hotel spa San Rafael donde se realizará el respectivo checking y la entrega de las habitaciones, a las 20:00 h de la noche se realizará una caminata hacia el restaurante la Bohemia, donde se realizará la merienda. Para finalizar el día se podrá realizar una caminata por las calles coloridas de la ciudad de Guaranda, mismas que dan la oportunidad de fotografiar, posterior a esto se regresara al hotel.

Observaciones

El uso del spa tiene un costo extra y no está dentro del paquete.

Guion N°2 Itinerario día 1

	Cargos extras no lo cubre el paquete.
Recomendaciones	<p>Uso de calzado y vestimenta cómoda y ligera.</p> <p>Llevar botella de agua.</p> <p>No separarse del grupo.</p>

Nota. Secuencia de hechos de que se realizara en el día 1.

Figura 15

Representación grafica del día 1



Nota. Representación Grafica ruta día 1.

Tabla 21*Itinerario día 2*

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”		
Código:	Duración: Tres días	Carácter: Mixto
		Dificultad: Media
Idioma de Guianza: español	Estilo:	
Centro de operaciones: Cantón Guaranda		
Full day		
Hora	Actividad	Encargado
07:30-	Desayuno en el	
08:30	hotel.	
09:00-	Cheking	Tour líder
09:30		
09:30-	Transfer hacia	Tour líder
10:30	salinas de Guaranda.	
10:30-	Visita al museo	Tour líder
11:40	Guaranda Yuyay y ruta de la sal.	
11:40-	Visita al Salinerito	Tour líder
13:00	chocolatería y degustación de chocolate.	

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”		
13:00-	Almuerzo Roxi Café.	
14:30		
14:30-	Visita a la licorería la	Tour líder
15:30	casita salinera.	
15:30-	Visita a la fabrica	
16:30	deshidratadora.	
16:30-	Visita a las hiladeras.	Tour líder
18:00		
18:00 –	Transfer al hotel	Transfer
18:10		
18:10-	Check in Hotel el	Tour líder
18:50	Refugio.	
18:50-	Merienda en el hotel.	
20:00		

Nota. Actividades realizadas en el día 2

Tabla 22

Guion del itinerario día 2

Guion Nº2 Itinerario día 2
<p>El día inicia con el desayuno a las 7:30 h de la mañana en el hotel, al terminar esto a las 8:30 h en la se realiza el respectivo check in, a las 9:30 h de la mañana ya tomaremos un transfer que nos conducirá hacia Salinas de Guaranda, se estima un viaje alrededor de 30 a 45 minutos dependiendo del tráfico para llegar a las 10:40 h de la</p>

Guion N°2 Itinerario día 2

mañana a la ciudad, en donde visitaremos como primera parada el Museo de Guaranda Yuyay, también se complementará con la ruta de la sal, esta actividad tiene una duración de 1 hora y los turistas podrán conectar acerca de la historia de Salinas de Guaranda, su producción y podrán ser partícipes de la ruta de la sal ya que es la principal actividad comercial que anteriormente generaba Salinas de Guaranda.

Posterior a esto visitaremos el salinero chocolatería, en el cual seremos partícipes de la producción de la selección del cacao y se podrá observar cómo elaboran los chocolates, también seremos partícipes de la degustación del chocolate, los turistas tendrán que utilizar sus sentidos olfativos y gustativos para poder deleitarse de el chocolate, después de esta deliciosa experiencia nos trasladaremos hacia el café Proxy, en donde tendremos un almuerzo delicioso en un lugar muy acogedor.

Observaciones	El uso del spa tiene un costo extra y no está dentro del paquete. Cargos extras no lo cubre el paquete
---------------	---

Recomendaciones	Uso de calzado y vestimenta cómoda y ligera. Llevar botella de agua. No separarse del grupo.
-----------------	--

Nota. Guion de actividades del itinerario día 2

Figura 16

Representación gráfica del itinerario día 2



Nota. representación gráfica del día 2.

Tabla 23

Itinerario del día 3

Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”			
Código:	Duración: Tres días	Carácter:	Dificultad:
		Mixto	Media
Idioma de Guianza: español		Estilo:	

Centro de operaciones: Cantón Guaranda		
Tres días dos noches “Ritmo de Guaranda”		
Hora	Actividad	Encargado
07:00-8:00	Desayuno en el hotel.	
08:00-08:10	Cheking	Tour líder
08:10- 08:20	Transfer hacia la fábrica de lácteos	Transfer
08:20-09:30	Visita a la fabrica de lácteos.	Tour líder
09:30-10:30	Visita a los frailecillos y cruz de Guaranda y suvenir.	Tour líder
10:30-11:10	Transfer de retorno a Guaranda-Plaza roja.	Tour líder
11:10 – 11:30	Entrega de equipaje a los turistas.	Tour líder
11:30	Finalización y despedida.	

Nota. Actividades para realizar en el itinerario del día 3.

Tabla 24

Guion del itinerario del día 3

Guion N°2 Itinerario día 3
El día 3 se realizará el desayuno a las 7:00 h de la mañana en el hotel hasta las 8:00 h de la mañana 8:10 se realizará el respectivo

Guion N°2 Itinerario día 3

check in para posterior irnos a las 8:30 h a la visita a la fábrica de los lácteos, este recorrido tendrá una duración de 1:30 h en donde podremos observar la llegada de la leche a su proceso de pasteurizado, además de observar el proceso de transformación de quesos y cómo lo realizan, podremos ser parte de la degustación de quesos.

Posterior a esto a las 9:30 h tendremos una visita a los farallones y Cruz de Guaranda, realizaremos una caminata con una dificultad media para observar los frailecillos y despedirnos de este hermoso lugar, que es Salinas de Guaranda. Aquí se les entregarán su venir, finalmente a las 11:30 h de la mañana se tomará un transfer desde la ciudad, hacia la Plaza Roja estimado a una llegada a las 12:30 h de la mañana en el cual se dará la finalización y despedida por parte de nuestro Tour líder finalizando así esta maravillosa experiencia.

