



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD  
TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019**

**AUTORA:  
MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA**

**Guaranda, junio 2019**



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

### **CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

#### **TÍTULO DEL TRABAJO**

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD  
TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019.**

**Proyecto de investigación presentado como requisito parcial para aprobar el trabajo de  
titulación, para optar el título de ingeniería en administración de empresas turísticas y  
hoteleras**

**NOMBRES Y APELLIDOS DEL AUTORA:  
MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA**

**NOMBRES DEL TUTOR:  
ING. WILIAM SAMANIEGO ERAZO**

**Guaranda , junio 2019**

#### DERECHOS DE AUTOR

Yo **MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA** en calidad de autora del trabajo de investigación: **PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019**. Autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todo contenido que me pertenece o parte que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

El derecho que como autora, con excepción de la presente autorización seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 7, 8,9 y demás pertinentes de la ley de propiedad intelectual y su reglamento.

Asimismo autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el art.144 De la ley Orgánica de Educación Superior.



María Augusta Escobar García

CI. 0201899788



*DRA. MSc. GINA CLAVIJO CARRION*  
*Notaria Cuarta del Cantón Guaranda.*

ESCRITURA N° 20180201004P00889

**DECLARACIÓN JURAMENTADA**

**OTORGA:**  
MARIA AUGUSTA ESCOBAR GARCIA.

**CUANTÍA: INDETERMINADA**  
**Di 2 COPIA**

En el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, República del Ecuador, a los diecinueve días del mes de septiembre del año dos mil diecinueve, ante mí **DRA. MSC. GINA LUCIA CLAVIJO CARRIÓN, NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA** comparecen con plena capacidad, libertad y conocimiento, a la celebración de la presentes escritura. La señorita **MARIA AUGUSTA ESCOBAR GARCIA**, por sus propios y personales derechos en calidad de **OTORGANTE**. La compareciente declara ser de nacionalidad ecuatoriano, mayor de edad, de estado civil soltera, de ocupación estudiante, domiciliada en la parroquia Veintimilla, cantón Guaranda celular número cero nueve siete nueve uno cuatro uno siete seis siete, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación en base a la cual obtengo la certificación de datos biométricos del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitantes. Advertida la compareciente por mí la Notaria de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinada que fue en forma aislada y separa de que comparece al otorgamiento de esta escritura sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, declara: Yo **MARIA AUGUSTA ESCOBAR GARCIA**, portadora de la cedula de ciudadanía número cero dos uno ocho nueve nueve siete ocho guion ocho, que los criterios e ideas emitidos en el presente trabajo de investigación titulado **PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019** En el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas de Turismo y Hotelería, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, a través de la Facultad de ciencias Administrativas, Informática y Gestión Empresarial.- Es todo cuanto podemos declarar en honor a la verdad.- Para su otorgamiento se observaron los preceptos de ley y leída que le fue a la compareciente íntegramente, por mí la Notaria, aquella se ratifica en todas sus partes y firma conmigo en unidad de acto, incorporando al protocolo de esta Notaria la presente escritura de Declaración Juramentada, de todo lo cual doy fe.-----

**SRTA. MARIA AUGUSTA ESCOBAR GARCIA.**  
C. C. 0201899788



*Guaranda*  
**DRA. MSc. GINA LUCIA CLAVIJO CARRION**  
**NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA**



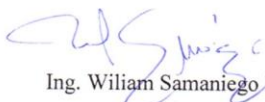
**ING WILIAM MARCO SAMANIEGO ERAZO MSC., DIRECTOR DEL  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

**CERTIFICA**

Que el proyecto de investigación denominado **“PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018 2019”** de autoría de **MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA** estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, ha sido concluido por parte de su autora, con la revisión del suscrito en calidad de Director del Trabajo; y al cumplir con los requisitos y lineamientos establecidos por la facultad, faculto el tramite siguiente.

Es todo cuanto puede certificar en honor a la verdad

Guaranda, 10 de septiembre del 2019



Ing. William Samaniego MSc.

**DIRECTOR**

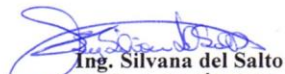
**ING. SILVANA DEL SALTO, PAR ACADÉMICO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

**CERTIFICA**

Que el Proyecto de Investigación denominado: **“PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019.”**, de autoría de **MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA**, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, ha sido concluido por parte de su autora, con la revisión del suscrito en calidad de Par Académico del Trabajo; y al cumplir con los requisitos y lineamientos establecidos por la Facultad, faculto el trámite siguiente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 6 de Agosto de 2019

  
Ing. Silvana del Salto  
PAR ACADÉMICO

V

V

**LIC. GABRIEL PILCO, EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

**CERTIFICA**

Que el Proyecto de Investigación denominado: **“PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA 2018-2019.”**, de autoría de **MARÍA AUGUSTA ESCOBAR GARCÍA**, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, ha sido concluido por parte de su autora, con la revisión del suscrito en calidad de Par Académico del Trabajo; y al cumplir con los requisitos y lineamientos establecidos por la Facultad, faculto el trámite siguiente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 6 de Agosto de 2019

  
Lic. Gabriel Pilco.  
**PAR ACADÉMICO**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de investigación, en primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza, he hizo realidad una meta anhelada.

A los docentes de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Estatal de Bolívar por impartir sus conocimientos, experiencias, paciencia y su manera de motivar, han logrado que pueda terminar mi proyecto de graduación con éxito.

Con infinito amor agradezco a mi familia por su apoyo incondicional especialmente a mis padres quienes me motivaron para continuar en mis estudios universitarios, han sido un apoyo fundamental en mi trabajo de graduación para poder culminar con éxito este proceso académico.

María Augusta Escobar García

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación se lo dedico en primer lugar A Dios por darme la fuerza para no decaer en este arduo camino.

A mis queridos padres por su apoyo, quienes han creído en mí siempre dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio. A mis hermanos, Javier, Julia, Vinicio, Johana, Gabriela, Mario, porque han fomentado en mí el deseo de superación, a mis sobrinos por ser una motivación muy grande, espero contar siempre con su valioso apoyo.

María Augusta Escobar García

## INDICE GENERAL

DERECHOS DEL AUTOR.....	III
APROVACION DEL DIRECTOR .....	IV
APROVACION DEL PAR ACADEMICO .....	V
DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
INDICE GENERAL.....	IXX
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XIII
RESUMEN.....	XIV
Tema:.....	1
Introducción .....	2
Descripción del problema.....	4
Formulación del problema .....	5
Preguntas Directrices.....	6
Justificación.....	7
Objetivos .....	9
Objetivo General: .....	9
Objetivos Específicos:.....	9
CAPITULO I: MARCO TEORICO.....	10
1. Antecedentes o Estado de Arte.....	10
1.1. Marco Conceptual .....	12
1.1.3. Planificación Turística.....	13
1.1.4. Turismo Sostenible.....	13
1.1.5. Definición de Museo .....	14
1.1.6. Museo y memoria.....	15

1.1.7.La museología.....	16
1.1.8.Evolución de la museología .....	16
1.1.9.Fortalecimiento de Museos .....	16
1.1.10.Turismo Cultural de Museos .....	17
1.1.11.Museos y Patrimonio.....	18
1.1.14.Diagnóstico Participativo .....	18
1.1.15.Utilidad de los Diagnósticos participativos.....	18
1.1.16.Estrategias.....	19
1.1.17.Estrategias Generales .....	20
1.1.18.Estrategias de Publicidad .....	21
1.1.19.Los orígenes de las posiciones estratégicas.....	21
1.1.20.Fundamentos de la Estrategia de Marketing .....	22
1.1.21.Teoría General de Estrategias.....	22
1.1.22.Fortalecimiento de la riqueza cultural .....	22
1.1.23.El Patrimonio Cultural .....	23
1.1.24.Motivaciones Culturales.....	23
1.1.25.Turismo Cultural .....	24
1.1.26.FODA.....	24
1.1.27.CPES.....	26
1.1.28.Nudos Críticos.....	26
1.2.Marco Georeferencial.....	28
1.3.Marco Legal.....	31
1.3.1.Constitución de la República del Ecuador 2008 .....	31
1.3.2.Ley Orgánica de Cultura .....	32
1.3.3.Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura.....	32

1.3.4.Ordenanza del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda.....	34
CAPITULO II: METODOLOGIA .....	35
2.Tipos de Investigación .....	35
2.1.Métodos.....	36
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación .....	37
2.4. Métodos por objetivos.....	38
2.5.Universo y Muestra .....	38
CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
3.Resultados por objetivos .....	40
3.1.Diagnostico Participativo.....	41
3.1.1.Informacion General.....	40
3.1.2.Exposiciones .....	41
3.1.3.Personal del museo.....	48
3.1.4.Zona y Estructura .....	48
3.2.Segundo Objetivo:.....	50
3.3.Tercer Objetivo.....	60
3.3.1.Análisis matriz CPES y FODA .....	60
3.3.2.Matriz FODA.....	61
3.3.3.Identificación de nudos críticos.....	62
3.3.3.1.Priorización de los nudos críticos.....	62
3.4.Implementación de estrategias de intervención priorizadas.....	63
3.5.Propuestas de Estrategias para fortalecer la actividad turística del Museo del Carnaval de Guaranda, 2019.....	65
3.5.1.Discusión.....	67
CONCLUSIONES .....	68

RECOMENDACIONES .....	69
BIBLIOGRAFIA.....	70
ANEXOS.....	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Personas que acuden al museo por género .....	50
Tabla 2: Rango de Edades .....	51
Tabla 3: Conocen el Museo del carnaval de Guaranda .....	52
Tabla 4: Medios Publicitarios.....	53
Tabla 3: Medio de transporte.....	54
Tabla 6: Motivos de visita al museo.....	55
Tabla 7: Actividades en el museo.....	56
Tabla 8: evaluación del servicio hacia los usuarios.....	57
Tabla 9: Conocimiento de los expositores.....	58
Tabla 10: Experiencia en la visita del museo .....	59
Tabla 14: Valores determinados para puntuar los nudos críticos .....	62
Tabla 15: Priorización de nudos críticos .....	63
Tabla 17: Presupuesto.....	76

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Mapa de la ciudad de Guaranda .....	28
Grafico 2: Personas que acuden al museo por género .....	50
Grafico 3: Rango de Edades .....	51
Grafico 4: Conocen el Museo del carnaval de Guaranda .....	52
Grafico 5: Medios Publicitarios.....	53
Grafico 6: Medio de transporte.....	54
Grafico 7: Motivos de visita al museo.....	55
Grafico 8: Actividades en el museo.....	56
Grafico 9: evaluación del servicio hacia los usuarios.....	57
Grafico 10: Conocimiento de los expositores.....	58
Grafico 11: Experiencia en la visita del museo .....	59

## ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1: Matriz CPES.....	62
Cuadro 2: Matriz FODA.....	63
Cuadro 3: Nudos Criticos.....	64
Cuadro 4: Estrategias de Cambio.....	66

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E**  
**INFORMATICA**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

Título del trabajo de titulación

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD**  
**TURÍSTICA DEL MUSEO DEL CARNAVAL DE GUARANDA.**

Autora: María Augusta Escobar García

Tutor: Ing. Wiliam Samaniego

17 de junio del 2019

**RESUMEN**

Dentro de este trabajo investigativo se presenta una propuesta de estrategias para fortalecer la actividad turística de museo del carnaval de Guaranda, mediante la Realización de un diagnóstico participativo con los trabajadores del establecimiento, posteriormente se procedió a Definir el perfil de visitante y se concluye con el Diseño de estrategias que nos ayudara al fortalecimiento de la actividad turística del museo.

Para el cumplimiento de los objetivos se trabajó con una metodología Inductivo, deductivo, e histórico que nos permitió obtener información y conocer a través de la encuesta, entrevista, las necesidades de la población, las alternativas a proponer para el incremento de la actividad turística del museo mediante las recomendaciones de las mismas.

Para la obtención de los resultados fue de gran ayuda la utilización del análisis foda, cepes y nudos críticos mediante estos se pudo concluir que no existe una organización estructural funcional, la cual impide un correcto desarrollo de las actividades, lo que se torna en un limitante para mejorar los servicios en el museo del carnaval, Es necesario implementar estrategias que permitan enfocarnos en el perfil del visitante, pues la mayoría ha acudido por visita familiar, la edad del visitante oscila entre los 21 a 30 años de edad, y acuden más mujeres que hombres, es único en su estructura, pero falta asignar un valor agregado para que tenga éxito como un icono representativo de la ciudad y provincia, por ello a través de los diferentes análisis se ha podido establecer, la propuesta de estrategia de fortalecimiento de la actividad turística del museo del cantón Guaranda, la cual es importante que se realice actividades enfocadas al grupo segmentado de mercado que ha sido identificado, la innovación, creación de eventos puede atraer a los turistas, lo que contribuiría al desarrollo social y económico de la ciudad.

Palabras Claves:

Museo, objetivo, estrategias, fortalecimiento.

## SUMMARY

Within this research work is presented a proposal of strategies to strengthen the activity of the carnival museum of Guaranda, through the realization of a participatory diagnosis with service workers, for the process of defining the profile of the visitor and concludes with the design of strategies that help us strengthen the tourism activity of the museum.

The fulfillment of the objectives translates into an inductive, the deductive, the historical obtained, the information and knowledge of the survey, the needs of the population, alternatives to light and the promotion of tourism. Museum through the recommendations of the same.

Obtaining the results was very helpful. The use of analysis has become a functional structural organization, which is a correct development of activities, which becomes a limitation. To improve the services in the carnival museum, it is necessary to implement strategies that allow us to focus on the profile of the visitor, since most have attended a family visit, the age of the visitor ranges from 21 to 30 years of age, and more Women Why? What is it? tourist activity of the Guaranda canton museum, which is important to carry out activities focused on the segmented group of the market that has been, innovation, the creation of events, the social and economic interest of the city.

