



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el  
Mercado Artesanal de Guayaquil

**AUTORA:**

Santillán Lema Kely Lizbeth

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

Ing. Medina Crespo, José Alberto Mgs

**Guayaquil, Ecuador**

21 de septiembre del 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Santillán Lema Kely Lizbeth, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTOR**

---

Ing. Medina Crespo, José Alberto Mgs.

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Phd.**

Guayaquil, 21 de septiembre del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y**  
**HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Santillán Lema, Kely Lizbeth

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el Mercado Artesanal de Guayaquil, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 21 de septiembre del 2022

**LA AUTORA**

---

Santillán Lema Kely Lizbeth.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Santillán Lema, Kely Lizbeth

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el mercado Artesanal de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 21 de septiembre del 2022

**LA AUTORA:**

---

Santillán Lema Kely Lizbeth.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado - Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el mercado Artesanal de Guayaquil, presentado por la estudiante Santillán Lema Kely Lizbeth, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

**URKUND**

<b>Documento</b>	<a href="#">TT Santillan Lema.doc</a> (D143641571)
<b>Presentado</b>	2022-09-05 22:19 (-05:00)
<b>Presentado por</b>	Jose Medina (jose.medina@cu.ucsg.edu.ec)
<b>Recibido</b>	jose.medina.ucsg@analysis.urkund.com
<b>Mensaje</b>	Trabajo Titulación Kely Santillán Lema <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

**0%** de estas 32 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

Ing. Medina Crespo José Alberto Mgs.  
**TUTOR**

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por hacer posible de haber completado una etapa más de mis estudios y de tener la oportunidad de salir adelante gracias a los esfuerzos logrados. Por otro lado, están mis padres que me han ayudado a que pueda continuar con mis estudios y de esa manera poder prepararme para la vida profesional. En parte a mi tutor, ya que, me ha guiado en todo el proceso del trabajo de titulación, me ha motivado para seguir avanzando y al final tener una buena presentación del trabajo.

Kely Lizbeth Santillán Lema

## **DEDICATORIA**

Mis padres son principales en brindarme su apoyo de avanzar con lo que inicie, mis estudios y terminarlos a pesar de las dificultades que se han presentado. Mi hermano también me mostro en lograr terminar el estudio, pero más el esfuerzo de continuar estudiando es mío, debido a que mi propósito fue llegar a cumplir una meta en la cual trataba de finalizar mi profesión y poder graduarme. Gracias al apoyo de todos ellos he podido finalizar con la etapa de mi preparación profesional.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**  
TUTOR

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

## **Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Kely Lizbeth Santillán Lema	

---

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**

**TUTOR**

## Índice

Introducción .....	2
Planteamiento del problema.....	3
Formulación interrogativa del problema.....	4
Justificación .....	5
Marco Teórico.....	6
1.1 Teoría del sistema turístico .....	6
1.3 Marco Legal.....	16
CAPITULO II.....	17
2.1 Tipo de investigación .....	17
2.2 Metodología de la investigación .....	17
2.3 Recolección de datos.....	18
2.4 Técnica .....	18
2.5 Recolección de datos .....	18
2.6 Fuentes primarias .....	18
2.7 Fuentes secundarias.....	19
2.8 Herramientas de recolección de datos.....	19
2.9 Análisis de resultados.....	21
2.10 Análisis de la entrevista.....	31
2.11 Conclusiones parciales de los instrumentos de recolección de datos.....	32
CAPITULO III.....	33
3.1 Propuesta de la investigación .....	33
3.2 Análisis de la Matriz FODA.....	35

3.3	Caracterización del lugar.....	36
3.4	Propuesta de la tienda Artesanías Yuraksisa.....	41
3.5	Diseño de la propuesta .....	43
3.6	Descripción del diseño de la propuesta .....	44
3.7	Acontecimientos importantes sobre el cantón Otavalo.....	51
	Conclusiones.....	59
	Recomendaciones .....	61