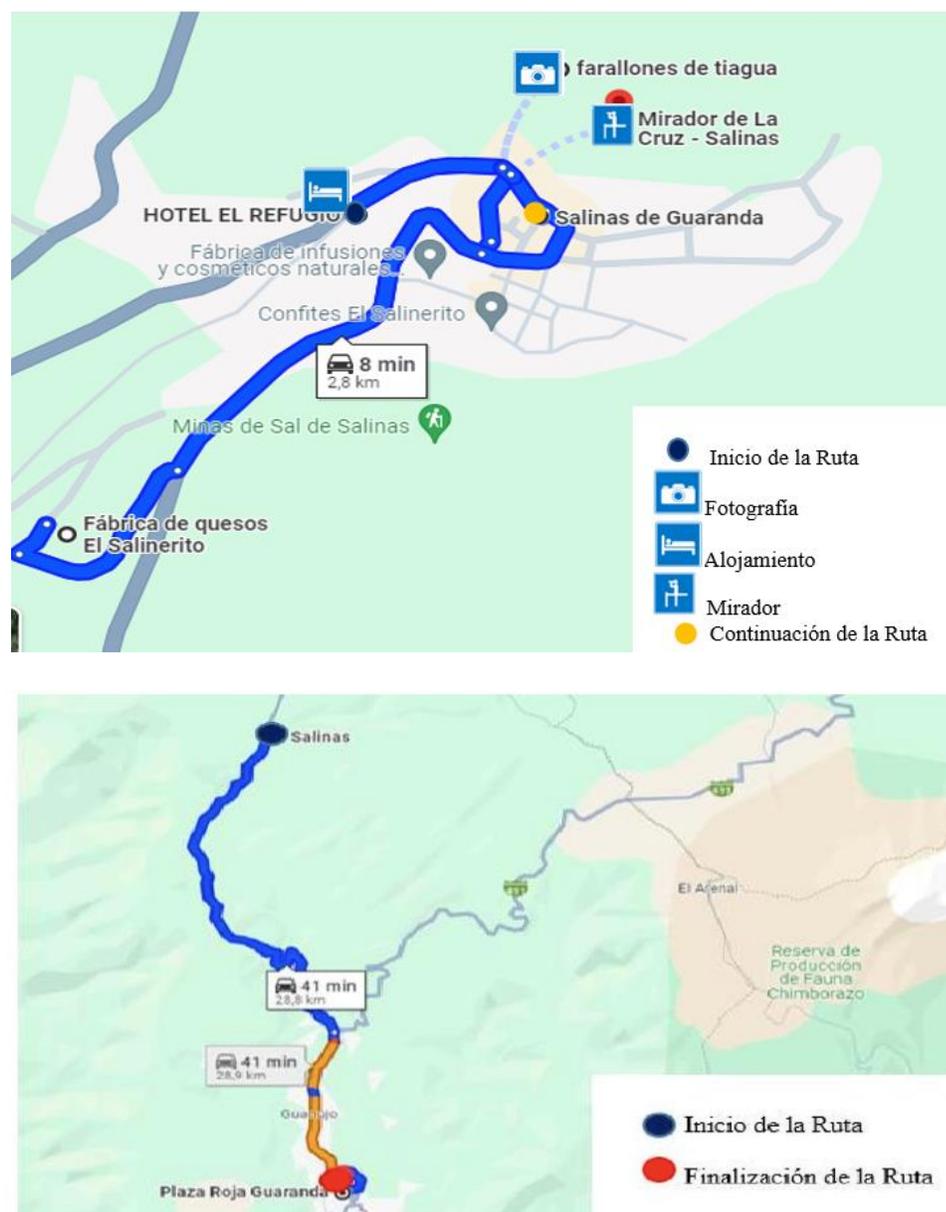
Observaciones	El uso del spa tiene un costo extra y no está dentro del paquete. Cargos extras no lo cubre el paquete
---------------	---

Recomendaciones	Uso de calzado y vestimenta cómoda y ligera. Llevar botella de agua. No separase del grupo.
-----------------	---

Nota. Guion de actividades de tres días.

Figura 17

Representación grafica del itinerario del día 3



Nota. representación gráfica del día 3.

En este contexto las actividades recreativas y culturales que se lleva a cabo durante la ruta de 3 días en Guaranda están diseñadas para atraer a turistas de entre 18 y 34 años cuya principal motivación de viajes del carnaval de Guaranda. Estas actividades complementarias

están cuidadosamente seleccionadas para ofrecer a los turistas una experiencia única combinando actividades culturales y naturales con servicios turísticos de calidad.

Etapas 3: Análisis económico del producto

Estrategia comercial del producto

En este apartado, se establece estrategias comerciales de a seguir en donde se toma en cuenta los diferentes conceptos y el mensaje que nuestro producto quiere ofrecer a los consumidores en base al carnaval de Guaranda. Por lo tanto, en la presente investigación se propone la creación de un producto cultural sostenible y llamado “Ritmo de Guaranda” con el objetivo de captar el interés de los clientes que quieran disfrutar la festividad de Guaranda.

Bajo este contexto, se ha considerado la creación del diseño del logo (ver figura 18) de nuestra ruta como una estrategia comercial de promoción el cual está compuesto por diferentes elementos representativos del carnaval para su respectiva presentación visual.

Figura 18

Logotipo de la ruta



Nota. La presente figura demuestra el logotipo de nuestra ruta “Ritmo de Guaranda”.

La estructura del logotipo se basa en el personaje principal del carnaval de Guaranda, el taita carnaval representa la alegría y la fomentación de la CULTURA GUARANDEÑA a través

de sus saberes. Por otra parte, esta un círculo que da forma a una ligera corriente de agua dando a entender que es un elemento que juega un papel muy importante en el carnaval de Guaranda. La tipología utilizada dentro del logotipo permite conocer que la festividad es vibrante y divertida mediante elementos de íconos de la cultura.