Keywords:

Museum, objective, strategies, strengthening

**Tema:**

“Propuestas de estrategias para fortalecer la actividad turística del museo del carnaval de Guaranda, 2018”

## **Introducción**

La actividad turística es considerada una fuente importante de recursos económicos para muchas familias ecuatorianas, lo que ha contribuido a elevar la calidad de vida aprovechando los recursos turísticos que posee Ecuador, de tal manera que a nivel mundial nuestro país es considerado mega diverso por su riqueza y variedad en cuanto a las plantas y animales que posee.

Ecuador en su pequeño territorio, conjuga regiones que constituyen el hogar de pluralidad de culturas y de diversidad natural, por ello se ha convertido en un destino turístico para los viajeros, permitiendo que la población pueda hacer uso adecuado de estos recursos y brindando al turista no solo la oportunidad de visitar y disfrutar de los distintos lugares, sino también educarse respetando la naturaleza y contribuyendo a su desarrollo y al bienestar de la población.

La provincia Bolívar y la ciudad de Guaranda se encuentran en la región Sierra, lleno de atractivos turísticos que en la actualidad están generando un cambio significativo en lo referente a requerimientos y necesidades de los turistas que llegan no solo a visitarla sino también a deleitarse con ellos.

Entre uno de los atractivos que posee la ciudad, es el Museo del Carnaval, ubicado en la colina San Jacinto, sus mentores determinaron este espacio turístico para dar a conocer la tradicional fiesta del “Carnaval,” declarada como Patrimonio Intangible del Ecuador el 31 de octubre de 2002 y a la cual los guarandeños la denominan su Fiesta Mayor. (GADCG, 2017)

Desde este Mirador se tiene una vista impresionante en la cual se puede observar su infraestructura ambigua, moderna de igual manera se puede ver el nevado Chimborazo las colinas que rodean la urbe y un sinnúmero de paisajes.

El trabajo de investigación propone estrategias para fortalecer la actividad turística en el Museo del carnaval, con el fin de fomentar las tradiciones y costumbres que se realizan en la Fiesta Mayor.

El diseño de estrategias permitirá mejorar la organización interna de la administración del Museo, a través de una correcta planificación desde las bases, de igual manera el análisis de la demanda que nos permitió conocer el aspecto cualitativo del visitante.

Aplicando estrategias permitirán mejorar la calidad en los servicios que se presta a los turistas y ellos cuenten con información verídica, seguridad, acompañamiento especializado, infraestructura y muchos otros parámetros que les dé una satisfacción para mejorar su calidad de vida.

## **Descripción del problema**

Los Museos han sido a lo largo de la historia guardianes de la identidad cultural, ya que el arte en sí mismo es un testimonio histórico de una época, materializado en obras que brindan un argumento, ideas o contextos, un testigo del entorno como del talento del artista. Así los museos han sido espacios que han servido como “bancos de la memoria” pero también recintos que validan lo que es considerado como arte trascendente en la historia, espacios que educan e inspiran al público. Se considera que los primeros museos surgieron en la antigua Grecia, (Arte, 2013).

El pasado, las producciones artísticas, la historia y hasta el propio ser de la sociedad se guardan en los museos y el interés de la sociedad actual por buscar sus raíces, por encontrar en ellas unos motivos que la respalden y la justifiquen, ha encontrado en el Museo la reserva, celosamente guardada y conservada, de todo lo que desea conocer, de todo lo que necesita palpar, y de todo aquello que le permite reconocerse a sí misma, (Arte, 2013).

El Ecuador se encuentra ubicado en el centro del mundo, un país deseado por miles de turistas debido a su biodiversidad. Sus plazas, iglesias, monumentos, museos y otras edificaciones históricas cuentan los sucesos que marcaron su existencia, sin embargo la deficiente difusión cultural a través del tiempo da como resultado la pérdida de identidad nacional entre la población. Los mitos, historias, leyendas, tradiciones religiosas, sociales, culturales, están desapareciendo, mismas que deberían estar arraigadas a cada habitante del país, (Guerrero, 2017).

Guaranda cuentan con importantes museos que muestran objetos de la época colonial, los mismos que han sido desatendidos por las autoridades poco visitados y no se ha elaborado

acciones que permitan el aprovechamiento de estos recursos o gestiones que impulsen el desarrollo económico, cultural y turístico.

Guaranda posee una riqueza cultural intangible: costumbres, fiestas patrimoniales, rituales, conocimientos de plantas medicinales y gastronomía presentada en el cantón, patrimonio que no ha sido aprovechado como un potencial cultural y turístico, presto a generar recursos económicos para los pobladores de la localidad, con una debida dirección y proporcionando una equidad integral en el involucramiento sociocultural.

Debido a la aceleración de las transformaciones sociales, las cuales generan deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio intangible y la escasa protección de los bienes, encamina a proponer una necesidad y dar a conocer el patrimonio inmaterial y aplicarlo al desarrollo turístico en el cantón Guaranda.

Mediante la propuesta de estrategias se pretende fortalecer la actividad turística y de esta manera se pretende incentivar y motivar actividades con la participación de la comunidad mediante el potencial turístico del cantón desde un enfoque sostenible.

### **Formulación del problema**

¿La Formulación de estrategias permitirá fortalecer la actividad turística del museo?

## **Preguntas Directrices**

¿Realizar un diagnóstico participativo que permitirá contar con elementos que fortalezca las actividades turísticas?

¿Conocer el perfil del visitante que llega al museo contribuirá a generar estrategias para fortalecer la actividad turística?

¿El diseño de estrategias permitirá fortalecer la actividad turística del museo del carnaval del Guaranda?

## **Justificación**

El desarrollo del presente trabajo de investigación, es de gran importancia, ya que con el resultado de este estudio, se podrá conocer con datos estadísticos emanados de la población, como rescatar las culturas y tradiciones del cantón Guaranda, se tomara como base el análisis de las preguntas realizadas para este trabajo investigativo; con la revisión de sus fortalezas y debilidades podremos contribuir a un desarrollo comunitario, inclusivo y participativo, que permita conocer los atractivos que van a ser brindados en el museo para la colectividad, este tipo de turismo fortifica el valor del patrimonio cultural y revaloriza las costumbres de nuestro pueblo que durante décadas se han venido realizando.

Este trabajo es oportuno en la actualidad puesto que los estudios realizados sobre este tema no se han elaborado desde el enfoque el cual pretende promocionar a los turistas la riqueza con la cuenta el cantón en aspectos culturales, arqueológicos y recalcando las costumbres y tradiciones ancestrales.

También este estudio nos permitió definir con claridad las actividades idóneas para realizar, a fin que el recorrido del visitante, sea una experiencia nueva e inolvidable, con el afán de que este atraiga más turistas con los buenos comentarios que resulten de la visita al museo; las estrategias planteadas darán paso al incremento de turistas y así generar réditos económicos al museo.

Además este trabajo estará abierto como base para guía de las futuras generaciones, funcionarios del GAD Municipal del cantón Guaranda, personal del museo, estudiantes de la carrera de Turismo de las diferentes Universidades, las mismas que desearan realizar consultas sobre el tema elegido para esta investigación.

Es necesario concientizar a la población y a los turistas sobre el respeto a las costumbres y tradiciones destacadas en este proyecto; debemos contar con la interacción entre turistas y el ofrecimiento de servicios, al tiempo de alcanzar los objetivos deseados, facilitando de esta forma la apertura de plazas de trabajo con el turismo en el museo del carnaval.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

Diseñar una propuesta de estrategias para el fortalecimiento de la actividad turística del Museo del Carnaval de Guaranda.

### **Objetivos Específicos:**

- Realizar un diagnóstico participativo de las actividades turísticas que se desarrollan en el museo del carnaval de Guaranda.
- Definir el perfil de visitante que llega al museo del carnaval de Guaranda.
- Diseñar estrategias para el fortalecimiento de la actividad turística del museo del carnaval de Guaranda.

## **CAPITULO I: MARCO TEORICO**

### **1. Antecedentes o Estado de Arte**

El estudio ético y la finalidad de los museos es conservar los atractivos históricos, patrimoniales, arqueológicos y culturales, por lo que es necesaria la interacción entre turistas y la comunidad.

Propuesta de Plan Integral para el Museo Pumapungo del Banco Central del Ecuador, (Abad, 2006). El objetivo de esta propuesta es Conocer quiénes son los visitantes reales del Museo y su experiencia personal luego del recorrido. A partir de una variedad de metodologías y herramientas, ha generado estrategias que permiten a la organización cultural afrontar el constante cambio del entorno y del mercado, desde una nueva estructura de precios, acciones de comunicación integral, Distribución de programas externos, imagen de marca y análisis de públicos; con la intención de mejorar el servicio al visitante y generar una mayor rentabilidad para la organización, que garantice su sustentabilidad.

En la Investigación de la Publicidad para el Museo de Arte de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Tungurahua, (Bravo, 2009). Busca promover y fomentar el interés no solamente de las autoridades locales sino también de toda la población ya que el mundo del arte y la cultura nos permite tener una óptica positiva del mundo. Este proyecto pretende que la mayoría de personas que no conocen las maravillas culturales que la ciudad posee las visiten y se enamoren de ellas para de esta manera fomentar la costumbre de visitarlas.

Evolución de las estrategias comunicativas de los museos de Quito, (Ana & Navas, 2010). Se propuso elaborar un estudio sobre la relación desde niveles internos y externos de la comunicación de los museos, es decir, cómo estos se promocionan externamente y qué

propuesta recibe cada visitante al ingresar a un espacio de este tipo. Al ser instituciones culturales y estar estrechamente ligadas con el ámbito educativo, se han constituido en referentes de la sociedad, sobre todo al tratar aspectos como ciudadanía, pertenencia y promover el reconocimiento y valoración tanto del patrimonio cultural como natural de la ciudad de Quito.

Diseño de una Estrategia de Promoción para el Museo Presley Norton en la ciudad de Guayaquil, (Díaz, 2016). En base al Perfil de sus visitantes, tuvo como objetivo central Determinar el perfil de visitantes del Museo Presley Norton para la implementación de un plan de promoción turística. Conocer el tipo de visitante mediante satisfacción adquirida, la motivación en visitar el museo, y fomentar la cultura a las instituciones públicas y privadas que ayuden a su desarrollo y promoción a los estudiantes. Esta propuesta de estrategia de promoción permitirá difundir, e incluir al visitante en una experiencia más explicativa y participativa fomentando el valor cultural que posee.

Diseñar una propuesta de mejora del producto turístico en el Museo Los Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena, (Ruben, 2017). El presente trabajo de investigación se basa en el análisis de la oferta y la demanda del Museo de los Amantes de Sumpa situada en el cantón de Santa Elena. El objetivo de la presente investigación es analizar cada uno de los componentes de la oferta y la demanda, con el fin de mejorar el producto turístico. Se aplicó el enfoque mixto en la investigación, donde se pudo determinar la situación actual del museo y delimitando el campo de investigación los métodos empleados fueron: analítico-sintético, inductivo-deductivo, histórico-lógico. Las técnicas y herramientas de investigación utilizadas fueron la observación, entrevistas y encuestas. Con la metodología aplicada se pudo analizar el perfil de los visitantes del museo y al mismo tiempo desarrollar actividades dirigidas a este mercado. El desarrollo de la investigación contribuirá en el complemento de

la experiencia del visitante generando el desarrollo turístico cultural del museo a niveles más altos en el turismo.

## **1.1. Marco Conceptual**

### **1.1.1. Introducción al Turismo**

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. Se trata de una definición amplia y flexible que concretiza las características más importantes del turismo estas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”, (OMT, 2003).

### **1.1.2. Demanda turística**

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del

lugar que visitan o planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada positiva y negativamente por factores tales como: las mejoras económicas los cambios demográficos y sociales la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta) como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, (Socateli, 2013).

### **1.1.3. Planificación Turística**

La planificación turística implica un alto control social de las actividades y de sus efectos sobre los recursos, así como el objetivo de que la mayor parte de los beneficios económicos se traslade al conjunto de la comunidad en sus diferentes formas: incremento de la renta y de los ingresos, creación de ocupación, equipamientos, infraestructuras. Se debe entender como una de las partes de la estrategia de desarrollo local, integrada en el sistema productivo, y no como parte de un elemento aislado y autónomo en el territorio,(Izard et all, 2010, Pág. 149).

### **1.1.4. Turismo Sostenible**

Uno de los primeros establecimientos en el área del turismo sostenible se da cuando la OMT en el año 1997 define los cinco principios básicos que posteriormente se aportan en la definición del concepto, se exponen los siguientes puntos:

1. Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.

2. El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.

3. La calidad ambiental se mantiene y mejora.

4. Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial, (Espinoza, 2017).

### **1.1.5. Definición de Museo**

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo y abierta al público, que se ocupa de la adquisición, conservación, investigación, transmisión de información y exposición de testimonios materiales de los individuos y su medio ambiente, con fines de estudio, educación y recreación también incluye:

- Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de archivos y bibliotecas.
- Lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los sitios y monumentos históricos, teniendo la naturaleza de museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.
- Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como jardines botánicos y zoológicos, acuario, vivario, etc.
- Parques naturales, arqueológicos e históricos.
- Centros científicos y plantarios.

Desde luego, existen diferentes tipos de museo y diversos factores que inciden en su clasificación, sin embargo, nos referiremos especialmente al que hace alusión a la naturaleza de gobierno o administración que los dirige, precisamente por ser una característica que influye de manera fundamental en la elección de sus colecciones y en la implementación de sus políticas culturales, (ICOM, [icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/](http://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/), 2007).

#### **1.1.6. Museo y memoria**

En este punto es inevitable preguntarse por la relación entre el museo y la memoria. El museo no debe limitarse a constatarla, no es un inventario de las trazas de lo existente, sino que implica una acción con valor cualitativo, una agencia. En nombre de la identidad no podemos caer en un culto de la memoria por la memoria, sino que su uso debe ser racional y crítico, partiendo por reconocer la existencia de una diversidad de memorias en el seno de cualquier sociedad. El museo debe plantearse como reconstructor de una memoria que no ha existido jamás como tal, pero que es una memoria para el futuro, activa y operativa, no un mero depósito del pasado. Es la actualización del pasado en todo lo presente, esencial para la comprensión del mundo de la vida.