## Índice de Figuras

Figura 1. <i>Modelo del sistema turístico de Leiper</i> .....	6
Figura 2: Funcionamiento del sistema turístico .....	7
Figura 3: El sistema turístico .....	8
Figura 4: La cultura.....	11
Figura 5: Mujeres otavaleñas .....	13
Figura 6: Imagen de diseño del tejido.....	15
Figura 7: Sexo de los encuestados .....	21
Figura 8: Edad de los encuestados .....	22
Figura 9: Tipo de turistas que visita el Mercado Artesanal Guayaquil.....	23
Figura 10: La visita al Mercado Artesanal Guayaquil .....	24
Figura 11: Tiendas existentes en Mercado Artesanal que valoran la cultura nacional .....	25
Figura 12: Productos del Mercado Artesanal de Guayaquil .....	26
Figura 13: La visita para la observación de productos tradicionales de la etnia Otavaleña ....	27
Figura 14: Conoce sobre la etnia Otavaleña .....	28
Figura 15: La vestimenta tradicional de la etnia Otavaleña es una expresión importante en la cultura .....	29
Figura 16: Experiencia de una oferta de turismo cultural donde se visualiza la tradición textil y de manufactura de la etnia Otavaleña .....	30
Figura 17: Imagen del mapa con la ubicación del Mercado Artesanal de Guayaquil .....	37
Figura 18: Ubicación del Mercado Artesanal de Guayaquil.....	37
Figura 19: Demostración de los locales que se encuentran en la planta baja. ....	38
Figura 20: Los locales de la planta baja del siguiente pasillo.....	38

Figura 21: Sitio de la planta alta donde se encuentra el mural. ....	40
Figura 22: Plazoleta del Mercado Artesanal de Guayaquil ubicado en la planta alta. ....	40
Figura 23: La entrada principal a la Tienda Museo Artesanías Yuraksisa. ....	45
Figura 24: Lugar donde se llevará a cabo la presentación de los productos artesanales. ....	47
Figura 25: Espacio donde será la foto y el servicio de cafetería como cortesía. ....	47
Figura 26: Elaboración del diseño de la blusa y el trabajo del bordado a mano. ....	48
Figura 27: Elaboración del poncho tradicional usando los equipos de trabajo de madera.....	49
Figura 28: Otavaleño elaborando el mantel de mesa a base del tejido en telares.....	50
Figura 29: Demostración de la camiseta hecha en algodón con diseño de Guayaquil. ....	51
Figura 30: Vestimenta tradicional de Otavalo .....	53
Figura 31: La celebración de la fiesta de Yamor junto con la chicha del maíz. ....	55
Figura 32: Ceremonia de Gratitud hacia la Pachamama y el Sol .....	56
Figura 33: Demostración del final del recorrido, la salida de la tienda museo. ....	57

## Resumen

El tema del trabajo de titulación es acerca del diseño de un producto turístico cultural-etnográfico: caso tienda Artesanías Yuraksisa ubicado en el Mercado Artesanal de Guayaquil que trata de crear un espacio turístico donde los visitantes puedan recorrer observando los productos artesanales elaborados por los artesanos. Antes de llegar a la propuesta se tuvo que analizar las investigaciones de otros autores con relación al sistema turístico, turismo cultural y etnográfico, uno de los estudios realizados por Sergio Molina se dice que un destino para que sea turístico debe contar con infraestructura, equipamiento, actividades y la comunidad por la cual participa y se centra en brindar un mejor servicio al turista; otro autor es Panosso que se rige por el origen del turista y la región del destino, lo cual se enlaza con el viaje y las actividades en el lugar, de esa manera se entiende que el turismo forma parte del sistema, ya que es el desplazamiento de las personas hacia otro destino con el fin de recrearse y buscar actividades en las que puedan experimentar. De acuerdo con el turismo cultural y etnográfico, el cultural son destinos que resaltan aspectos históricos de un pueblo e interés por saber de la cultura a diferencia del turismo etnográfico que comprende las etnias, tradiciones donde dan a conocer la identidad. Además otro proceso importante es haber realizado la recolección de datos a través de las encuestas y entrevista para obtener más información, analizar los resultados y verificar si es posible llevar a cabo la propuesta. En base a los datos finales de las encuestas dieron un total de estar de acuerdo para poder experimentar de la tienda este maravilloso recorrido.