En este sentido, los colores del logotipo (ver tabla 23) juega un papel muy importante a la hora de llamar la atención de los turistas, por lo cual se seleccionó cuidadosamente cada uno de los colores utilizados. Cada color tiene un significado y valor relevante para que el turista preste atención y quiera conocer el destino turístico.

Tabla 25

Escala de colores

Color	Significado	Imagen referencial
Rojo	Pasión, amor, energía.	
Azul	Calma, serenidad, confianza.	
Blanco	Elegancia, satisfacción, autoridad.	
Negro	Pureza, claridad, bondad.	

Nota. Demostración de la tabla de colores con su significado.

Por lo tanto, los colores y los símbolos utilizados van a dar a la par con el tema de investigación, creando así una relación entre el tema y la propuesta diseñada. De este modo, el diseño del logotipo está orientado al público interesado que se identificó en el anterior punto, cumpliendo así con la primera estrategia de comercialización, creando una conexión entre mercado objetivo el mensaje y concepto que se quiere enseñar al público interesado.

Con el logotipo ya diseñado, se procedió a crear una página web (ver figura 19) para la promoción del producto cultural con sus actividades ligadas al carnaval de Guaranda, la

creación de esta plataforma se determinó mediante las encuestas aplicadas a las personas interesadas, donde indicaron su interés por la promoción de la festividad mediante redes sociales.

Figura 19

Página web del producto cultural



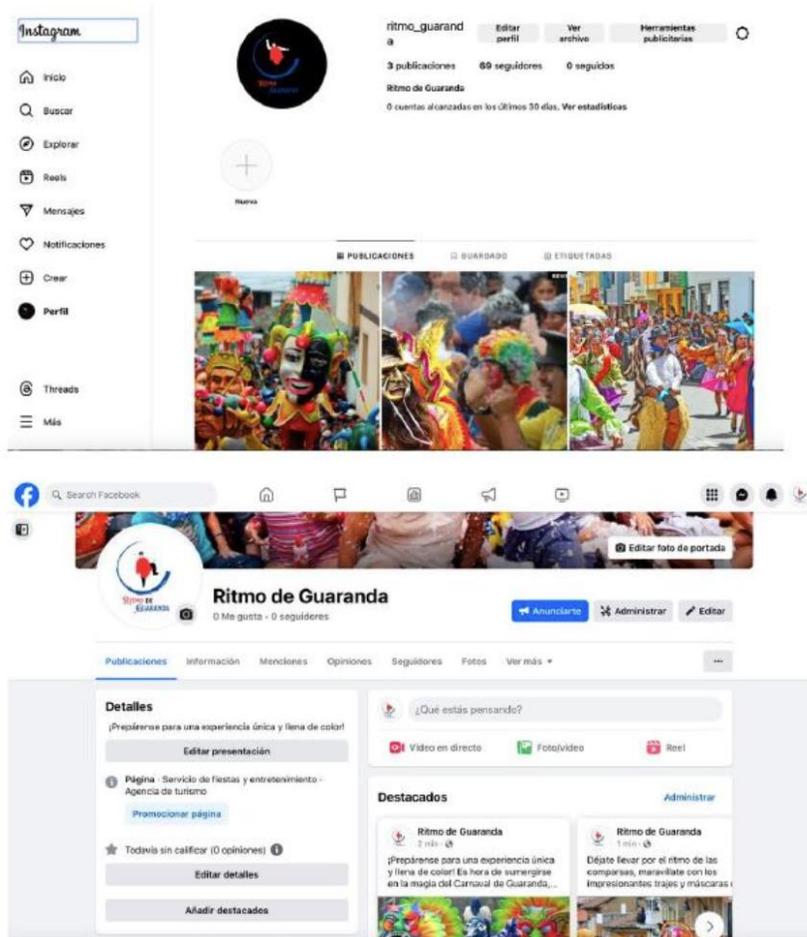
Nota. Estructura de la página web del producto cultural.

Como promotores del turismo es esencial que producto turístico esté disponible en internet mediante una página web, lo cual permite que el interesado tenga a mano la información exacta y precisa en todo momento sin la necesidad de esperar una respuesta inmediata por parte de nuestra, acerca de nuestra oferta.

Además, se muestra la red social Facebook Instagram (ver figura 20) como apoyo a nuestra página web en la cual se publicará diversas fotos de acerca de nuestras actividades culturales y datos de importantes de la festividad.

Figura 20

Instagram y Facebook del producto cultural



Nota. Estructura de las redes sociales del producto turístico cultural.

Por otra parte, se ha creado un díptico (ver figura 21) orientados a la segmentación de mercado interesada, en el producto con el objetivo de crear un mensaje claro y conciso acerca de la festividad y las actividades que contienen nuestro producto cultural, con el fin de motivar al turista a visitar y disfrutar de la experiencia del carnaval de Guaranda, contratando nuestro producto.

Figura 21

Díptico comunicativo



Nota. Díptico con algunas actividades que se va a realizar.

El objetivo de este tríptico es promocionar el carnaval de Guaranda y además dar a conocer algunas de las actividades que se realizará dentro de la ruta, dando, así como resultado dar a conocer a los turistas la experiencia que pueden vivir. Con estas actividades pueden comprender mejor la cultura guarandea y crear un ambiente de respeto hacia la misma, además conocerán folklore y la gastronomía tan característica del cantón.

Evaluación de costos

Para continuar con este proceso, es indispensable tomar en cuenta los diversos costos que se generan en la ruta, como los guías, transporte, comidas, hospedaje, entradas a lugares y actividades que se realicen. Este punto permite garantizar la transparencia para el precio final de cada actividad que se realice dentro de la ruta cultural, con el fin de proporcionar una información veras al turista.

Por lo tanto, para la respectiva evaluación de cada uno de los precios se comienza con la siguiente identificación de costos fijos y variables de los dos itinerarios; el primero (ver figura 24) que corresponde al full day y el segundo (ver figura 25) que corresponde el itinerario de 3 días dos noches en base a 20 turistas.