Para un individuo, la memoria no juega el papel de hacerlo volver al pasado -memoria y recuerdo no se confunden-, sino que implica un orden que es fundamental para la interpretación del presente y para su proyección al futuro, (SALGADO, 2004).

Museología. Etimológicamente hablando, la museología es “el estudio del museo” y no su práctica, la cual se remite a la museografía.

### **1.1.7. La museología**

La museología es una disciplina científica en construcción vinculada por antonomasia a los museos, el de cursar histórico, y funcionamiento en relación y como reflejo permanente de la sociedad; todo ello significa que el objeto de estudio es mucho más amplio que la institución museística.

### **1.1.8. Evolución de la museología**

La museología como disciplina científica ha evolucionado en correspondencia a la historia misma de las sociedades humanas y el de cursar de la expresión a través de los museos. El énfasis se puso en la dimensión social del museo, en el arraigo en la comunidad, en la necesidad de un enfoque pluridisciplinar y en una concepción integradora y globalizadora de la museología, (Diez, 2010).

### **1.1.9. Fortalecimiento de Museos**

Surge como una instancia cuyo propósito es la implementación de la Política Nacional de Museos en el país, y como una dependencia catalizadora de los procesos que demanda la comunidad museística a partir de los retos que plantea el desarrollo de los museos hoy. El programa Fortalecimiento de los Museos es el nuevo modelo que surge a partir de la experiencia y la reconocida trayectoria del Programa Red Nacional de Museos creado en 1995, para satisfacer las actuales expectativas del sector.

En este nuevo enfoque, el Programa Fortalecimiento de Museos entiende el estatus de las redes, las mesas, los comités y demás formas organizativas temáticas y de carácter territorial, como espacios que generan puntos de encuentro para analizar las problemáticas y proponen alternativas de trabajo cooperativo que hagan posible el desarrollo de proyectos comunes. Se abre camino, entonces, para que las redes en cualquiera de sus formas funcionen sin que estén

necesariamente encabezadas por un organismo estatal, acorde con los conceptos de flexibilidad, mutualidad, amplitud y horizontalidad. Se deduce además que estos espacios de trabajo están en capacidad de sumarse a la plataforma organizativa del sector para la construcción de la política pública y la definición de estrategias de acompañamiento.

La reorientación del Programa implica la concepción de seis líneas estratégicas y trece componentes que tienen como eje transversal la formulación e implementación de las normas y lineamientos requeridos para la ejecución de las estrategias de la política en los territorios, con el propósito de apoyar la consolidación, fortalecimiento y desarrollo del sector museístico del país.

El Programa retoma las discusiones planteadas en los foros y mesas de trabajo participativo compuestas por más de 300 personas que han estado involucradas en el quehacer de los museos, (ICOM, Programa de fortalecimiento de Museos , 2010).

#### **1.1.10. Turismo Cultural de Museos**

El Turismo Cultural de Museos se está configurando como uno de los componentes más importantes del turismo cultural, este creciente interés es paralelo al proceso de transformación de los museos actuales que, más que santuarios de cultura, se proyectan en la actualidad como lugares de atracción de masas por sus grandes exposiciones o por la osadía de su arquitectura. Asimismo, puede comprobarse también una proliferación reciente del número de museos en ciudades intermedias y en el ámbito rural, contemplados por la administración pública y por los agentes locales como un determinante más de la estrategia de desarrollo turístico y económico de las ciudades y de las regiones, (Sandoval, 2017).

### **1.1.11. Museos y Patrimonio**

Los museos son instituciones de pertenencia cultural. En ese sentido, son elementos esenciales en la vida de la comunidad, pero no como meros conservadores del pasado, sino como suscitadores. Deben llevar a una reflexión del pasado pero a partir de problemas del presente, y ayudar a aclarar un futuro cada vez más incierto. Al mismo tiempo, más que fuentes de consenso colectivo, deben abrir preguntas sobre las contradicciones que expresan. Lo mismo podemos decir del papel que debería cumplir el patrimonio cultural, como conjunto de bienes materiales e inmateriales, al interior de un grupo social, (Salgado, 2004).

### **1.1.14. Diagnóstico Participativo**

Es un método para determinar, desde el punto de vista de los miembros de la comunidad, qué actividades son necesarias y pueden apoyarse; si los miembros de la comunidad aceptan las actividades propuestas por el personal externo y si tales actividades son razonables y prácticas.

Los miembros de la comunidad, ayudados por el personal externo, pasan por un proceso en el cual identifican las condiciones que son necesarias para la realización exitosa de las actividades y acopian información para determinar si la comunidad reúne estas condiciones o si puede crearlas. El «marco referencial del diagnóstico» examina cada actividad en relación con las condiciones necesarias y elimina aquellas actividades para las que no se dan estas condiciones, (Fao, 2016).

### **1.1.15. Utilidad de los Diagnósticos participativos**

Permiten identificar, priorizar, precisar y dimensionar los nudos críticos o problemáticos, para así proponer estrategias y líneas de acción superadoras. Posibilita la determinación de necesidades, como paso inicial del proceso de planificación / programación. También dan un

parámetro para comparaciones en ulteriores evaluaciones, y así apreciar los cambios o avances logrados; es decir, que aporta a contar con una línea de base o punto de partida para la evaluación.

Quienes intervienen en los procesos diagnósticos luego se involucran más en la ejecución de una intervención. O sea se refuerza la viabilidad de las intervenciones, que además se enriquecen por la información, el conocimiento y la experiencia de distintas personas con diferentes visiones. Así también, las acciones propuestas tendrán mayor correspondencia con las necesidades y demandas de los destinatarios, (Nirenberg, 2013).

#### **1.1.16. Estrategias**

Si acercamos estas ideas a la Estrategia, que es lo que aquí nos interesa, la explicación que necesitamos será aquella que mejor nos permita comprender los fenómenos con los que tratamos (capacidad estratégica, procesos que involucra y contextos de acción) para desde esta comprensión poder concebir y diseñar mejor nuestras propias estrategias. Esa, y no otra, es la utilidad esperada de una eventual teoría científica de la Estrategia. Su valor es doble: por una parte, al ayudarnos a entender mejor los procesos que hay que seguir a la hora de elegir estrategias, nos permite realizar diagnósticos más seguros, elegir los cauces de acción más convenientes y calcular mejor los resultados de nuestras acciones. De otra parte, el conocimiento de reglas y principios generales nos ayuda a contextualizarlos mejor. Aunque la contextualización es siempre un ejercicio complejo y difícil, es siempre más fácil y fiable aplicar esas reglas abstractas a situaciones concretas, que pasar de una concreción a otra dado que como el lector sabe muy bien toda analogía es por definición imperfecta, (Morin, 2014).

### **1.1.17. Estrategias Generales**

Las estrategias son procesos dirigidos a conseguir unos determinados objetivos partiendo de los distintos estadios de la demanda proponemos cinco estrategias generales:

- Creación de valor e intereses culturales en personas con demanda inexistente.
- Eliminación de barreras e incremento de accesibilidad en personas con demanda latente.
- Creación de demanda endógena y de hábitos culturales en públicos ocasionales reactivos.
- Ampliación de intereses e incremento de capital cultural en públicos regulares proactivos.
- Implicación y fomento de la participación de públicos dispuestos a colaborar.
- Para desarrollar estas estrategias debemos articular las políticas de oferta con las de demanda.
- Las políticas de oferta deben generar y dar a conocer propuestas de valor diversificadas y accesibles.
- Deben ser percibidas como aportadoras de valor de uso.
- Deben ser diversificadas porque los valores e intereses de los ciudadanos son diversos.
- Deben ser accesibles para no discriminar a los ciudadanos con menor capacidad adquisitiva y de utilización de los recursos del entorno.
- Las políticas de demanda deben incorporar las prácticas culturales en el sistema de valores e intereses de los ciudadanos.
- Los valores e intereses culturales surgen de experiencias culturales significativas.
- Para que las experiencias sean significativas deben ser interiorizadas.

- Las personas pueden asimilar los valores e intereses de terceros, especialmente en la primera socialización, (Villacrosa).

### **1.1.18. Estrategias de Publicidad**

La estrategia publicitaria persigue el objetivo de diseñar una campaña que nos permita lograr una respuesta concreta que queremos provocar en el público objetivo, así que es la clave para que finalmente una campaña en el mundo de la publicidad funcione. Para conseguirlo necesitamos analizar las preferencias del cliente potencial para poder anunciar el producto que el espera encontrar. Una vez tengamos claro el mensaje a comunicar, necesitamos encontrar la forma de comunicarlo y los medios que utilizaremos para llegar hasta el ‘target’, (Moreño, 2010).

- Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin la palabra estrategia significa literalmente “guía de los ejércitos”
- La estrategia es el único camino por el cual la organización genera valor.
- Menos del 10% de los planes estratégicos tienen éxito.
- En el 70% de los casos, el problema se debe a una mala estrategia o a una mala ejecución.
- Las estrategias pueden variar pero no las herramientas para su medición.
- ¡Se estima que el equipo gerencial ocupa menos de una hora al mes a la estrategia!, (Carreto)

### **1.1.19. Los orígenes de las posiciones estratégicas**

Las posiciones estratégicas surgen de tres fuentes distintas, que no se excluyen mutuamente y a menudo se superponen. En primer lugar, el posicionamiento puede estar basado en la producción de un subconjunto de los productos o servicios de un sector. A éste

lo llamo posicionamiento basado en la variedad porque se basa en la elección de variedades de productos o servicios más que en segmentos de clientes, (Porter, 2008).

### **1.1.20. Fundamentos de la Estrategia de Marketing**

En la sociedad actual sumamente competitiva, acelerada y saturada de información una buena novela no será más que eso. No llegará al gran público salvo que se comercialice estratégicamente. Es más, pasará como una obra casi desconocida si no se promociona de manera inteligente.

¿De qué se compone el marketing estratégico? Se basa en cuatro principios fundamentales: la orientación al consumidor, la segmentación, el marketing diferenciado y el posicionamiento. La siguiente sección presenta estos fundamentos de la estrategia de marketing y muestra de qué forma se relaciona con la promoción, (Redondo, 2002).

### **1.1.21. Teoría General de Estrategias**

Destinado a aquellos profesionales que a la hora de diseñar y aplicar estrategias en los distintos ámbitos de la economía, la política, lo social, la educación, la cultura y la comunicación, hayan tenido la sensación de que los modelos estratégicos actuales no le están dando respuestas satisfactorias para sus nuevos contextos. Pensado también para los estudiosos que se acercan a la estrategia como a una disciplina que debería iluminar su camino. Y, en tercer lugar, para aquellas personas que quieran mejorar la estrategia de su vida desde una nueva mirada: la de la nueva teoría estratégica, (Pèrez, 2009).

### **1.1.22. Fortalecimiento de la riqueza cultural**

La riqueza cultural hace parte del reconocimiento de un territorio como pluralista, multiétnico y multicultural. Desde esta perspectiva, hay que tener en cuenta que la identidad,

el sentido de pertenencia y la diversidad cultural de los grupos étnicos y raizales entre otros temas, alimenta la idiosincrasia en una comunidad o un territorio.

Los programas que hacen parte de este subtema responden a conservar, promover y fortalecer todas aquellas expresiones materiales e inmateriales de la región Caribe colombiana. Se identificaron la promoción y salvaguarda del patrimonio y el fortalecimiento cultural como temas que permiten preservar la manera de ser que caracteriza a todos los habitantes del Caribe colombiano, (Caribe, 2014).

### **1.1.23. El Patrimonio Cultural**

Turismo Sostenible: Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje, (Sandoval, 2017).

### **1.1.24. Motivaciones Culturales**

Esta motivación propicia viajes que se realizan con el fin de disfrutar, conocer o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclore) de un pueblo, país o región en especial, donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos. Algunas de las formas de turismo, más populares o frecuentes, que se asocian a este motivador son;

- Turismo religioso. Peregrinaciones o visitas a lugares o templos religiosos).
- Turismo étnico. Viajar a lugares donde reside un grupo étnico peculiar.
- Turismo político. Eventos, sitios o manifestaciones de trascendencia política).

- Turismo de posguerra. Viajar a escenarios protagónicos de conflictos bélicos.
  - Turismo arquitectónico y monumental. Visita a ciudades, edificaciones o monumentos.
  - Turismo gastronómico. Visita a sitios destacados por su cocina
  - Enoturismo. Conocer y disfrutar de todo lo concerniente a la elaboración de los vinos.
  - Turismo folclórico. Participación en actividades y manifestaciones folclóricas.
  - Turismo artístico y estético. Asistencia a lugares y eventos de carácter artístico.
  - Turismo industria. Viajes con el objeto de conocer la actividad de diversas industrias,
- (Socateli, 2013).

#### **1.1.25. Turismo Cultural**

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas, (PLNADETUR, 2007).

#### **1.1.26. FODA**

La matriz de análisis Dafo o Foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz Dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo

permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

### **Análisis externo**

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz Dafo divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas.

- **Oportunidades:** representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?

- **Amenazas:** pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

## **Análisis interno**

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis dafo trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

- **Fortalezas:** Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?

- **Debilidades:** Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?, (Espinosa, 2013).

### **1.1.27. CPES**

Es una herramienta al igual que el FODA, pero esta matriz nos permite identificar el problema para saber la causa, el efecto y establecer la posible solución.

### **1.1.28. Nudos Críticos**

Esta es una dinámica muy útil para identificar en grupo aquellos problemas que resultan claves ante una situación dada y para discriminar en un orden de prioridad aquellos que, solucionándolos, permiten solucionar o aliviar otras cuestiones y por tanto, ayudan a

distribuir los esfuerzos hacia donde resultarán más útiles. A la vez, permite identificar y determinar los nudos críticos, es decir, aquellos problemas que son consecuencia de otros y por eso, son más difíciles de abordar directamente, (Culture).