*Palabras Clave: turismo, turismo cultural, turismo etnográfico, sistema turístico, identidad, turista*

## **Abstract**

The subject of the degree work is about the design of a cultural-ethnographic tourist product: the case of the Artesanías Yuraksisa store located in the Guayaquil Artisan Market that tries to create a tourist space where visitors can tour observing the artisan products made by the artisans. Before arriving at the proposal, the research of other authors had to be analyzed in relation to the tourist system, cultural and ethnographic tourism, one of the studies carried out by Sergio Molina says that a destination to be tourist must have infrastructure, equipment, activities and the community for which it participates and focuses on providing a better service to tourists; Another author is Panosso, which is governed by the origin of the tourist and the destination region, which is linked to the trip and the activities in the place, in this way it is understood that tourism is part of the system, since it is the displacement of people to another destination in order to recreate and look for activities in which they can experiment. According to cultural and ethnographic tourism, cultural are destinations that highlight historical aspects of a people and interest in learning about culture, unlike ethnographic tourism that includes ethnic groups, traditions where they make their identity known. In addition, another important process is to have collected data through surveys and interviews to obtain more information, analyze the results and verify if it is possible to carry out the proposal. Based on the final data of the surveys, they gave a total of agreement to be able to experience this wonderful tour of the store.

**Keywords:** *tourism, cultural tourism, ethnographic tourism, tourist system, identity, tourist*

## **Introducción**

En el presente trabajo de titulación con el tema diseño de un producto turístico-etnográfico: caso artesanías Yuraksisa del Mercado Artesanal de Guayaquil, inicia con la idea de un negocio de la venta de productos artesanales ubicado en el Mercado Artesanal Guayaquil que tiene como propietaria del negocio a Blanca Lema donde ha laborado 25 años dentro del Mercado, la cual tiene como propósito ofrecer productos típicos otavaleños a personas nacionales y extranjeras que visitan la tienda. Desde años atrás se ha inculcado a trabajar en las artesanías, debido a que, la cultura de los otavaleños es realizar productos hechos a mano en bordados, tejidos y lana, además les da un valor significativo al hacer una prenda ya que es de mucho trabajo.

El Mercado Artesanal Guayaquil, es uno de los primeros en brindar gran variedad de productos artesanales, este comenzó a funcionar desde el 14 de Julio de 1982, en su interior cuenta con dos pisos y 250 tiendas comerciales. En su mayoría los que conforman el M.A.G son otavaleños, además es un sitio de integración de artesanos y comerciantes donde dan a notar sus laboriosos productos traídos del cantón Otavalo, es decir, son mercaderías que se basan en manufacturas. Uno de los primeros trabajos es el de realizar a mano, para ello se piensa en el producto que va a realizar, materiales que va a utilizar y luego se procede a usar las técnicas para laborar el artículo.

En Guayaquil, las personas dan a conocer el producto artesanal por medio de recuerdos que llevan a diferentes partes del país y se identifican con el país, Ecuador, ya que es un producto diferente de calidad. Por ello, se encuentra un mundo de artesanías en lo que complementa la sierra, costa y oriente ecuatoriano que a su vez trata de incentivar a que puedan observar lo maravilloso de estos productos elaborados a mano y adquirirlos en el momento.



## **Planteamiento del problema**

Los productos turísticos culturales son altamente demandados por turistas que buscan una experiencia más allá de lo cotidiano y recurrente. La ciudad de Guayaquil al ser una ciudad puerto cuenta con un sinnúmero de identidades culturales que se diluyen con la globalización. Sin embargo, un entorno donde se mantiene vigente la cultura ancestral es el Mercado Artesanal, que subsiste el día a día de la modernidad y los cambios para ser baluarte de identidad cultural, no solo por sus productos, sino por las culturas que se mantienen vigentes por parte de sus comerciantes.

El mercado artesanal Guayaquil cuenta con varias artesanías, las cuales son vistas como souvenirs, recuerdo que identifica la cultura indígena. Cabe recalcar que la elaboración del producto hace que tenga más valor cultural, debido a que, es trabajado manualmente. Muchas veces los productos requieren de potencial económico para lograr más productos de calidad y así no perder la esencia de la cultura otavaleña que es lo que motiva a los turistas a llevarse una experiencia memorable más que el producto.

Las artesanías en su mayoría son desde donde habitan los artesanos, puesto que los productos funcionan con los procesos manuales y los materiales a usar en cada producto. Por otro lado, los turistas locales que visitan el Mercado Artesanal buscan productos nuevos de su preferencia que estén a su alcance económico, debido a la situación del país. Los productos artesanales no pasan de moda al contrario van cambiando continuamente pese a las dificultades que se presenten, ya que, con el tiempo pueden proyectarse en lograr que los productos artesanales ganen más prestigio en otros países y sean reconocidos por otros artesanos que busquen grandes cambios.

## **Formulación interrogativa del problema**

De qué manera se implementará una oferta de turismo cultural-etnográfico en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Proponer un producto turístico cultural-etnográfico en la ciudad de Guayaquil.