Tabla 26

Evaluación de los costos del itinerario 1

Itinerario 1			
Costos fijos			
Detalle	Valor Unitario	Nº pax	Valor total
Guía	15\$	20	300\$
Transporte	5\$	20	100\$
Total costos fijos			400\$
Costos Variables			
Almuerzo	3.5\$	20	70\$
Box lunch	1.5\$	20	30\$
Recuerdo "dulce de zambo"	2\$	20	40\$
Total costos variables			140\$
Total costo fijo + variable			540\$

Nota. Se representa mediante la tabla de los valores referenciales del primer itinerario.

Tabla 27*Evaluación de los costos del itinerario 2*

Itinerario 2			
Costos fijos			
Detalle	Valor Unitario	Nº pax	Valor total
Guía	45\$	20	900\$
Transporte	15\$	20	300\$
Alojamiento día 1	48\$	20	960\$
Alojamiento día 2	29\$	20	580\$
Total costos fijos			2740\$
Costos Variables			
Alimentación	24\$	20	70\$
Entradas	12\$	20	240\$
Recuerdo “dulce de zambo”	2\$	20	40\$
Total costos variables			350\$
Total costo fijo + variable			3090\$

Nota. Se representa mediante la tabla los valores referenciales del primer itinerario.

Por lo tanto, se describe cada 1 de los costos fijos y variables que se realicen el full day ver figura 25 y el itinerario de 3 días ver figura 24 esto permite conocer la cotización en base a 20 turistas con esta información recopilada se desarrolla la fijación de precios del producto turístico cultural para determinar el costo total del paquete de por persona de acuerdo con cada 1 de los servicios que se encuentra con los respectivos itinerarios.

Fijación de precios

Para realizar este proceso se toma en cuenta el nivel de adquisición del cliente, su economía y qué tipo de producto turístico requiere, además los costos totales que se requiere para su creación. Este conjunto de elementos permite determinar el valor monetario al que se venderá el producto buscando que sea accesible para los clientes interesados y que se inserte al mercado turístico.

Por lo tanto, para el respectivo cálculo del precio del producto cultural se utiliza la fórmula para determinar el precio de venta de un determinado producto que está compuesta por diversos elementos que permite determinar el precio por persona, mismos que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 28

Precio del Full Day

Elementos de la formula		
CF: Costos fijos	PE: Punto de equilibrio	
CV: Costos variable	UTL: Utilidad	
CR: Costos de rentabilidad	VPT: Valor del producto turístico	
Detalle	Formula	Valor
Imprevistos	$CF+CV*0.15$	
Costos de rentabilidad	$CR=CF+CV+Imprevistos$	
Punto de equilibrio	$PE=CR/20$	
Utilidad	$UTL: PE*35\%$	
Calculo de la fijación de precios		
Imprevistos	$400+140*0.15$	421\$
Costos de rentabilidad	$CR=400+140+421$	961\$

Elementos de la formula		
Punto de equilibrio	$PE=961/20$	48.05\$
Utilidad	$UTL=48.05*35\%$	16,81\$
Valor del producto	$VPT=48.05+16,81$	64,86\$
turístico		

Nota. Se representa el precio por persona del full day.

Tabla 29

Precio del itinerario tres días dos noches

Elementos de la formula		
CF: Costos fijos	PE: Punto de equilibrio	
CV: Costos variable	UTL: Utilidad	
CR: Costos de rentabilidad	VPT: Valor del producto turístico	
Detalle	Formula	Valor
Imprevistos	$CF+CV*0.15$	
Costos de rentabilidad	$CR=CF+CV+Imprevistos$	
Punto de equilibrio	$PE=CR/20$	
Utilidad	$UTL: PE*35\%$	
Calculo de la fijación de precios		
Imprevistos	$2740+350*0.15$	2792.5\$
Costos de rentabilidad	$CR=2740+350+2792.5$	5882.5\$
Punto de equilibrio	$PE=5882.5/20$	294.12\$
Utilidad	$UTL=294.12*10\%$	29,41\$
Valor del producto	$VPT=294.12+29,41$	323,53\$
turístico		

Nota. Se representa mediante la tabla el precio por persona del itinerario de tres días dos noches.

De esta manera, mediante el respectivo cálculo de costos variables y fijos de cada uno de los itinerarios del producto cultural se logró determinar el costo por persona de cada uno de ellos en donde se utilizó un margen de ganancia de 35% para el primer paquete y del 10% para el segundo paquete para cubrir gastos adicionales y obtener ganancia. Bajo este contexto el precio final del primer itinerario de 64,86 \$ por persona y del segundo itinerario es de 323.53\$ por persona.

Etapa 4: Distribución del producto

Posición del producto

El posicionamiento de producto turístico se centra en resaltar la rica cultura del carnaval de Guaranda, junto con los elementos que complementan esta festividad. Tanto a los atractivos turísticos naturales como culturales captan la atención de los locales y visitantes, integrándolos más a la celebración. La intención es acoger a aquellos que vienen a disfrutar de este momento lleno de felicidad y alegría, donde el carnaval se caracteriza para juegos con agua y espuma, así como bailes tradicionales. Además, el producto turístico tiene alianzas estratégicas con proveedores de servicios turísticos, que ofrecen servicios de hotelería, alimentación, bebida, transporte y otros servicios complementarios que son fundamentalmente para el desarrollo y éxito del mismo (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008)

A continuación, se presenta un análisis de los motivos por las cuales el turismo cultural y la festividad de carnaval deben considerarse como un producto turístico. Se destaca el papel fundamental de los servidores turísticos en el desarrollo de este producto, ya que permiten que el carnaval se vea no solo como una oportunidad económica, sino también como un evento cultural significativo. La regulación de la cultura a través de este producto turístico permite a las

personas a acercarse al carnaval y descubrir otras actividades turísticas que ofrece el cantón de Guaranda.

Figura 22

Carnaval de Guaranda como una expresión del turismo cultural



Nota. Representación del producto turístico del carnaval de Guaranda.