Guaranda es la Capital de la Provincia Bolívar fue fundada por los Españoles en 1.571 en la República del Ecuador está ubicada a 2.668 msnm, con un Clima que varía desde los páramos fríos, entre 4° C a 7° C. Es un cantón que tiene varios pisos climáticos, su temperatura oscila entre los 13°C. Está bañada por los ríos Salinas e Illangama (río Guaranda), cuyas vertientes iniciales están en los páramos del Chimborazo, (GADCG, Historia).

Guaranda es declarado como Patrimonio Cultural del Ecuador el 23 de Octubre 1.997, se la conoce como “Ciudad de las Siete Colinas”: San Jacinto, Loma de Guaranda, San Bartolo, Cruzloma, Tililag, Talalag y el Calvario, (Gavilanes, 2015).

También considerada Patrimonio Cultural del Ecuador, por sus edificaciones con valor histórico arquitectónico; sin embargo no existen acciones que permitan el aprovechamiento de este recurso, o gestiones que impulsen el desarrollo económico, cultural y turístico de la población, posee una riqueza cultural intangible como son los saberes ancestrales, costumbres, fiestas patrimoniales, rituales, conocimientos de plantas medicinales y gastronomía presentada en el cantón. Uno de los atractivos de la ciudad es el museo del Carnaval de Guaranda, este espacio turístico tiene como objetivo dar a conocer la tradicional fiesta del “carnaval,” declarada como patrimonio intangible del Ecuador el 31 de octubre de 2002 y a la cual los guarandeños la denominan su fiesta mayor.

Desde allí se observan las comunidades y la capital de la provincia de Bolívar, el nevado Chimborazo y colinas que rodean la urbe. El museo tiene diferentes espacios, partiendo con los orígenes del carnaval, hay fotografías y textos sobre el inicio del carnaval en el mundo y las tradiciones del juego en otros países. En la exposición se cuenta cómo fue conjugando esta celebración pagana en las comunidades indígenas, la época colonial y el inicio de la fiesta en la ciudad.

El Carnaval de Guaranda tiene influencia española, por eso hay carros alegóricos, máscaras y jóvenes que bailan disfrazados”, (GADCG, Guion turistico, 2018).

La flora en Guaranda, la actividad principal es la explotación del Pino, en especial en dos de sus parroquias denominadas Gabriel Ignacio Veintimilla y San Pedro de Guanujo.

Respecto a la fauna, Guaranda, en sus zonas bajas alberga un sinnúmero de especies de animales pequeños, incluso existen animales mamíferos silvestres en los que se destacan las ardillas, guanta, guatusa. En las zonas altas se observan a los lobos, raposa, conejo, chucuri, cuy, entre otros.

Los pisos ecológicos del cantón Guaranda, permiten que exista una variedad de productos, pues en el cantón Guaranda, se conjuga la costa y sierra, en la que la vegetación y biodiversidad sea variada, los pisos climáticos van desde los 4420 msnm en la Cruz del Arenal a los 620msnm en San Luis de Pambil. Por ello Guaranda ofrece atractivos turísticos ubicados en la naturaleza y en la ciudad.

### **1.3. Marco Legal**

#### **1.3.1. Constitución de la República del Ecuador 2008**

En la sección Quinta de la Constitución de la República del Ecuador (en adelante CRE) se refiere a la cultura, pues el Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

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

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles.

El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley, (CRE, 2008).

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales, (CRE, 2008).

### **1.3.2. Ley Orgánica de Cultura**

Esta Ley determina en su artículo 4, los principios en los cuales regirá, así tenemos: la diversidad cultural. Se concibe como el ejercicio de todas las personas a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

- Interculturalidad. Favorece el diálogo de las culturas diversas, pueblos y nacionalidades, como esencial para el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución y en la presente Ley, en todos los espacios y ámbitos de la sociedad.

- Buen vivir. Promueve una visión integral de la vida que contemple el disfrute del tiempo libre y creativo, la interculturalidad, el trabajo digno, la justicia social e intergeneracional y el equilibrio con la naturaleza como ejes transversales en todos los niveles de planificación y desarrollo. (Ley Orgánica de Cultura, 2016).

### **1.3.3. Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura**

En el capítulo del Subsistema de Memoria Social, el Art 22, de la tipología de museos.- Los tipos de museos, que se establecerán de acuerdo a la naturaleza de sus colecciones o de su propuesta expositiva, son los siguientes: museos arqueológicos, etnográficos, artísticos, históricos, científicos o tecnológicos, militares, religiosos, de la memoria, entre otros. Los museos públicos en los diferentes niveles de gobierno, privados y comunitarios, se acreditarán en diferentes categorías, de acuerdo a su contenido, calidad de servicios culturales, seguridad e infraestructura y la conservación y el mantenimiento de bienes culturales y patrimoniales que forman su colección o propuesta expositiva, de conformidad a la normativa técnica que se dicte para el efecto. Para fines administrativos, los museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio estarán divididos en tres categorías: museos nucleares,

museos zonales y museos locales. Esta categorización de los museos permitirá la optimización de su gestión y funcionamiento. El ente rector de la cultura deberá emitir la normativa técnica respectiva, (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE, 2017).

Art. 25.- De la Red de Museos.- La Red de Museos es el conjunto de museos que reciben fondos públicos en sus diferentes niveles de gobierno y los que se adhieran voluntariamente, en todo el territorio nacional. La Red de Museos articula entre sí a estos espacios, es presidida por el Museo Nacional, el cual se constituirá como una entidad operativa desconcentrada con su sede en la ciudad de Quito, y que tiene los siguientes fines:

- a) Adoptar, articular y difundir las políticas, programas, planes, estrategias, normas, protocolos y disposiciones que en materia museística establezca el ente rector de la Cultura y el Patrimonio.
- b) Ser una instancia integradora y consultiva de planes, programas y proyectos del sector museístico del país
- c) Promover la articulación y cooperación entre museos del país en un marco de respeto a su autonomía jurídica, administrativa, cultural y técnico-científica
- d) Fomentar publicaciones especializadas, (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE, 2017).

Art. 27.- De la gestión y desarrollo de los museos.- El ente rector de la cultura formulará la política pública para la gestión y desarrollo de los museos del Ecuador, respecto de los ámbitos de gestión institucional, de colecciones, del conocimiento, de exposiciones, de educación crítica, mediación y vínculo con la comunidad, de gestión públicos, de fomento e incentivos, de comunicación y de la información, de seguridad y de servicios complementarios, cuya implementación en los museos estará orientada en la normativa técnica correspondiente,(REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE, 2017).

Art. 28.- De los Archivos Históricos.- Se considera como archivos históricos al conjunto de documentos producidos y recibidos por una institución pública o privada, persona natural o jurídica que han terminado su ciclo vital. Los archivos históricos son entendidos como espacios de investigación y conservación de la memoria social, mediante el registro de los procesos históricos recopilados en sus acervos de patrimonio documental. Los Archivos Históricos tienen como fines los siguientes, (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE, 2017).

#### **1.3.4. Ordenanza del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda**

La ordenanza sustitutiva que regula la organización, administración, financiamiento y desarrollo de los eventos Culturales y Patrimoniales del Carnaval de Guaranda.

Artículo 1.- La presente ordenanza regirá las actividades culturales y patrimoniales del Carnaval de Guaranda que es la expresión de la cultura del pueblo que encarna sus raíces históricas y valores ancestrales patrimonio intangible de la cultura nacional, siendo deber de las instituciones y el pueblo en general resaltar sus tradiciones y costumbres, (GADCG C. , 2014).

Que, el COOTAD en su artículo 55 literal h) establece dentro de las competencias exclusivas del GAD Municipal: “Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines”, (GADCG C. , 2017).

Que, de conformidad al Art. 1 del Acuerdo Ministerial N° 4291 de 31 de octubre del 2002, manifiesta. Declarar como bien perteneciente al Patrimonio Cultural de la Nación, al hecho cultural intangible conocido como Carnaval de Guaranda que se celebra en toda la provincia de Bolívar, (GADCG C. , 2017).

## **CAPITULO II: METODOLOGIA**

### **2. Tipos de Investigación**

#### **Investigación de Campo**

Mediante la visita al Museo del Carnaval ha permitido una entrevista a los funcionarios de dicha institución con el fin de obtener resultados que sirvieron de base para esta investigación; adicionalmente se realizó una encuesta participativa a los visitantes cuyos resultados se aplicaran en el perfeccionamiento y la satisfacción de las necesidades de la colectividad que visitan en museo.

#### **Investigación Descriptiva**

Dado que la Investigación descriptivo implica observar el objeto de estudio con el propósito de describirlo sin afectarlo para conocer los beneficios e impactos que han generado en los habitantes locales el desplazamiento de turistas o visitantes hacia el Museo.

## **2.1. Métodos**

### **Método Inductivo**

Este método me permitió conocer a través de la encuesta las alternativas a proponer para el incremento de la actividad turística del museo mediante las recomendaciones de las mismas.

### **Método Deductivo**

La información recolectada a través de las entrevistas permitió conocer las necesidades de la población mediante estas facilito una conclusión concreta que permita evaluar las estrategias a plantear en el proyecto de investigación.

### **Método Histórico**

El método histórico permitió obtener información de hechos pasados referente a cuales fueron los visitantes que llegaron al Museo y obtener información de cuál es su criterio respecto de la actividad turística que se desarrolla con lo que se determinará los beneficiarios directos e indirectos y la influencia en el desarrollo socio económico local.

## 2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

Entre las técnicas que se utilizaron para levantar la información primaria en este proyecto de investigación se menciona las siguientes:

- **La Encuesta:** Principal instrumento que permitió cuantificar y proporciona información necesaria a través de un cuestionario de preguntas cerradas realizadas a los pobladores de la ciudad de Guaranda la cual permitió obtener conclusiones y recomendaciones que contribuyeron a la investigación y de esta manera permitirá mejorar e incrementar el turismo hacia la ciudad de Guaranda y especialmente a este atractivo.
- **La Entrevista:** Principal instrumento aplicado a un número de personas directamente involucradas en la temática a través de preguntas abiertas considerando el punto de vista del entrevistado quienes en la presente investigación son funcionarios del Municipio y Museo, proporcionaron información actual de los procesos que se desarrollan en el mismo y como es la actividad turística.
- **La Observación:** A través de esta técnica se evidencio como está actualmente el Museo sus procesos y la incidencia en el turismo local.

### Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron para la investigación fueron:

- Hoja de encuestas: permitió recabar información mediante una lista de 12 preguntas estructuradas donde determinamos el nivel de aceptación y conocimientos que tienen los encuestados acerca del objeto de estudio. Se realizó encuestas a los visitantes del museo, así como también a la comunidad local
- Cuestionario de la entrevista: permitió la interacción a través de preguntas estructuradas este instrumento duró 45 minutos utilizando un banco de preguntas acerca del contexto de estudio con el personal que labora en el museo.
- Guía de observación: permitió recolectar datos cuantitativos y cualitativamente del personal como la estructura del museo.

### 2.3. Métodos por objetivos

- Para la realización del primer Objetivo se aplicó un análisis de la información recopiladas a través de la entrevista al personal que labora en el museo del carnaval de Guaranda, lo cual nos llevó a determinar la situación real cuantitativa y cualitativamente para determinar las mejoras a seguir y continuar con el progreso del museo que es el objeto de estudio de esta investigación. (Ver anexo A-2)
- Para el cumplimiento del segundo objetivo se realizó un estudio que permitió contar con una base de datos actualizada de acuerdo a los motivos por los que el turista visitó el museo. (Ver anexo A-3)
- En el tercer objetivo se diseñó un análisis (FODA, CEPES, nudos críticos) para determinar las estrategias y fortalezas que ayudaran a las mejoras del museo.

### 2.5. Universo y Muestra

- **Universo:**

El universo que se consideró para la realización del presente estudio investigativo es de 31000 usuarios que han acudido al museo durante el primer cuatrimestre del 2019.

- **Muestra:**

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio, así tenemos:

Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita, con lo cual se determinó la cantidad de 394 personas, para la aplicación de encuestas a la ciudadanía.

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

E= Error Probable

Al Museo del cantón Guaranda, durante el primer cuatrimestre del 2019, acudieron alrededor de 31000 usuarios, por tanto la muestra a aplicarse las encuestas son de 394 personas.

$$N=31000$$

$$E= 0.05 (5\%)$$

$$n = \frac{31000}{0.05^2(31000 - 1) + 1} = \frac{31000}{0.0025(30999) + 1} = \frac{31000}{74,975 + 1} = \frac{31000}{78,4975} = 394$$

La muestra se realizó a 394 ciudadanos que visitaron el museo durante el tiempo determinado; así como también a la colectividad guarandea.

## **CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3. Resultados por objetivos**

#### **3.1. Diagnóstico participativo de las actividades turísticas**

Para la verificación del primer objetivo específico planteado en la investigación como es el diagnóstico participativo de las actividades turísticas que se desarrollan en el museo del carnaval de Guaranda, fue necesario realizar un análisis de la situación actual del museo del carnaval del cantón Guaranda, pues es de gran importancia considerarla, para conocer cómo se encuentra al momento a fin de establecer los problemas y plantear posibles soluciones.

##### **3.1.1. Información General**

El museo del carnaval de Guaranda está ubicado en la colina San Jacinto al oeste de la ciudad a escasos 5 minutos del centro de Guaranda, el mismo que tiene un diseño de Guitarra este instrumento es muy utilizado en la fiesta del carnaval, su construcción inicio el 27 de febrero 2008, representado por el Lcdo. Alberto Coles en su Calidad de Alcalde del Cantón Guaranda, por problemas del espacio físico se detuvo la construcción, es así que debido a este problema quedo en total abandono y al pasar del tiempo se deterioró, después de 8 años se solucionaron los inconvenientes y se inició con la reconstrucción.

##### **3.1.2. Exposiciones**

###### **3.1.1. Cultura y tradición en el museo del Carnaval de Guaranda**

El Museo del Carnaval de Guaranda cuenta con paneles que representan la historia del carnaval, pues con ello se propende transmitir a las nuevas generaciones como eran las costumbres de nuestros antepasados.