#### **Objetivos Específicos:**

- Analizar los diferentes postulados e investigaciones acerca del turismo, específicamente en su modalidad de cultura y etnografía, mediante la revisión de la literatura para la fundamentación teórica de la investigación.
- Identificar la demanda potencial mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos para la representación gráfica de los resultados.
- Proponer el producto cultural-etnográfico mediante la implementación de recorridos guiados en la tienda de artesanías Yuraksisa en el Mercado Artesanal de Guayaquil.

## **Justificación**

El M.A.G conocido como el Mercado Artesanal Guayaquil se encuentra ubicado entre la calle Baquerizo Moreno y Loja, este se caracteriza por ser uno de los lugares más atractivos de la ciudad de Guayaquil, debido a la gran variedad de productos artesanales que tiene para ofrecer. Dentro del M.A.G. esta la tienda Artesanías Yuraksisa que se destaca por ofrecer diferentes productos artesanales y típicos que muchos de ellos son elaborados a mano. Además, al recorrer las diferentes tiendas se observan indígenas otavaleñas donde resaltan la vestimenta y los colores de cada producto que encuentran los turistas nacionales y extranjeros al visitar el lugar.

La tienda Artesanías Yuraksisa, se destaca por trabajar con los productos artesanales que en su mayoría son traídos desde el cantón Otavalo. En estos últimos años la tienda artesanal se ha convertido en un lugar agradable, puesto que, se pueden encontrar varios productos en ropa, adornos, cuero, pulseras, entre otros, también se facilita la visualización de los productos en las redes sociales como: Instagram y Whasaap Business. Por otro lado, se ha recibido capacitación para tener una buena atención al cliente, mejorar el ámbito laboral, y destacar los productos de calidad, todo ello facilita a mejorar la comercialización y a favorecer al turista de preferirnos.

Los productos artesanales muestran la cultura otavaleña, esto hace que tenga un valor por la forma como lo trabajan y el tiempo que le dedican a cada producto. La tienda de artesanías tiene un gran crecimiento pese a los cambios que se ha generado durante la pandemia, sin embargo, se ha visto en la necesidad de proponer un producto turístico cultural, la cual pueda ser reconocido en diferentes lugares de la ciudad.

# Capítulo I

## Marco Teórico

### 1.1 Teoría del sistema turístico

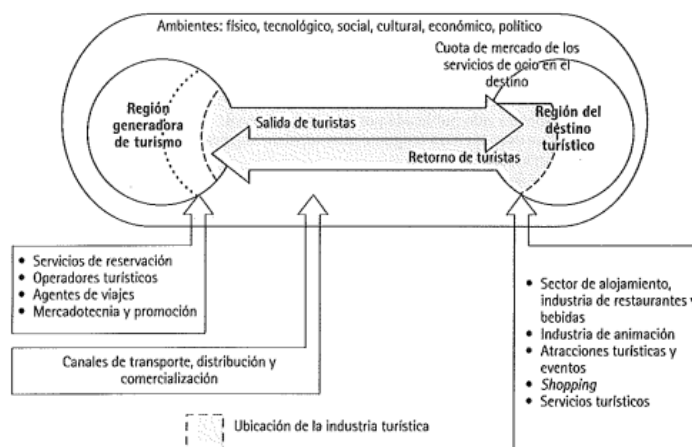
En el capítulo I se va a elaborar el Marco teórico, en el cual contiene la teoría del sistema turístico, el concepto del sistema turístico, el turismo como una actividad y entre otros aspectos relevantes que ayuden a fundamentar el diseño de un producto turístico - etnográfico para el caso de la tienda de artesanías. Es importante resaltar que los puntos a desarrollar requieren de análisis por varios autores ya que será como apoyo para sustentar el mismo.

Uno de los autores indica que el sistema turístico adquiere forma en función de los cinco elementos, la cual complementa estudiando al turista y la industria del turismo que es el modo de influir sobre los factores externos.