Como se puede observar (ver figura 22) el producto turístico basado en el carnaval de Guaranda ofrece una ruta que incluye actividades recreativas y culturales realizadas en el cantón de Guaranda, junto con actividades complementarias y servicios turísticos que forman parte de esta experiencia. Cada uno de los lugares seleccionados ha sido elegido cuidadosamente, debido a su importancia y significado dentro de la ruta. Por ejemplo, se incluyen visitas a museos, centros culturales y por supuesto la fiesta del carnaval como eje central del producto turístico.

Además, se ofrece una experiencia turística integral que no solo se centra en el turismo cultural, sino que también incluye aspectos de turismo de naturaleza y turismo comunitario.

Esto contribuye a impulsar y dinamizar la economía de la ciudad de Guaranda y sus alrededores, el itinerario empieza con la experiencia del carnaval de Guaranda y concluye con varias actividades en Salinas de Guaranda en una ruta que tiene una duración de 3 días y dos noches.

Canales de distribución del producto

En cuanto a los canales de distribución de productos turísticos, es importante contar con medios de difusión tanto locales como tecnológicos. Por esta razón, se ha desarrollado una cadena de valor (ver figura 23), para determinar los posibles medios de distribución para la oferta de producto turístico a través de agentes y operadores turísticos, será posible promocionar adecuadamente el producto turístico del carnaval de Guaranda.

Para la distribución de producto turístico es fundamental identificar a empresas como agencias de viajes, centros de información turística, hoteles, restaurantes e incluso el comité de fiestas dado que al ser un producto estacional es importante su promoción durante las festividades carnavalescas en Guaranda.

Establecer alianzas estratégicas con estos actores permitirá contribuir al producto turístico de forma eficiente hacia el segmento específico de turistas previamente identificados, con este objetivo se han desarrollado redes sociales como herramientas para llegar al público objetivo y promocionar de manera efectiva el producto turístico del carnaval de Guaranda.

Figura 23

Cadena de valores para el producto turístico



Nota. Elementos que conforman la cadena de valor del producto turístico.

Para comprender mejor el funcionamiento de la cadena de valor, es importante considerar su jerarquía, que comienza con los turistas. Posteriormente, el producto turístico de Guaranda puede ser promocionado a través del Tour de Guaranda, el comité de carnaval de Guaranda, agencia de viajes y servicios turísticos. Estos actores utilizarán estrategias de marketing y logística para ofrecer el producto carnavalero, lo cual es fundamental para que el cliente pueda adquirirlo. Además, se utilizó fuentes primarias y secundarias de difusión incluyendo redes sociales y páginas web aprovechando las nuevas tecnologías para una mejor promoción del producto turístico esto garantizará una difusión efectiva del producto turístico.

En esta cadena de valor el elemento principal es el producto de carnaval de Guaranda que presenta la primera fase, los turistas son el objetivo principal de prestar este producto y obtener recomendaciones exitosas que contribuyen al crecimiento económico y el crecimiento del destino basado en experiencias generadas por el turismo.

La interconexión entre actividades, agentes de viaje y otros involucrados que hayan generado alianzas permite una buena planificación y promoción del destino, en este caso la ciudad de Guaranda. Esto motivada al comprador a viajar, generando un crecimiento económico sostenible y, sobre todo en una experiencia enriquecedora para el turista, que recordará carnaval de Guaranda como una anécdota inolvidable.

Conclusiones

Una vez identificado el problema acerca de la preservación de la cultura en el carnaval de Guaranda, se determina que hay una necesidad enorme de implementar medidas preventivas para la correcta fomentación de la cultura guarandea mediante el carnaval, los personajes que actúan en esta festividad y las autoridades competentes notan un cierto desinterés por la cultura por parte de los turistas, además las nuevas generaciones guarandea no están muy interesadas en su identidad, lo que genera que la cultura vaya deteriorándose con el paso del tiempo. Por lo tanto, preservar la cultura es fundamental para que exista el desarrollo económico dentro del cantón mediante el turismo.

En el desarrollo de marco metodológico facilitó ver las necesidades y oportunidades que están presentes de la región, además de tener información precisa del perfil del turista que está interesado en visitar el carnaval de Guaranda de género masculino (51,19%) con una edad promedio de 18 a 24 años (38,99%) de la provincia de Cotopaxi (41,91%) interesados en los desfiles (46,15%) interesados en conocer la cultura guarandea (50,40%) interesados en tener tours guiados (27,06%) con un presupuesto promedio de 60\$ por día (34,48%) para realizar actividades culturales (45,62%).

Mediante el desarrollo del análisis integral se determina que, para realizar esta festividad la ciudad de Guaranda cuenta con una infraestructura turística ideal para la creación del producto turístico con elementos como alojamiento, transporte, infraestructura vial, actividades cultural, sitios culturales, alimentación, marketing y promoción entre otros, este conjunto de elementos permite generar ingresos para el desarrollo social de la ciudad y las comunidades aledañas, mediante la generación de empleo directo y indirecto.

Para el diseño de producto turístico cultural sostenible y se utilizó la guía metodológica para proyectos turísticos culturales sustentables, mediante cuatro fases que ayudan a fortalecer la cultura en base al carnaval permitiendo fortalecer la herencia cultural. El producto turístico cultural es "Ritmo de Guaranda" que cuenta con dos itinerarios un full day con un precio de

64,86 dólares y un tour de 3 días dos noches con valor de 335 dólares por persona en cada uno de estos productos se realizan diversas actividades como la visita a diferentes museos, plazas, fábricas de lácteos, chocolates licores, sitios naturales, lugares artesanales entre otros.

Recomendaciones

Para lograr una definición sólida de la fundamentación teórica y conceptual que sustentan las variables de investigación, se determina seguir un enfoque metodológico claro y sistemático. Primero, es importante realizar una revisión exhaustiva de la literatura científica relevante para identificar las teorías, modelos y conceptos existentes que pueden respaldar las variables de investigación, además, es importante definir claramente los conceptos clave utilizados en el estudio, asegurándose de que sean comprensibles y consistentes con la literatura existente. Esto ayudará a evitar confusiones y garantizará una interpretación precisa de las variables de investigación.