### **Panel 1.- Del comercio en épocas antañas**

Guaranda fue el paso obligado del comercio entre la costa y sierra norte, en la que llevaban sus productos. Los viajeros siempre llevaban en su espalda un pingullo (era un instrumento musical que utilizaban para entonar melodías y para comunicarse entre ellos y de esta manera no perderse de su camino).

### **Panel 2.-Con la llegada del carnaval, todo el mundo se levanta**

Guaranda se convierte en un escenario multicolor donde se desborda la alegría al celebrar la Fiesta Mayor de la Provincia Bolívar, Declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación el 31 de octubre del año 2002.

### **Panel 3.- Componente histórico del carnaval, Orígenes Históricos de la Fiesta del Carnaval.**

Se cree que los orígenes del carnaval se remontan en las antiguas Sumerias, Egipto y el Imperio Romano, en donde se realizaban fiestas paganas para rendir culto a Baco (dios del vino) Lupercus (dios del agricultura, los bosques, y el pastoreo) y el Toro Apis (Dios egipcio de la fertilidad) posteriormente la costumbre se expandió por Europa y más tarde fue traída a América por los conquistadores españoles, a partir del siglo XVI.

### **Contexto histórico de la fiesta del carnaval durante el periodo colonial.**

Con la llegada de la conquista y colonización española, la cultura popular local no se limitó a recibir la celebración del carnaval europeo y reproducirlo, sino que lo enriqueció con sus símbolos, música, danza, palabras y saberes locales. Los pueblos indígenas han tenido una relación estrecha con la naturaleza y la fertilidad de la tierra. Por lo tanto la superposición de fechas de acuerdo al calendario cristiano entre las fiestas indígenas y celebraciones de los

españoles es una coincidencia temporal y un hecho utilizado por los colonizadores como un recurso ideológico para consolidar la evangelización y mantener la dominación.

### **Carnaval de Guaranda**

El carnaval de Guaranda conserva ciertas influencias de la cultura española y muchos aspectos de las culturas indígenas.

#### **Preparativos del Carnaval.**

La preparación del festejo del carnaval inicia con meses de antelación, el ánimo de la gente cambia, e incluso el ambiente y el aire se transforma conforme se aproxima la fiesta. La espera del Carnaval no solamente es por los desfiles, los bailes, la comida, sino por el reencuentro con los familiares y los amigos que regresan a Guaranda en esta época para compartir la fiesta del Carnaval.

### **Componentes Culturales del Carnaval de Guaranda**

#### **Balcones y Cascarones**

El carnaval de Guaranda es conocido como la época del enamoramiento, porque los jóvenes carnavalescos, cortejaban a las señoritas desde sus balcones y entonaban las coplas y con el permiso de los padres, las señoritas bajaban al patio a recibir el cortejo. El juego con agua encierra un sentido de seducción. A comienzos del siglo XX se utilizaban CASCARONES: pequeñas esferas hechas con cera y rellenas de agua perfumada, que los hombres arrojaban delicadamente a las mujeres como una forma de cortejo. Con el tiempo fueron reemplazados con bombas hechas de látex que tienen el mismo fin.

## **Juegos con agua y polvo**

Algunos escritores aseguran que el tradicional juego con agua viene desde la colonia, cuando los feligreses, en la época de carnestolendas, se empapaban como símbolo de limpieza o purificación ante la entrada de la Cuaresma. “Polviarse”, aplicar una capa de talco, harina o maicena en el rostro de otra persona, es una práctica que incorporaron los guarandeños al Carnaval traído desde España.

## **Música y Baile**

El danzante “Carnaval de Guaranda” es un canto que forma parte de la tradición oral guarandeña, se desconoce su autor pero se sabe que fue grabado por primera vez en 1932 por las hermanas Malvina, Victoria y Mariana Marín Carvajal en la Radio El Prado de Riobamba posteriormente en 1950 lo grabaron los Hermanos Gonzales y el Conjunto Guarandeño. A partir de entonces, se han grabado innumerables versiones en diferentes formatos: estudiantinas, bandas, coros y conjuntos diversos.

## **Sección 2: Tradición oral: la copla**

La copla es la expresión de la cultura popular que caracteriza al Carnaval de Guaranda. Constituye una de las formas poéticas más antiguas que llega a América con la conquista española a través de la introducción del idioma castellano. “Contrapunto” Es una manera de establecer un diálogo colectivo entre copleros, se realiza entre grupos de amigos, familiares o grupos de hombres y mujeres.

## **Gastronomía y Bebida**

Jucho, ají de cuy, dulce de zambo, fritada, chicha, tamal, alcaparras, ají y chigüiles, el pájaro azul (la razón de porque tiene la tonalidad azulito es por el anís de pan, anís estrellado y las hojas de mandarinas).

## **Rampa de acceso al segundo piso**

El museo cuenta con una ventaja de accesibilidad para personas con capacidades especiales esta se encuentra al lado derecho del museo; en la misma podemos observar ilustraciones, de la ciudad y del carnaval de Guaranda, como también coplas del carnaval.

## **Panel intercultural.**

Nuestros indígenas tienen su propio día donde desfilan por las calles de la ciudad, con su corso carnavaleros, son los únicos que intervienen en su desfile. Tienen su propia Ñusta del Pawkar Raymi que significa la Reina del Florecimiento, es la representante de la belleza intercultural.

## **¿Quieres ser prioste del Gallo Compadre?**

El gallo compadre es una tradición de la comunidades rurales en el carnaval. Las personas cantan y bailan alrededor del regalo que realiza el compadre: 12 gallos vivos para la comunidad. En este acto se realiza el cambio de priostazgo a otra persona querida y respetada. También se dice que como parte de esta tradición hay un juego que consiste en enterrar a los gallos con la cabeza afuera, después se intenta degollarlos con un machete. Quien lo intenta debe tener los ojos vendados y si falla tendrá que cumplir con una multa: brindar a la comunidad comida y bebida.

### **Desfiles, comparsas, espectáculos**

Tradicionalmente, los desfiles de comparsas eran organizados de forma espontánea por familias guarandeñas; sin embargo, a partir de los años setenta se han ido incorporando al Carnaval espectáculos, actos y eventos planificados, ejecutados y controlados por el Municipio y su ente ejecutor que es el Comité Permanente del Carnaval.

### **Indumentaria de la Reina de Guaranda**

El vestido largo de la reina representa la belleza de la mujer Guarandeña. Cinta de la reina de Guaranda y sus carnavales.

### **Indumentaria del Taita Carnaval**

Sombreo de paño negro. Pocho rojo. Camisa blanca. Cinta de Taita Carnaval. NOTA. Mediante ordenanza municipal para el taita carnaval de Guaranda se deroga la (Y) griega por (I) latina, pero para el taita carnaval indígena se mantiene la (Y) griega.

### **Galería de Reinas de Guaranda y sus Carnavales**

La primera Reina de Guaranda fue la señorita Laura Matilde Silva del Pozo en 1927, en total son 45 reinas hasta la actualidad “2018”.

### **Galería Taita Carnaval**

El primer Taita fue el Lcdo. Carlos Arturo Chata que fue electo en 1983 hasta la actualidad existe 28 Taitas Carnavales.

### **Mirador las 7 colinas (terraza)**

San Jacinto.- (La Guitarra). Por sus laderas corre el río Salinas. En esta colina le veneraban a San Jacinto, Patrón de los viajeros comerciantes que preferían pasar por este camino, brindando la limosna como contribución de fe.

**Cruz loma.-** (Centro Cultural Indio Guaranga). Antiguamente a esta colina se la conocía como “Loma de la Cruz” ya que existía una cruz de madera que fue destruida por un rayo que cayó a consecuencia de un fuerte invierno. Se dice que en este lugar se celebraba la misa del Miércoles de Ceniza que se lo realizaba después de las festividades del carnaval de Guaranda.

**Loma de Guaranda.-** llamada así en honor a la ciudad de Guaranda. Se encuentra ubicada al Norte de la parroquia Gabriel Ignacio Veintenilla. En la cima de la colina existen diferentes antenas.

**El calvario.-** su nombre tiene que ver con la muerte de Jesús en Jerusalén, en el monte del calvario; por lo tanto, como precepto religioso desde aquí salía la procesión del domingo de ramos la misma que llegaba a la iglesia principal dando inicio la Semana Santa.

**San Bartolo.-** Denominada anteriormente San Bartolomé, en honor a un Santo de mucha devoción, quien fue uno de los apóstoles de Jesús.

**Talalag.-** Existe una leyenda de esta colina; se dice que en este sitio permanecía un anciano indígena como guardián, el mismo que poseía una coraza de acero que la golpeaba al momento que se acercaban los enemigos en ataque de guerra; el sonido que reflejaba ésta coraza cuando la golpeaba era “talag”, que era un sonido alarmante.

**Tililag.-** Esta elevación que, en tiempos de nuestros primitivos, tenían a manera de guardián un indígena anciano que poseía una coraza de acero que para cuidarse de los enemigos que se acercaban en ataque de guerra, golpeaba esta coraza que reflejaba un sonido alarmante, “tilig”, por eso su nombre. Es la más pequeña entre todas y por aquí pasa el río Guaranda, (GADG, 2018).

### **3.1.3. Personal del Museo**

En el museo del carnaval del cantón Guaranda laboran 5 personas, las cuales no cuentan con la certificación necesaria para cumplir con esta delicada función, dos trabajadores están asignados al cargo de aseo y guardianía

### **3.1.4. Zona y estructura.**

### **3.1.5. Situación Actual del Museo del Carnaval**

Se realizó un análisis de la situación actual del museo del carnaval del cantón Guaranda, pues es de gran importancia considerarla, para conocer cómo se encuentra al momento a fin de establecer los problemas y plantear posibles soluciones.

El museo del Carnaval de Guaranda, es un espacio turístico que tiene como objetivo dar a conocer la tradicional fiesta del “carnaval,” declarada como patrimonio intangible del Ecuador el 31 de octubre de 2002 y a la cual los guarandeños la denominan su fiesta mayor.

Desde allí se observan las comunidades y la capital de la provincia de Bolívar, el nevado Chimborazo y colinas que rodean la urbe. El museo tiene diferentes espacios, partiendo con los orígenes del carnaval, hay fotografías y textos sobre el inicio del carnaval en el mundo y las tradiciones del juego en otros países.

En la exposición se cuenta cómo fue conjugando esta celebración pagana en las comunidades indígenas, la época colonial y el inicio de la fiesta en la ciudad.

El Carnaval de Guaranda tiene influencia española, por eso hay carros alegóricos, máscaras y jóvenes que bailan disfrazados”, (GADCG, Guion turístico, 2018).

Algo que le hace único a este museo, es la peculiar forma de guitarra que adoptó su estructura física, la cual está dividida en tres niveles, existen espacios lúdicos, para que niños y jóvenes interactúen y conozcan la historia del carnaval.

### **Dificultades en la construcción del museo del Carnaval**

En el año 2014, un equipo técnico del Ministerio de Turismo, realizó un estudio técnico de las condiciones arquitectónicas de la edificación del museo del carnaval conocido como la guitarra.

Este equipo de técnicos concluyeron en su informe que el edificio se encuentra en total abandono, el estado deplorable del interior de la edificación, el edificio en el año 2014 aún estaba en obra gris, sin cerramientos, parte de la cubierta no existía, lo que conllevaba a que se llene de agua en la época de lluvia, así como de polvo, pues el sector era lastrado

El presupuesto para la terminación de la edificación donde funcionaría el museo, oscila entre \$100.820,45 dólares.

Los técnicos de aquel informe señalaron que se debe analizar la viabilidad del edificio, que en su concepción arquitectónica presenta un buen diseño, pero el evidente estado de abandono y la falta de un modelo de gestión, no permite evaluar el funcionamiento del mismo.

Finalmente después de tantos años de espera Guaranda cuenta con un centro cultural que fue inaugurada el 11 de noviembre del 2017, para los guarandeños tiene un valor significativo pues allí se plasma la historia, cultura y tradición de la fiesta mayor como es el Carnaval.

## **Estructura Organizacional y funcional**

El Museo del carnaval de Guaranda no cuenta con una estructura orgánica funcional específica.

### **Logros**

Al tener la forma de guitarra lo hace único en el país, pues no existen edificaciones que se le parezcan.

Haber superado el desfase de tanto tiempo es un logro para la ciudad de Guaranda.

#### **3.1.6. Servicios**

En la estructura del museo consta con un área de cafetería la misma que la mayor parte del tiempo se encuentra cerrada.

### 3.2. Segundo Objetivo:

Para el cumplimiento del segundo objetivo, como es identificar el perfil del visitante que llega al museo del carnaval de Guaranda, se lo ha podido obtener gracias a las encuestas aplicadas.

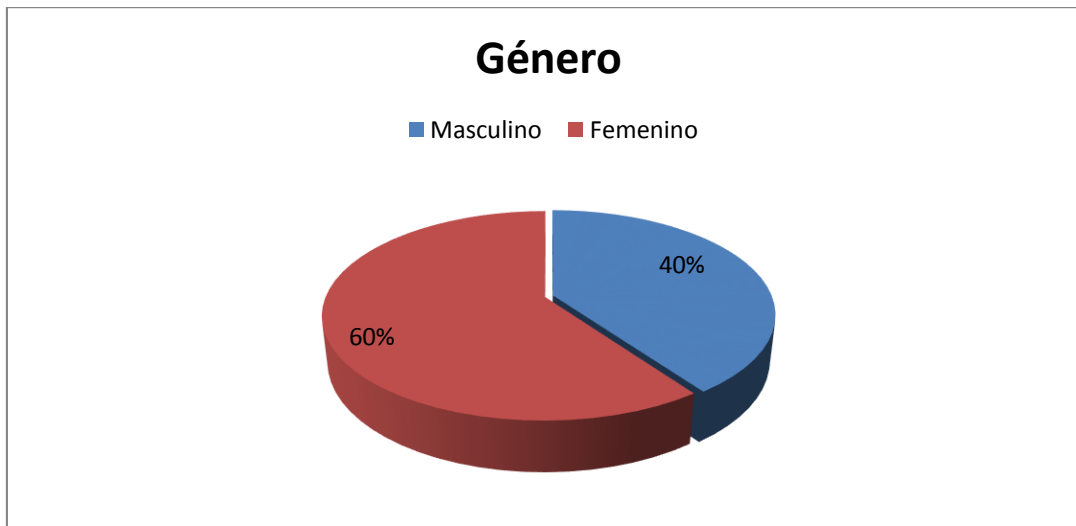
**Tabla 1: Personas que acuden al museo por género**

Pregunta	Opciones	Frecuencia	%
Género	Masculino	158	40
	Femenino	236	60
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 2: Personas que acuden al museo por género**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

### **Análisis**

De acuerdo a la tabla y el gráfico expuestos, se establece que un 60% de los encuestados son mujeres y un 40% son varones. Por lo tanto hay que considerar que el género femenino es el más interesado en acudir al museo del carnaval de Guaranda.