El modelo de sistema turístico:

Compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante (el origen o el ambiente usual de convivencia del viajante), una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino y la región del destino turístico. Los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (centros de información turística, medios de hospedaje, etc.). (Panosso & Lohmann, 2012, pág. 18)

Figura 1. *Modelo del sistema turístico de Leiper*



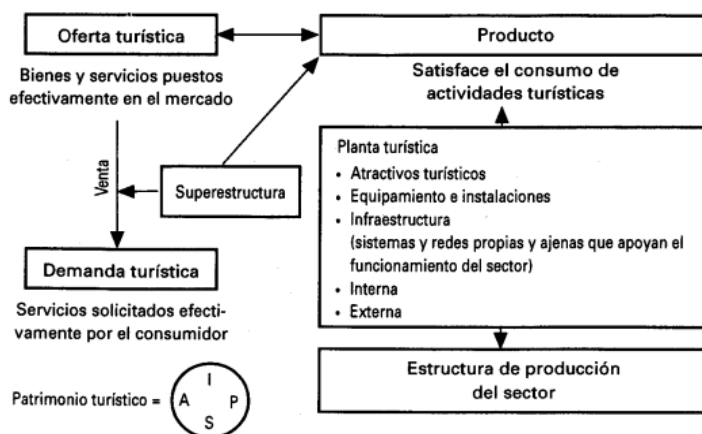
Fuente: Leiper, 1990, citado por, Panosso & Lohmann, 2012, pág. 18

El autor Boullon hace énfasis en el turismo demostrando que es la consecuencia de un fenómeno social, debido a que, forma parte de la recreación, el ocio, y actividades que van generando de acuerdo a las necesidades del turista. Como estudio realizado tenemos a tres modelos analíticos que son: oferta-demanda, antropológico social y el turismo industrial.

El estudio de estas facetas es lo que ha dado origen a varios modelos y son:

El modelo oferta-demanda centra su interés en el funcionamiento del llamado turismo comercial. El antropológico social se ocupa de las manifestaciones del ocio y del tiempo libre en las distintas sociedades y analiza sus repercusiones en las conductas individuales y colectivas y el modelo turismo industrial se interesa por la producción masiva, la comercialización y el lucro. (Boullon, 2006, pág. 31)

Figura 2: Funcionamiento del sistema turístico



Fuente: Boullon, 2006, pág. 32

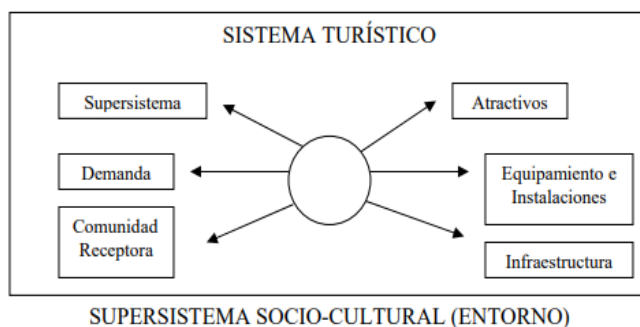
Otro autor como Sergio Molina establece que el sistema turístico es un conjunto abierto relacionado con el ambiente en el que existe un intercambio y se encuentra a su vez integrado por subsistemas que se relacionan para alcanzar metas propuestas.

El autor complementa de la siguiente manera:

Los subsistemas que integran el sistema turístico también son abiertos y dinámicos. Su entorno inmediato es el sistema turístico y el mediato, el supersistema socio-cultural. Los subsistemas importan energía, materiales e información que después de procesados son

exportados como productos o servicios turísticos. (Molina, 1997, citado por, Guerra, 2007, pág. 32)

Figura 3: El sistema turístico



**Fuente:** Sergio Molina, 1997, citado por, Guerra, 2007, pág. 35

### **Sistema turístico**

El sistema es “un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (Sancho , 2011, pág. 47). Además, el sistema presenta varios elementos como: la oferta, demanda, espacio geográfico y operadores del mercado en donde todos ellos van enlazados de tal manera que concuerdan uno del otro.

### **Turismo como actividad**

El turismo es una de las actividades reconocidas por el disfrute, el ocio que se realiza mediante un desplazamiento a otro, así mismo la motivación de visitar un lugar conlleva experimentar distintos sitios al de entorno habitual en un tiempo determinado.

El autor define como actividad turística que:

El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. (Sancho , 2011, pág. 46)

### **Clasificación del turismo**

Es de gran importancia reconocer que las actividades que realizan dentro de un lugar permiten identificar la demanda de los servicios turísticos, formar el mercado y a su vez

producir y vender los productos turísticos. En los tipos de turismo se encuentran diferentes análisis en cuanto al lugar de residencia del turista y el ámbito de desplazamiento, estas son:

- Turismo interno: Visitantes residentes en el territorio económico del país, es decir, el que viaja dentro de un país.
- Turismo receptor: Visitantes no residentes en el territorio económico del país receptor, es decir, son viajes que hacen dentro de un país los no residentes.
- Turismo emisor: Visitantes residentes fuera del territorio económico del país de referencia.
- Turismo interior: Visitantes tanto residentes como no residentes en el territorio económico del país de referencia.
- Turismo nacional: Visitantes residentes dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.
- Turismo internacional: Compuesto por el turismo receptor y el emisor. (Moreno & Coromoto, 2011, pág. 144) En otras palabras son actividades de empresas donde ofrecen un producto o servicio a ciudadanos fuera del país y extranjeros.