El carnaval de Guaranda, es una festividad alegre que integra la cultura y la economía local tanto personas nacionales como internacionales viajan motivadas para participar en esta celebración, sin embargo es importante analizar si el carnaval de Guaranda contribuye al turismo cultural o simplemente se percibe como una actividad económica esta situación debe ser estudiada cuidadosamente para determinar cuál es el verdadero objeto del carnaval de Guaranda tanto para los residentes locales como para los visitantes.

Es necesario realizar una investigación exhaustiva actual sobre el carnaval de Guaranda y el contexto cultural del callejón interandino para comprender profundamente las tradiciones costumbres y significados culturales de la festividad, además, de identificar los elementos clave de carnaval de Guaranda que puede ser atractivos para los turistas como las danzas, música, gastronomía y rituales tradicionales para diseñar experiencias turísticas auténticas y significativas que permitan a los turistas participar y vivir cerca del carnaval de Guaranda incluyendo actividades como desfiles, visitas a talleres de artesanos, degustación de comida tradicional en conjunto con actividades complementarias y experiencias turísticas e integradoras.

Finalmente se recomienda que, al momento de desarrollar un producto turístico centrado en el turismo cultural, es fundamental realizar un análisis exhaustivo de la guía

metodológica seleccionada para su desarrollo. Además es importante identificar los elementos claves que contribuyen al fortalecimiento de la cultura guarandea lo cual implica comprender la base de la festividad y sus características distintivas, y para dirigirse al segmento de mercado adecuado es recomendable utilizar métodos de recolección de datos como encuestas entrevistas y otros que permitan obtener información precisa y relevante esto ayudará a desarrollar un producto turístico que sea tanto accesible en precio como atractivo para los turistas aseguran una experiencia turística satisfactoria.

Bibliografía

Álvarez-Gayou, J., Camacho, S., Maldonado, G., Trejo, C., Olguín, A., & Pérez, M. (2014). *La investigación cualitativa*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>

Andrade, J. (2010). *Turismo en el Ecuador, una mirada global desde la geografía turística*.

[Universidad Católica del Ecuador].

[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5475/T-PUCE-](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5475/T-PUCE-5703.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[5703.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5475/T-PUCE-5703.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Araújo, J. (2018). Producto Turístico. *Knoow*. [https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-](https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/producto-turistico/)

[es/producto-turistico/](https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/producto-turistico/)

Arévalo, J. (2009). *Los carnavales como bienes culturales intangibles. Espacio y tiempo para el ritual*. *Gazeta de Antropología*. https://www.ugr.es/~pwlac/G25_49Javier_Marcos_Arevalo.html

Arguello, M. (2016). *Elaboración de estrategias de mercadeo para el posicionamiento del turismo de montaña en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. [Universidad Católica del Ecuador].

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13264/TESIS%20CARIDAD%20ARGUELLO%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Avello, R. (2018). Las fuentes de información y su evaluación. *Escuela de Autores*.

<https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-de-informacion-y-su-evaluacion/>

Avilés, E. (2016, enero 23). *Provincia de Bolívar*. Enciclopedia del Ecuador.

<https://www.encyclopediadelecuador.com/provincia-de-bolivar/>

Banderas, B. O. (2017). Mercantilización del patrimonio cultural inmaterial, impactos del turismo en expresiones vivas de México. *Caribeña de Ciencias Sociales*.

- Barrantes, R. (2002). *Investigación: Un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo* (6ta reimpresión). EUNED.
- Barraza, C. (2023, febrero 17). *18 Ventajas y desventajas del turismo*.
<https://barrazacarlos.com/es/ventajas-e-inconvenientes-del-turismo/>
- Berzunza, A., & Mejía, N. (2003). *Puesta en valor del patrimonio de San Pedro Cholula a través de rutas turísticas culturales*. <http://repositorio.udlap.mx/xmlui/handle/123456789/12496>
- Bunge, M. (2007). *La investigación científica* (4ta. Ed). Siglo XXI.
- Cabrera, J. (2022, octubre 22). *La importancia del Turismo para Ecuador*. Trail Forth Journal.
<https://trailforthjournal.com/es/cultura/importancia-del-turismo-ecuador/>
- Camacho, X., & Riquetti, R. (2011). *Evolución de los signos verbales y no verbales en el Carnaval de Guaranda* [Universidad Politécnica Salesiana].
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2303>
- Capparucci, F. (2022). El turismo cultural como palanca para la recuperación y la regeneración sostenibles de nuestras economías y sociedades. *Eurosocial*. <https://eurosocial.eu/bitacora/el-turismo-cultural-como-palanca-para-la-recuperacion-y-la-regeneracion-sostenibles-de-nuestras-economias-y-sociedades/>
- Casa de la Cultura. (2010). *Estudio histórico y etnográfico del carnaval de Guaranda, provincia de Bolívar*. Instituto Nacional del Patrimonio Cultural.
<https://www.casadelacultura.gob.ec/lotaip/2/2020/Junio/T28.pdf>
- Cedeño, E. B., Pennington-Gray, L., & Matthews, J. S. (2015). *Preservación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico*. EUMED.NET.
<https://www.eumed.net/rev/turydes/19/patrimonio.html>
- Chariaguaman, J. (2022). *La fiesta de carnaval y la identidad cultural en la ciudad de Guaranda* [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37469/1/TESIS%20Chariguaman%20Paola%20final-signed-signed-signed.pdf>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2008). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*.

<https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/657/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2008). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*.