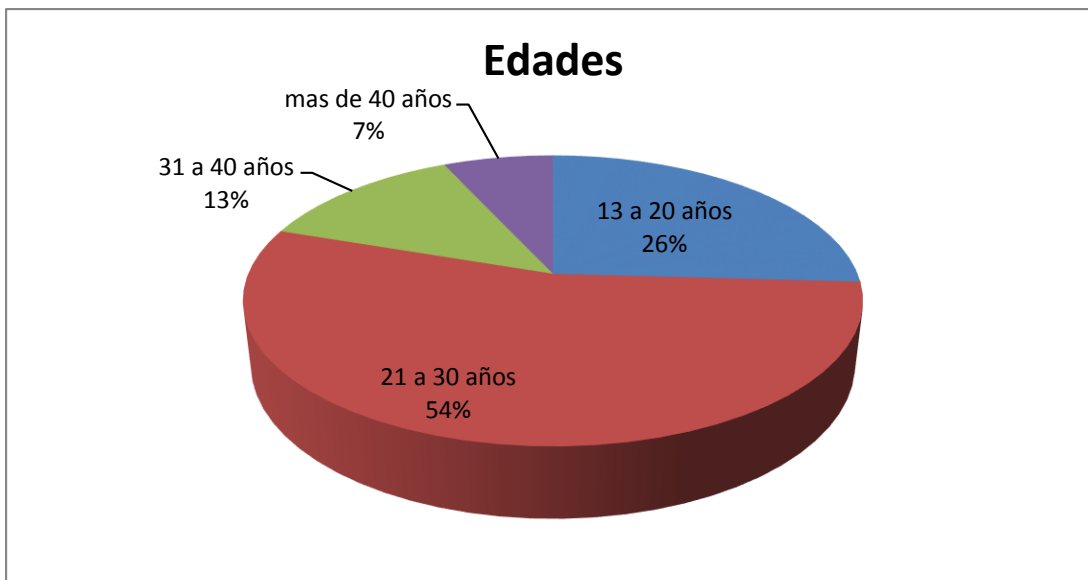
**Tabla 2: Rango de Edades**

Pregunta	Opciones	Frecuencia	%
Rango de Edades	13 a 20 años	102	26
	21 a 30 años	214	54
	31 a 40 años	51	13
	más de 40 años	27	7
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 3: Rango de Edades**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora.

### **Análisis**

Según los datos obtenidos de las encuestas se determinó que el 54% de los encuestados tienen un promedio de edad entre los 21 a 30 años, mientras que el 26% está representado por los que tienen de 13 a 20 años, y con un 13% se encuentra aquellos que tienen de 31 a 40 años, también con un 7% los que tienen de más de 40 años de edad.

## 1. ¿Conoce usted el Museo del Carnaval de Guaranda?

Tabla 3: Conocen el Museo del carnaval de Guaranda

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	213	54
	NO	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Guaranda, y a visitantes al museo

**Elaborado:** Investigadora

Grafico 4: Conocen el Museo del carnaval de Guaranda



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora.

### Análisis

Según las encuestas aplicadas el 54% de la ciudadanía encuesta manifiesta que conocen el museo del Carnaval de Guaranda, en tanto que el 46% manifiesta que no conocen el museo del Carnaval de Guaranda.

## 2. ¿Qué medios publicitarios le sirvieron para visitar el museo?

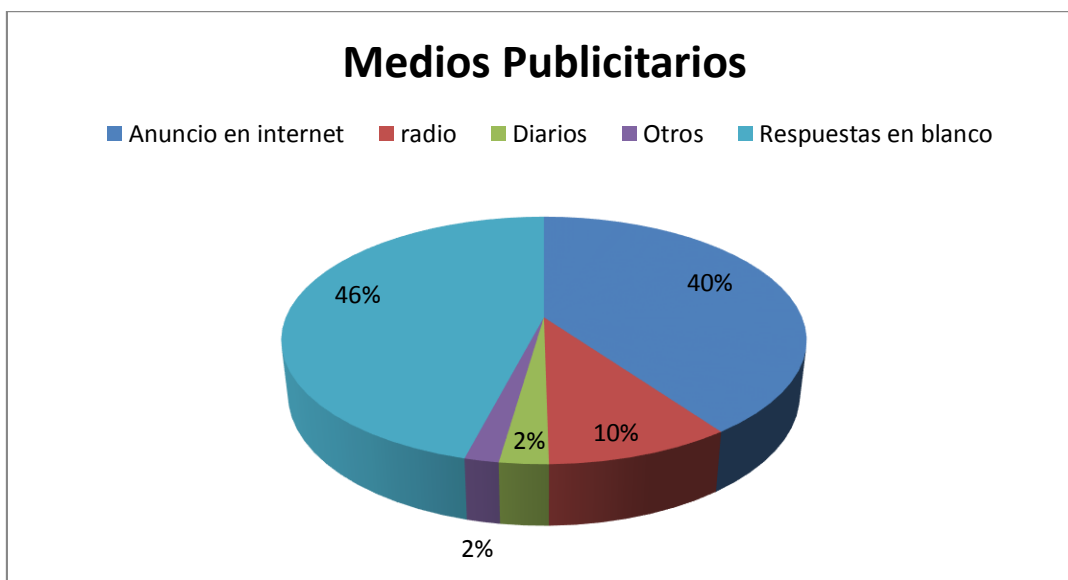
**Tabla 4:** Medios Publicitarios

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
2	Anuncio en internet	158	40
	Radio	38	10
	Diarios	10	2
	Otros	7	2
	Respuestas en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Guaranda, y a visitantes al museo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 5:** Medios Publicitarios



**Fuente:** Encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Guaranda, y a visitantes al museo

**Elaborado:** Investigadora

### Análisis

De las encuestas aplicadas, el 40% señala que el medio de comunicación que le sirvió para visitar el museo fue el anuncio en internet, el 10% señala que la a través de la radio escucho y le sirvió para visitar el museo, el 2% se enteró a través del diario o prensa y por ello visitaron el museo, y el 2% que a través de otros medios se enteraron del museo del carnaval de Guaranda., en tanto que el 46% respondieron en blanco.

### 3. ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar el museo?

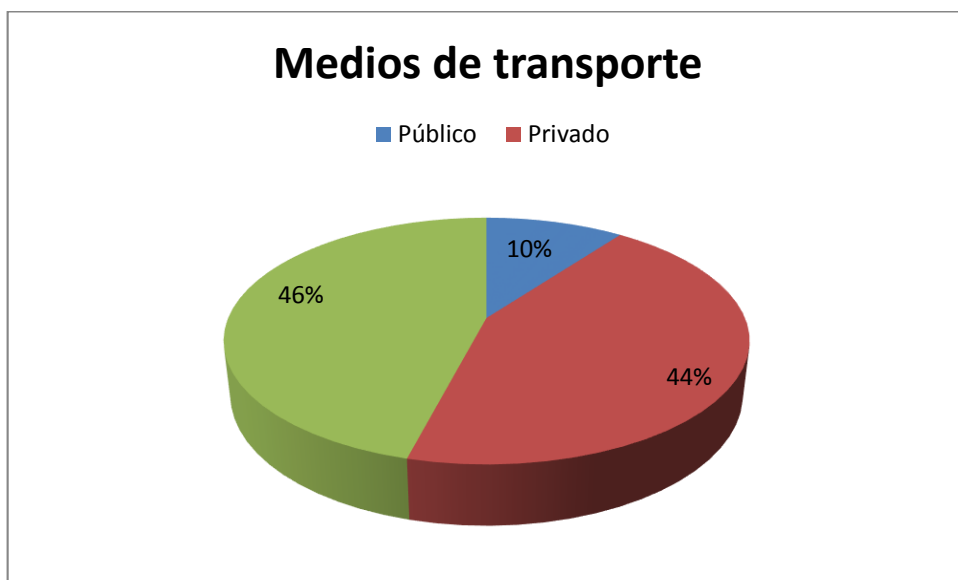
**Tabla 3:** Medio de transporte

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
3	Público	40	0
	Privado	173	100
	Respuestas en blanco	81	
TOTAL		394	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Guaranda, y a visitantes al museo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 6:** Medio de transporte



**Fuente:** Encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Guaranda, y a visitantes al museo

**Elaborado:** Investigadora

#### **Análisis**

De las encuestas aplicadas el 44% señala que para trasladarse al museo utiliza transporte privado, el 10% indican que utilizan el transporte público y el 46% deja la respuesta en blanco.

#### 4. ¿Por qué motivo visito este museo?

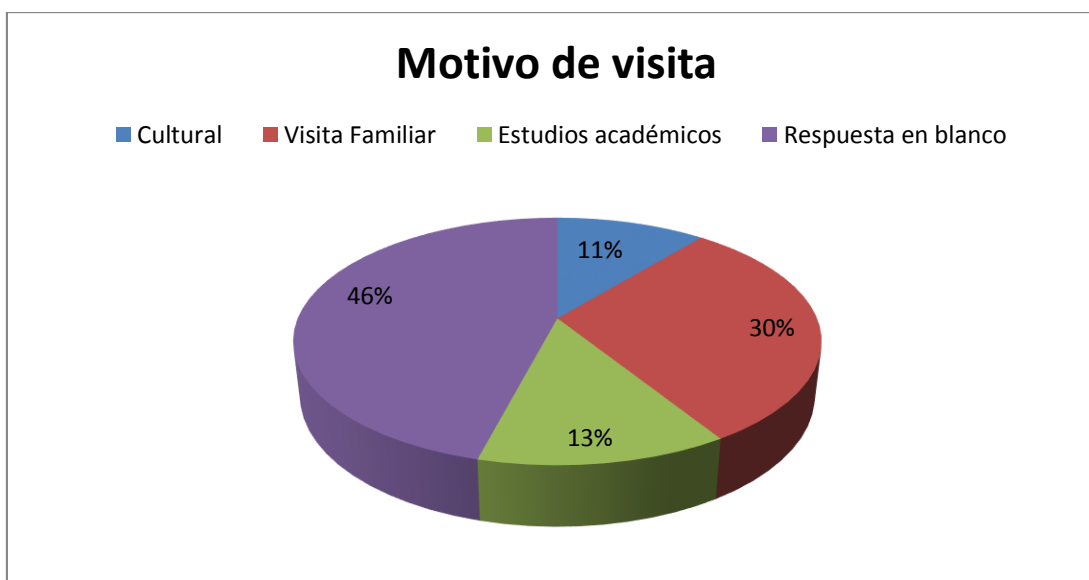
**Tabla 6:** Motivos de visita al museo

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
4	Cultural	43	11
	Visita Familiar	119	30
	Estudios académicos	51	13
	Respuesta en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 7:** Motivos de visita al museo



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

#### **Análisis**

Según las encuestas aplicadas el 30% señala que visito el museo del carnaval del Cantón Guaranda, por visita familiar, el 13% por fines académicos, y el 11% por motivos culturales, en tanto que el 46% dejó su respuesta en blanco.

**5. Considera usted que las actividades que se realizan en el museo.**

**Tabla 7:** Actividades en el museo

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
5	Interesantes	79	20
	Normales	112	28
	Desapercibidas	22	6
	Respuestas en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 8:** Actividades en el museo



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigador

**Análisis**

Según las encuestas aplicadas el 28% señala que las actividades en el Museo del Carnaval del Cantón Guaranda son normales, el 20% indicó que las actividades realizadas son interesantes, y el 6% calificó como desapercibidas las actividades en el museo y el 46% dejó en blanco las respuestas.

**6. Cómo evalúa la atención entregada en el museo en cuanto a recepción y trato recibido por los funcionarios.**

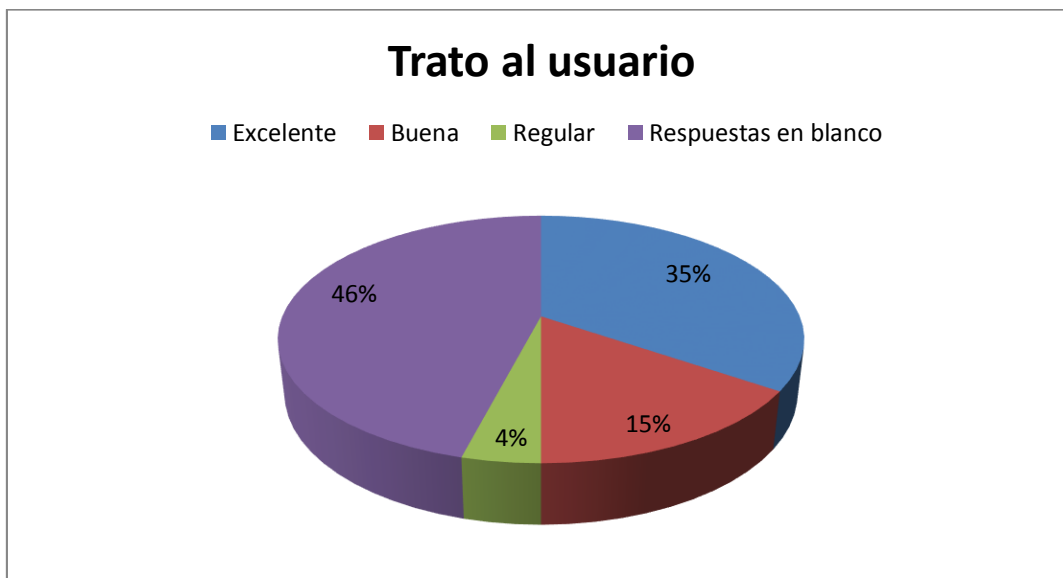
**Tabla 8:** evaluación del servicio hacia los usuarios

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
6	Excelente	136	15
	Buena	61	15
	Regular	16	4
	Respuestas en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 9:** evaluación del servicio hacia los usuarios



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Análisis**

De las encuestas aplicadas el 35% de los encuestados, manifiesta que el servicio entregado por parte de los funcionarios del museo es excelente, el 15% manifiesta que la atención es buena, el 4% manifestó que el servicio es regular, y el 46% dejó en blanco su respuesta.

## 7. ¿Cómo califica el conocimiento de los expositores?

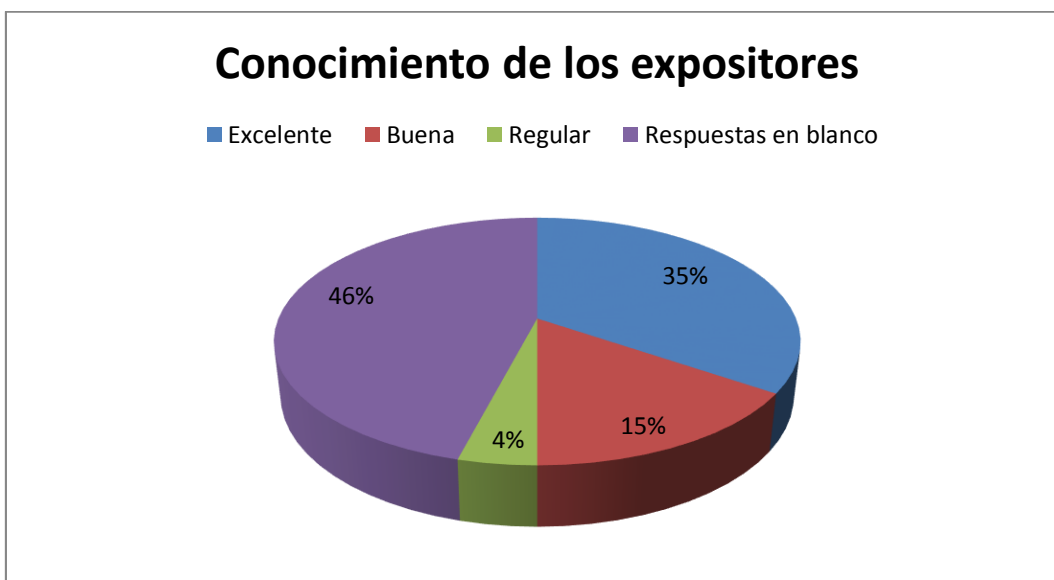
**Tabla 9:** Conocimiento de los expositores

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
7	Excelente	136	15
	Buena	61	15
	Regular	16	4
	Respuestas en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 10:** Conocimiento de los expositores



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

### Análisis

Según las encuestas aplicadas, el 35% de los encuestados, manifiesta que el conocimiento de los expositores del museo es excelente, el 15% manifiesta que la atención es buena, el 4% manifestó que el servicio es regular, y el 46% dejó en blanco su respuesta.

## 8. ¿Considera usted que la visita al museo fue una experiencia?

**Tabla 10:** Experiencia en la visita del museo

Pregunta N°	Opciones	Frecuencia	%
8	Excelente	136	35
	Buena	76	19
	Regular	1	0
	Respuestas en blanco	181	46
TOTAL		394	100

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

**Grafico 11:** Experiencia en la visita del museo



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Investigadora

### Análisis

El 35% indicó que fue una excelente experiencia la visita al museo del carnaval de Guaranda, el 19% calificó como buena la experiencia en la visita y el 46% dejó en blanco su respuesta.

### 3.3.Tercer Objetivo

Para el cumplimiento del último objetivo específico respecto al Diseño de estrategias para el fortalecimiento de la actividad turística del museo del carnaval de Guaranda, es importante realizar un análisis FODA, CPES y nudos críticos que nos permitan realizar las mejoras necesarias respecto a la actividad turística del museo del carnaval de Guaranda.

#### 3.3.1. Análisis matriz CPES y FODA

<b>Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución)</b>			
<b>CAUSA</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>EFECTO</b>	<b>SOLUCIÓN</b>
<b>ÁMBITO TURÍSTICO</b>			
Falta de estrategias de promoción y publicidad	Escasa promoción y publicidad	Índices bajos de visitas al museo.	Elaborar un plan de promoción y publicidad
Falta de asignación de recursos económicos y desinterés del GAD municipal	Personal no capacitado en atención al usuario	Bajos niveles de atención al usuario	Plan de capacitación para los funcionarios que laboran en el Museo
Falta de estrategias que permitan mejorar los servicios proporcionados por el museo	Inexistencia de innovación en los servicios que presta el museo.	Desinterés por parte de los turistas, lo que genera que no regrese	Innovación de nuevos servicios en el museo del carnaval de Guaranda
Escasos recursos designados a la administración del museo	Insuficientes actividades turísticas y culturales	Desinterés en la ciudadanía lo que conlleva a que no visiten el museo	Establecer cronogramas de actividades turísticas y culturales en el año calendario

**Cuadro 1:** Matriz CPES

Elaborado por: María Augusta Escobar García

### 3.3.2. Matriz FODA

En el análisis FODA se determinó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el museo del Carnaval de Guaranda.

#### Análisis FODA del Museo del Carnaval de Guaranda

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Excelente ubicación, pues está ubicado en una de las siete colinas de la ciudad de Guaranda.	Genera fuentes de empleo alrededor del museo.
Las vías que conducen hasta este lugar están en excelente estado -	Genera ingresos a la ciudad a través de la actividad turística
Temática original y única como es la del “Carnaval”	Gran afluencia de turistas en época de Carnaval
Amplia distribución de espacios	
Acceso sin costo alguno	
Traslado en el Ferri de Guaranda	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Inadecuada gestión por parte de las autoridades centrales. Insuficientes complementos en temas culturales.	Casas al redor en mal estado
No cuentan con el personal capacitado en servicio y atención al usuario (guía turística, relaciones humanas).	Esta alejado del centro de la ciudad
No cuenta con servicio constante de cafetería, o venta de snaks	Bajo nivel de hospitalidad
No abren el fin de semana.	
No cuentan con una estructura orgánico funcional en el museo	
No cuentan con el personal capacitado en servicio y atención al usuario (guía turística, relaciones humanas).	

**Cuadro 2:** Matriz FODA

**Elaborado por:** María Augusta Escobar García.

### 3.3.3. Identificación de nudos críticos

En base a los resultados obtenidos del análisis de la matriz CPES y FODA del Museo del Carnaval de Guaranda, se ha identificado los nudos críticos:

ÁMBITO	NUDO CRÍTICOS
TURÍSTICO	Escasa promoción y publicidad
	Personal no capacitado en atención al usuario
	Inexistencia de innovación en los servicios que presta el museo.
	Insuficientes actividades turísticas y culturales

#### **Cuadro 3:** Nudos Críticos

**Elaborado por:** María Augusta Escobar García

#### 3.3.3.1. Priorización de los nudos críticos

En cuanto a la priorización se ha considerado la siguiente tabla de valores en la que se asigna puntuación conforme a la establecida, respecto de los parámetros dificultad, impacto y la duración.

Valor	Dificultad	Impacto	Duración
1	Bajo	Bajo	Corto plazo
2	Medio	Medio	Mediano plazo
3	Alto	Alto	Largo plazo

**Tabla 11:** Valores determinados para puntuar los nudos críticos

**Elaborado por:** María Augusta Escobar García

**Tabla 12:** Priorización de nudos críticos

CRITERIO	NUDOS CRÍTICOS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
		Dificultad	Impacto	Duración	Total
<b>TURÍSTICO</b>					
Elaborar un plan de promoción y publicidad	Escasa promoción y publicidad	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
Plan de capacitación para los funcionarios que laboran en el Museo	Personal no capacitado en atención al usuario	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
Innovación de nuevos servicios en el museo del carnaval de Guaranda	Inexistencia de innovación en los servicios que presta el museo.	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
Establecer cronogramas de actividades turísticas y culturales en el año calendario	Insuficientes actividades turísticas y culturales	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>

Elaborado por: **María Augusta Escobar García**

### **3.4. Implementación de estrategias de intervención priorizadas**

La implementación de estrategias de intervención priorizadas está basada en la priorización de nudos críticos. Se consideraron prioritarias aquellas estrategias que alcanzaron un valor de 7 a 8 puntos por ser las más factibles para implementar, promueven soluciones inmediatas, generan un efecto a mediano plazo y pueden ser ejecutadas sin mayor inversión.

<b>Implementación de estrategias de intervención.</b>		
<b>Nudo crítico</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Objetivo</b>
<b>TURÍSTICO</b>		
Escasa promoción y publicidad	Elaboración de un plan de estrategias que contenga aspectos relacionados con el marketing y la publicidad, lo que fortalecerá la actividad turística del museo del carnaval de Guaranda.	Orientar la actividad turística de forma adecuada un plan de estrategias de fortalecimiento que permita el desarrollo de la actividad turística del museo del Carnaval de Guaranda.
Personal no capacitado en atención al usuario	Implementación un plan de capacitación anual, para los funcionarios que laboran en el Museo del Carnaval e Guaranda.	Elaborar planes de capacitación para los funcionarios del museo del Carnaval de Guaranda.
Inexistencia de innovación en los servicios que presta el museo.	Plan de implementación de nuevos objetos en el museo del carnaval de Guaranda, así como de los servicios que ofrece este centro turístico.	Ofrecer al visitante nuevos servicios, así como nuevos objetos que llamen la atención de los visitantes.
Insuficientes actividades turísticas y culturales	Innovación de las actividades que se realizan en el museo sean estas turísticas o culturales.	Establecer actividades que permitan acrecentar la actividad turística en el museo del carnaval de Guaranda.

**Cuadro 4:** Estrategias de cambio, para resolver los nudos críticos identificados  
**Elaborado por:** María Augusta Escobar García

### **3.5.Propuestas de Estrategias para fortalecer la actividad turística del Museo del Carnaval de Guaranda, 2019.**

- A través de las Estrategias de Marketing se puede aumentar la promoción y publicidad del Museo del Carnaval de Guaranda, por ello debe implementarse el Marketing de Recomendación, pues, es una de las mejores estrategias respecto a la publicidad, pues no hay mejor publicidad que la opinión que los clientes transmiten a su entorno. Es aquí donde se debe aprovechar y destacar la influencia de las redes sociales, pues al ser estas redes de gran difusión y viralización de las recomendaciones se multiplica los receptores.
- Promover el Marketing en Redes Sociales, la mayoría de empresas, instituciones han optado por las redes sociales para publicitar los servicios que proporcionan estas, Facebook y Twitter, son las redes más aclamadas, pues estas permiten dirigir lo que desean transmitir a una segmentación de mercado.
- Mejorar la actual oferta de servicios que brinda el Museo del Carnaval de Guaranda, ya que es la esencia de la fiesta mayor de los guarandeños, por ello es importante que el GAD Municipal apoye constantemente en este tipo de actividades.
- Crear e implementar con la cooperación de empresas agencias y operadoras de turismo circuitos y rutas que conduzcan hasta este centro turístico como es el Museo del Carnaval de Guaranda, así cuando los turistas viajen a conocer el Chimborazo, el tour incluya a la ciudad de Guaranda, y sus museos puedan ser visitados, así como otros lugares que tiene el cantón.

- Mejorar la profesionalización de personal vinculado a la actividad turística como: guías especializados en cultura, tradición folclore, historia de la ciudad, incluso que estén preparados lingüísticamente para brindar un mejor servicio a la visitante extranjero.
- Fomentar y promocionar los productos artesanales con propia identidad cultural, ello coadyuvará a que la economía de la ciudad se incremente, pues al elaborar productos y ofertándolos en el museo del carnaval de Guaranda, es un valor agregado al turista sea nacional o al extranjero.

### **3.5.1. Discusión**

Referente al tema mencionado no se tienen suficientes antecedentes investigativos; por lo que como estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, es un tema importante haber realizado una investigación en el campo turístico que el cantón Guaranda tiene y que lamentablemente no son desarrollados en toda su magnitud, pese a existir la infraestructura adecuada en el campo turístico, es menester que las administraciones municipales a través de la direcciones correspondientes respecto al área turística y cultural desarrollen propuestas para que en Concejo Municipal, se trate estos aspectos que son relevantes para el crecimiento del cantón y Provincia.

En las encuestas aplicadas se pudo detectar que el 46% de las personas encuestadas, ni siquiera conocen el museo del Carnaval del Cantón Guaranda por tanto, deber ser política municipal y provincial, establecer mecanismos que permitan que desde los más pequeños conozcan estos lugares que enriquecen el conocimiento en la cultura, y tradición.

De igual forma otro aspecto importante es que el 100% de personas encuestadas consideran importante que se realice un plan de fortalecimiento para incrementar la actividad turística del Museo del carnaval del Cantón Guaranda, en el que se abarque temas sobre atención a los usuarios, publicidad, actividades culturales, entre otras.

Después de esta investigación se determinó estrategias que fortalecerán la actividad turística del museo del Carnaval de Guaranda.