<https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/657/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cuascota, A. (2013). *Creación de una ruta eco-turística para la comunidad kichwa san José de Guayusa en el cantón Francisco de Orellana provincia de Orellana* [Universidad de las Américas]. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3605/1/UDLA-EC-TTT-2013-06%28S%29.pdf>

Dupuis, A. (2020, junio 12). ¿Qué son los productos turísticos y cómo se diseñan? *Campus digital idyd*. <https://campusidyd.com/que-son-productos-turisticos/>

Ecuavisa. (2014, febrero 28). *Carnaval de Guaranda se consolida como principal atractivo turístico del país*. <https://www.ecuavisa.com/noticias/ecuador/carnaval-guaranda-se-consolida-como-principal-atractivo-turistico-BQEC54672>

Efe. (2023, octubre 4). *Ecuador impulsará rutas culturales con programa de cooperación triangular UE-Latinoamérica*. wissinfo. https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-cultura_ecuador-impulsar%C3%A1-rutas-culturales-con-programa-de-cooperaci%C3%B3n-triangular-ue-latinoam%C3%A9rica/48862356

El Comercio. (2019). *La vocación productiva se sustenta en el maíz y el cacao*.

<https://www.elcomercio.com/pages/especial-provincia-bolivar.html>

El Universo. (2016, enero 30). *Carnaval, la Fiesta Mayor llega a Guaranda*. El Universo.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/30/nota/5375329/carnaval-fiesta-mayor-llega-guaranda>

- El Universo. (2023, marzo 29). *Recorrido de las siete iglesias, ¿qué recomienda la Arquidiócesis de Guayaquil?* <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/recorrido-de-las-7-iglesias-que-recomienda-la-arquidiocesis-de-guayaquil-nota/>
- Espinoza, E., & Toscano, D. (2015). *Metodología de Investigación Educativa y Técnica*. UTMACH.
- Flores, E. (2010). *Rutas turísticas de Ecuador*. De Ecuador al Mundo Portal Ecuador. https://decuadoralmundo.com/rutas_turisticas_ecuador.html
- Fundación Turismo Cuenca. (2016). *Rutas Recomendadas | Turismo Cuenca Ecuador*. <https://cuencaecuador.com.ec/rutas-recomendadas>
- Gad de Guaranda. (2023a). Carnaval de Guaranda. *Guaranda*. <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/carnaval-de-guaranda/>
- Gad de Guaranda. (2023b). *Guaranda*. Guaranda Alcaldía. <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/>
- García, A. (2023, enero 24). *Productos turísticos: Qué son y cómo se clasifican*. Escuela el Gremio. <https://escuelagremio.com/productos-turisticos-tipos/>
- Gil, M. B. (2023, septiembre 12). Turismo Cultural: Análisis de las Ventajas y Desventajas para Viajeros Curiosos. *Ventajas y desventajas top*. <https://ventajasydesventajastop.com/turismo-cultural-ventajas-y-desventajas/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda. (2023). Carnaval de Guaranda. *Guaranda*. <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/carnaval-de-guaranda/>
- Greenfield, I. (2021, enero 16). Carnaval de Guaranda, ¡carnaval de locura! *Nan Magazine*. <https://www.nanmagazine.com/carnaval-de-guaranda-carnaval-de-locura/>
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (1991). *Metodología de la investigación* (1a. ed). McGraw-Hill. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci3n_Sampieri.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). Mc Graw Hill Education.

Iturralde, J. (2019). Turismo cultural emergente en la zona norte del Ecuador. El caso de las provincias de Carchi e Imbabura. *IV CONGRETUR Impacto Del Turismo En El Desarrollo Del Ecuador LIBRO DE ACTAS*.

https://www.academia.edu/40004413/Turismo_cultural_emergente_en_la_zona_norte_del_Ecuador_El_caso_de_las_provincias_de_Carchi_e_Imbabura

Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013). *Turismo tendencias globales y planificación estratégica*. https://catoute.unileon.es/discovery/fulldisplay/alma991008769339705772/34BUC_ULE:VU1

Juárez, A. (2012). *Interacciones entre la cultura y el turismo: Elementos de reflexión internacional para una perspectiva hispana*. Universidad de Ciencias Aplicadas de Heilbronn. <https://oti.formacionsostenible.org/wp-content/uploads/2012/11/50a5539b26701.pdf>

Kruse, B. C. (2015). *La Importancia de Preserval el Patrimonio Cultural: Un estudio de caso en la ciudade de Ponta Grossa, Provincia de Paraná, Brasil*. 809-815.

López, Á., & Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 31(123), 219-260.

López, D. (2001). ¿Qué es el turismo cultural? *Cuadernos del Lazarillo. Revista Literaria y Cultural*, 20, 67-73.

Mallor, E., G. Gallarza, M., & Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 269-284.

Migrante Ecuatoriano. (2023, octubre 5). *Iniciativa 'Rutas e itinerarios Culturales para el Desarrollo de los Territorios' cuenta con el apoyo de la Unión Europea*.

<https://migranteecuadoriano.com/lindo-ecuador-iniciativa-rutas-e-itinerarios-culturales-para-el->

desarrollo-de-los-territorios-cuenta-con-el-apoyo-de-la-union-europea-ministerio-de-cultura-y-patrimonio/

Ministerio de Cultura y Deporte. (2011). *Guía del lector: Turismo Cultural*.

<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:2d149867-7fe5-4b86-acf6-83fbc94b4a7f/guialector14.pdf>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *Bolívar la provincia del Libertador*.

<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/bolivar-la-provincia-del-libertador/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019). *El Carnaval de Guaranda trajo su alegría al Ministerio de Cultura y Patrimonio*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-carnaval-de-guaranda-trajo-su-alegria-al-ministerio-de-cultura-y-patrimonio/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022, agosto 22). *Día mundial del folklore* [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/TurismoEc/status/1561815919910846474>

Ministerio de Turismo. (2014). *Interculturalidad, la apuesta de Guaranda en este Carnaval*.

<https://www.turismo.gob.ec/interculturalidad-la-apuesta-de-guaranda-en-este-carnaval/>

Ministerio de Turismo. (2016). *Carnaval: Una tradición llena de sincretismo*.

<https://www.turismo.gob.ec/25379-2/>

Ministerio de Turismo. (2018). *Guaranda prepara su fiesta mayor, el carnaval*.