## CONCLUSIONES

- En el diagnóstico participativo se logró evidenciar la situación actual del Museo del Carnaval de Guaranda, llegando a la conclusión que el estado es óptimo tanto en infraestructura, parqueadero, así como también vías de acceso y de ésta manera se determinó que al no existir una organización estructural funcional, impide un correcto desarrollo de las actividades, lo que se torna en un limitante para mejorar los servicios en el museo del carnaval.
- Al definir el perfil del visitante, se ha concluido que la mayoría de personas que acuden son por visita familiar, la edad del visitante oscila entre los 21 a 30 años de edad, y acuden más mujeres que hombres, y la mayoría de visitas que llegan al museo a través de información en medios electrónico y los medios de transporte más utilizados fueron medios privados.
- Se han generado estrategias en el Museo del Carnaval de Guaranda, que permitirán asignar un valor agregado, cooperación con agencias de viajes, promocionar artesanía, estrategias de marketing, apoyo constantemente del GADCG. De esta manera tenga éxito como un icono representativo de la ciudad y provincia, por ello a través de los diferentes componentes se plantea opciones para el fortalecimiento de la actividad turística del museo del cantón Guaranda.

## **RECOMENDACIONES**

Una vez que se ha establecido las conclusiones, podemos realizar recomendaciones que fortalecen lo identificado en la investigación:

- El Gad Municipal de Guaranda que es el encargado de administrar el MCG debe aplicar las estrategias para fortalecer la actividad turística.
- Es importante que se realice actividades enfocadas al grupo segmentado de mercado que ha sido identificado, la innovación, creación de eventos puede atraer a los turistas, lo que contribuiría al desarrollo social y económico de la ciudad.
- Los guías deben contar con una certificación de competencias laborales que les acredite como tales antes el MINTUR y la SETEC así de esta manera podrán interactuar con los usuarios, pues sería una estrategia que evitaría la monotonía.
- Es necesario que el Museo del Carnaval de Guaranda genere constantemente opciones que muestren una actitud innovadora en el servicio, pues de eso depende que se mantenga e incremente el número de visitas.

## BIBLIOGRAFIA

- Abad, M. (2006). *Museo Pumapungo del Banco Central del Ecuador*. Obtenido de [file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/Marketing\\_Cultural\\_Una\\_propuesta\\_de\\_plan.pdf](file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/Marketing_Cultural_Una_propuesta_de_plan.pdf)
- Ana, B., & Navas, M. (febrero de 2010). [//dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2437](https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2437).  
Obtenido de [//dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2437](https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2437)
- Arte, H. y. (17 de mayo de 2013).  
<https://blogdeartecontemporaneo.wordpress.com/2013/05/17/los-museos-de-arte-en-la-historia/>. Obtenido de <https://blogdeartecontemporaneo.wordpress.com/2013/05/17/los-museos-de-arte-en-la-historia/>
- Bigne, E., & Font, X. (2000). *Marketing de Destinos Turisticos* . Obtenido de [books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=0zQylYo7i2oC&oi=fnd&pg=PA9&dq=estrategias+en+el+turismo&ots=ggw\\_0k\\_Uc5&sig=kLwPgZXVedmNxZGXh8NsSRXgH2k#v=onepage&q=estrategias%20en%20el%20turismo&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=0zQylYo7i2oC&oi=fnd&pg=PA9&dq=estrategias+en+el+turismo&ots=ggw_0k_Uc5&sig=kLwPgZXVedmNxZGXh8NsSRXgH2k#v=onepage&q=estrategias%20en%20el%20turismo&f=false)
- Bravo, P. (enero de 2009). <http://repositorio.uta.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec>
- Caribe, O. d. (2014). *Observatorio del Caribe* . Obtenido de <http://www.ocaribe.org/pdcaribe/fortalecimiento-de-la-riqueza-cultural>
- Carranza, R. (28 de Noviembre de 2017). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/22597>.  
Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/22597>
- Carreto, J. (s.f.). <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/search/label/01%20Introducci%C3%B3n>. Obtenido de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/search/label/01%20Introducci%C3%B3n>

Constituyente, A. N. (2008). *Constituyente*. Quito Ecuador. Montecristi: Talleres Gráficos UTPL, Loja, 2012.

Constituyente, A. N. (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD*. . Quito: Flacso.

[https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15\\_CODIGO\\_ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO_ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf):

[https://www.defensa.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/01/dic15\\_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf)

<http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2018/07/LI-LEY-ORGANICA-DE-CULTURA.pdf>

Departamennto de Comunicacion. (11 de noviembre de 2017). <http://www.guaranda.gob.ec>.

Díaz, L. (23 de marzo de 2016).

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10164/1/TESIS%20FINAL%20INGRID%20D%C3%8DAZ%20PDF%20E.pdf>. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10164/1/TESIS%20FINAL%20INGRID%20D%C3%8DAZ%20PDF%20E.pdf>

Diez, Y. (2010). <https://www.ecured.cu/Museolog%C3%ADa>. Obtenido de

<https://www.ecured.cu/Museolog%C3%ADaEcuador>, C. d. (s.f.). *Constitucion de la Republica del Ecuador* . Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.

Espinoza, C. (Enero de 2017). *Turimo Sostenible* . Obtenido de

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>Fao. (Agosto de 2016). *FAO. (1986) Report on the Use of Theatre, Puppets, Mime, Story-telling as a Forestry Extension Tool. Field Document No. 20. Gobierno de la Republica del Sudán (GCP/033/SUD/NET) FAO, Roma, Italia*. Obtenido de FAO. (1986) Report on the Use of Theatre, Puppets, Mime, Story-telling

as a Forestry Extension Tool. Field Document No. 20. Gobierno de la Republica del Sudán (GCP/033/SUD/NET) FAO, Roma, Italia

GADCG. (12 de 07 de 2018). *Guion turistico*. Obtenido de

<http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/>

GADCG. (s.f.). *Datos Importantes* . Obtenido de

<http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/>

GADCG. (s.f.). *Historia*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/la-ciudad/>

GADCG, C. (2014). *CONSEJO MUNICIPAL DEL CANTO GUARANDA* . Obtenido de

<http://www.guaranda.gob.ec>

GADCG, C. (Enero de 2017). *EL CONCEJO MUNICIPAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO*

*DESCENTRALIZADO GUARANDA* . Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec>

GADG. (12 de 07 de 2018). *Guion turistico*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec>:

<http://www.guaranda.gob.ec>

Galindo, E. (2015). *Estadística Métodos y Aplicaciones*. Quito: Prociencia Editores.

Gavilanes, W. (2015). *Difucion Turistica del Centro Historico* . Obtenido de

<http://www.dspace.ueb.edu.ec/>

Guerrero, L. K. (19 de 12 de 2017).

[file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-](file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-20171228%20(1).pdf)

[20171228%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-20171228%20(1).pdf). Obtenido de

[file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-](file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-20171228%20(1).pdf)

[20171228%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-20171228%20(1).pdf)

historia, cultura y datos importantes de la ciudad de guaranda. (s.f.).

<http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/>. Recuperado el 06 de febrero de 2019, de

<http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *resultados censo de poblacion*.  
Recuperado el febrero de 2019, de Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/bolivar.pdf>
- Laura, Z. J. (19 de 08 de 2016). *DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES RURALES DEL CANTÓN GUANO: UN ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA*. Riobamba: Universitaria.
- Lind Douglas A, M. W. (2012). *Estadística Aplicada A Los Negocios YA La Economía*. México DF: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Lorenzo, G. A. (2019). *PDOT*.
- Melgar, M., & Tuninetti, V. (08 de 05 de 2017). *Area de Extencion Educativa Museo Històrico Regional*. Obtenido de [revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/article/view/15896/17113](http://revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/article/view/15896/17113)
- Miguel, O. (13 de Septiembre de 2016). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec>
- Ministerio de Turismo . (s.f.). *MINISTERIA DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>: <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>
- Moreño, X. (17 de Agosto de 2010). *La Estrategia Publicitaria* . Obtenido de <https://marketingyconsumo.com/la-estrategia-publicitaria.html>
- Morin, E. (8 de 11 de 2014). *La Nueva Teoria Estrategica* . Obtenido de [/octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/2008-11-18-rafael-alberto-pc3a9rez-y-sandra-massoni-hacia-una-teorc3ada-general-de-la-estrategia.pdf](http://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/2008-11-18-rafael-alberto-pc3a9rez-y-sandra-massoni-hacia-una-teorc3ada-general-de-la-estrategia.pdf)
- Nirenberg, O. (25 de Junio de 2013). <http://www.redeamerica.org>. Obtenido de <http://www.redeamerica.org>

- Pérez, A. (2009). *Teoría general de la Estrategia* . Obtenido de [https://www.tendencias21.net/estrategar/Hacia-una-teoria-general-de-la-estrategia\\_a56.html](https://www.tendencias21.net/estrategar/Hacia-una-teoria-general-de-la-estrategia_a56.html)
- Porras, V. H. (2013). *Técnicas de Investigación*. Quito.
- Porter, M. (Noviembre de 2008). *Que es la Estrategia* . Obtenido de [//s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents//s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/)
- Redondo, I. (2002). *Estrategias y Publicidad*. Obtenido de [http://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2016/08/0.-Estrategias\\_de\\_publicidad\\_y\\_promocion\\_-\\_Gerard\\_J\\_Tellis.pdf](http://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2016/08/0.-Estrategias_de_publicidad_y_promocion_-_Gerard_J_Tellis.pdf)
- RIVERA, L. S. (s.f.). <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>. Obtenido de <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Salgado, M. (2004). Fracturando la Estabilidad y la Clausura. *Museos Y Patrimonios*, 76 ,79.
- Salgado, M. (2004). Fracturando la Estabilidad y la Clausura . *Museos Y Patrimonios* , 76.
- Saltos, A. C. (s.f.). *Tradiciones y Leyendas*. Recuperado el 2019, de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/la-ciudad/>: <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/la-ciudad/>
- Sandoval, L. (19 de 12 de 2017). *PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO EN EL ECUADOR*:. Obtenido de <file:///C:/Users/Hp%205ta%20Generacion/Downloads/349-13-574-1-10-20171228.pdf>
- Semplades. (2016). *Plan Nacional de Desarrollo*. Quito.
- Socateli, M. (Noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Turismo, M. d. (24 de Septiembre de 2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE*

*DESARROLLO*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf)

[content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf)

Umberto, E. (2012). Como hacer la tesis. En E. Umberto. México: Gedisa Mexicana S.A

Editorial.

Villacrosa, J. (s.f.). *Estrategias para el Desarrollo de Publicos Culturales* . Obtenido de

<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales>

## ANEXOS

### Anexo A-1

**Tabla 13:** Presupuesto

Nº	RUBROS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Flas Memory	15.00	15.00
30	Horas de Internet	0.60	18.00
750	Impresiones	0.25	200.00
10	Anillados	5.00	50.00
5	Empastados	20.00	100.00
100	Copias	0.05	5.00
5	Esferos	0.25	1.25
2	Lápices de minas	1.00	2.00
2	Cajas de minas	0.50	1.00
1	Caja de Grapas	1.00	1.00
1	Grapadora	3.00	3.00
1	Caja de clips	1.00	1.00
10	Resmas de papel	5.00	50.00
	Transporte		20.00
	Imprevistos		200.00
	TOTAL		667.25



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E**  
**INFORMATICA**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

El objetivo de esta Entrevista es para obtener información relevante de los funcionarios que laboran en la institución mediante preguntas abiertas las mismas que nos ayudaran a proponer estrategias para el fortalecimiento de la actividad Turística del Museo.

**DATOS GENERALES**

**Género** Masculino ( )                      Femenino ( )

**Edad:** .....

**Nivel de Instrucción**    **Primaria** ( )

**Secundaria** ( )

**Universidad** ( )

1. ¿Cuáles son los servicios permanentes que actualmente brinda el Museo del Carnaval de Guaranda?
2. ¿Actualmente cuantas personas laboran en el Museo del Carnaval de Guaranda?
3. ¿Qué medio publicitarios han utilizado para dar a conocer las actividades y horarios para visitas al Museo?
4. ¿Para que capacidad de personas está estructurado esta edificación?

5. ¿Se ha planificado en realizar una ampliación de espacios en el Museo?
6. ¿Qué tipo de material utilizan los funcionarios para impartir las exhibiciones?
7. ¿Mantiene un registro actualizado en cuanto a los visitantes y el origen de donde provienen?
8. ¿Cuenta el Museo con una señalización adecuada y la debida seguridad para los funcionarios y visitantes?
9. ¿Se ha realizado actividades especiales dirigidas a niños, adolescente, mayores y con qué frecuencia?
10. ¿Se ha trabajado conjuntamente con Instituciones públicas, privadas y Educativas del Cantón para incentivar la visita al Museo y con qué periodicidad?



### Anexo A-3

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E**  
**INFORMATICA**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

El objetivo de esta Encuesta es cuantificar y proporcionar información necesaria para determinar acciones y estrategias que nos permita mejorar e incrementar acciones que permitan el mejoramiento del Museo del Carnaval

#### **DATOS GENERALES**

**Género** Masculino ( )                      Femenino ( )

**Edad:** .....

1. ¿Conoce usted el Museo del Carnaval de Guaranda?

SI ( )

NO ( )

2. Qué medios publicitarios le sirvieron para visitar el museo

Anuncio en Internet ( )

Radio ( )

Diario ( )

Otros ( )

3. ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar el museo?

Movilidad propia ( )

Transporte público ( )

4. ¿Por qué motivo visito este museo?

Cultural ( )

Visita Familiar ( )

Estudios académicos ( )

5. Considera usted que las actividades que se realizan en el museo son:

Interesantes ( )

Normales ( )

Desapercibidas ( )

6. ¿Cómo evalúa la atención entregada en el museo en cuanto a recepción y trato recibido por los funcionarios?

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

7. ¿Cómo califica el conocimiento de los expositores?

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

8. Considera usted que la visita al museo fue una experiencia

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

9. ¿Considera usted que debe existir un plan de fortalecimiento para el museo del carnaval de Guaranda?

SI ( )

NO ( )

10. ¿Considera usted que el plan de fortalecimiento se debe enfocar en la publicidad del lugar?

SI ( )

NO ( )