<https://www.turismo.gob.ec/guaranda-prepara-su-fiesta-mayor-el-carnaval/>

Moreno, N. (2008). Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales.

Contexto Varadero -Matanzas. *Universidad de Matanzas*.

https://www.academia.edu/38904950/UNIVERSIDAD_DE_MATANZAS_CAMILO_CIENFUEGO_S_Modelo_para_el_desarrollo_del_concepto_de_productos_tur%C3%ADsticos_culturales_Contexto_Varadero_Matanzas

Muro, M. N., & Saraiva de Souza, M. T. (2019). Productos turísticos metodología para su

elaboración: Producto histórico-cultural del partido de la costa. Buenos aires argentina. *Journal*

- of *Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 123-156. Núñez, J. (2015, mayo 21). *La Provincia de Bolívar*. El Telégrafo.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico*. AECID. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Organización Mundial del Turismo (Ed.). (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284415397>
- Origet du Cluzeau, C. (2000). *Le tourisme culturel* (2e éd., mise à jour). Presses Univ. de France.
- Ostelea. (2019). *El turismo, una herramienta para conservar el patrimonio histórico*. Tourism Management School. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/el-turismo-una-herramienta-para-conservar-el-patrimonio-historico>
- Paleoymás. (2018, mayo 18). *Tipos de acciones para la protección del patrimonio cultural*. <https://www.paleoymas.com/tipos-de-acciones-para-la-proteccion-del-patrimonio-cultural/>
- Parraga, Lady. (2018). *Línea de Tiempo Evolución del Turismo en el Ecuador timeline*. Timetoast Timelines. <https://www.timetoast.com/timelines/linea-de-tiempo-evolucion-del-turismo-en-el-ecuador>
- Paz, A., Sánchez, J., & Sánchez, I. (2018). *Factor potenciador del desarrollo turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha* (1º). Editorial Gente Nueva. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/432/50.%20Turismo%20Cultural%20WEB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pereira, J. (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador* (1. ed). Fondo Editorial Ministerio de Cultura.
- Planet Andes. (2023). *Carnaval*. <https://www.planetandes.com/es/ecuador/feriados-tradiciones/carnaval/>

Primicias. (2023). *Los personajes populares que anuncian la fiesta del Carnaval en Ecuador*.

<https://www.primicias.ec/noticias/el-chat/feriado-carnaval-personajes-diablos-payasos/>

Risueño, P. (2014). *Cultura y turismo: ¿cuál es el impacto?* | Artículo de opinión en *Hosteltur*.

Hosteltur: Toda la información de turismo.

https://www.hosteltur.com/comunidad/003104_cultura-y-turismo-cual-es-el-impacto.html

Rogel, M. (2016). *Análisis del impacto regional del turismo cultural en el Ecuador y su incidencia en la actividad turística* [Universidad Técnica de Machala].

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9504/1/ECUACE-2016-HT-DE00052.pdf>

Rubio, D. B., Cuenca Rivera, P. E., García Murillo, P. G., Gutiérrez Gómez, G., & Portela

Ramírez, A. J. (2021). Sugerencias para escribir análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones en tesis y trabajos de grado. *CITAS*, 7(1).

<https://doi.org/10.15332/24224529.6608>

Salto, A. (2019). *El retorno del Carnaval*. Casa de la Cultura.

Sandoval, L. (2017). PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO EN EL ECUADOR: VÍNCULO INDISOLUBLE. *Tsafiqui - Revista Científica en Ciencias Sociales*, 9.

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v0i9.349>

Santamaría, E., & López, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.

Santana, A. (2008). El turismo cultural. ¿Un negocio responsable? *Estudios y perspectivas en turismo*, 17(4), 294-318.

Santos, M., López, E., & Figueroa, J. (2018). Plan de acción para la protección del patrimonio cultural y natural desde las comunidades del municipio de San Cristóbal. *Caribeña de Ciencias Sociales*, septiembre. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/09/proteccion-patrimonio-cultural.html>

Seguros Equinoccial. (2023). *Ruta de las Iglesias*. Yo nací en Ecuador.

<https://www.rutadelasiglesias.com/ruta/informacion/recorrido.html>

- Selva, V. (2021). *Turismo cultural: Qué es y cuáles son sus impactos*. EUDE Business.
<https://www.eude.es/blog/turismo-cultural-auge-eude/>
- Silva, N., & López, A. (2020). *Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar* [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14795>
- Somos patrimonio 5. (2006). *Experiencias de aprobación social del patrimonio cultural y natural*. Convenio Andrés Bello.
- Suárez, E. (2023, enero 11). *Fuentes primarias y secundarias: Todo lo que necesitas saber*.
<https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-primarias-y-secundarias/>
- Subdirección de productos y destinos sustentables. (2016, febrero 11). *Manual productos turísticos*. https://issuu.com/galuc/docs/manual-productos-tur__sticos
- Tejero González, J. M. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Universidad de Castilla-La Mancha.
https://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00
- Turisec. (2023). *Carlos Dávila, el orgulloso Taita Carnaval de Guaranda; hizo su entrada con poncho rojo y bastón en mano*. <https://www.turisec.com/carlos-davila-el-orgulloso-taita-carnaval-de-guaranda/>
- Universidad San Francisco de Quito. (2021). *¿Cómo nació la industria del turismo en el Ecuador y cómo ha cambiado tras la pandemia del Covid-19?* *Portal de Noticias USFQ*.
<https://noticias.usfq.edu.ec/2021/09/como-nacio-la-industria-del-turismo-en.html>
- Urgentebo. (2017). *Coplas carnavales para todos los gustos*.
<https://www.urgente.bo/noticia/coplas-carnavales-para-todos-los-gustos>
- Vásconez, P. (2012). *El Carnaval de Guaranda finalmente, el principio*.
https://issuu.com/el.libertador.guaranda/docs/libertador_issuu
- Velasco, M. (2023). *“Rincones mágicos” en Guaranda*. La hora.
<https://www.lahora.com.ec/esmeraldas/rincones-magicos-en-guaranda/>

Anexos