### **Turismo etnográfico**

Es aquel que comprende a las etnias y el lugar donde se encuentran los miembros de una comunidad, la cual es parte de socializarse y conocer la cultura, modo de pensar y distintos modos de lenguas o tradiciones, como es el caso de indígenas otavaleños en el que se visualiza el pintoresco lugar que tienen en el pueblo mostrando los productos y la empatía hacia las demás personas.

El turismo etnográfico es “la participación de experiencias de primera mano con las prácticas de otra cultura, en particular con la gente de la cultura indígena” (Harron & Weiler, 1992, citado por, Sanchez & Lopez, 2021, pág. 4).

La Organización Mundial del turismo, (2003), indica que el turismo étnico o etnográfico:

Es una segmentación del turismo cultural por relación a las ideas de etnicidad como motivación de la visita, orientado a las tradiciones y estilo de vida de un grupo y utilizado principalmente para destacar el turismo en las comunidades o enclaves específicos, en proceso de desarrollo. (Sanchez & Lopez, 2021, pág. 5)

## **Turismo cultural**

Es una motivación que brinda el destino al satisfacer necesidades culturales que generan nuevas historias o experiencias, la cual permite descubrir actividades del lugar que se visita. En base a los que eligen el Ecuador para visitarlo, se debe al valor del patrimonio cultural que se tiene en los atractivos que se encuentran en las cuatro regiones conocida como turismo cultural (Romero, 2016, pág. 6).

La organización Mundial del turismo, (2005), define que el turismo cultural son los “movimientos de personas hacia atractivos culturales con el objeto de adquirir una nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (Blanco; et al, 2014, pág. 13).

El Plandetur 2020 destaca que el turismo cultural se basa en experiencias, actividades culturales que atraen al turismo y los turistas forman parte de su estilo de vida ya que se identifican con su cultura. De acuerdo con el análisis de Paredes (2011) el turismo cultural satisface las necesidades al visitar estos sitios por la oferta de recursos históricos y étnicos del lugar en el que influye muchas veces regresar nuevamente al mismo destino.

## **Cultura**

La cultura es una expresión por la cual el hombre da a conocer su estilo de vida, muchos autores se han visto en la necesidad de reflexionar, ya que la cultura es complemento al hombre. Las definiciones se realizan desde tres enfoques: cognitivo, expresivo e interpretativo.

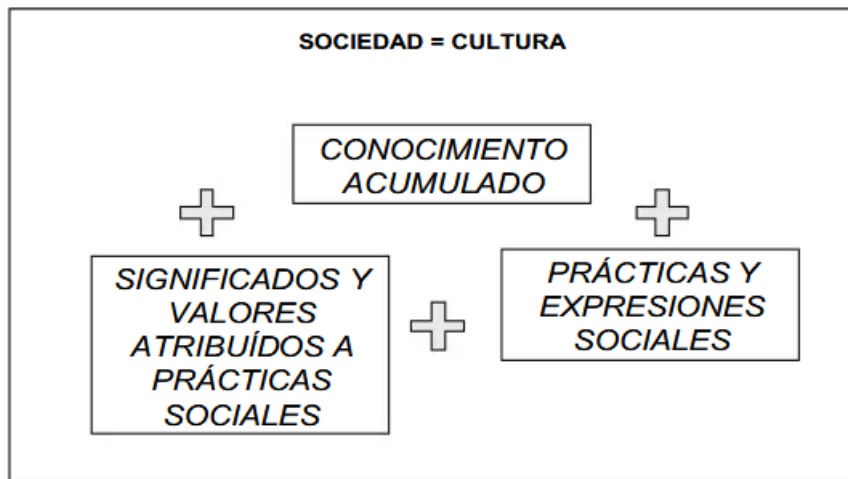
La cultura desde el enfoque cognitivo es el desarrollo de la persona como va adquiriendo conocimiento mediante el aprendizaje. Para el enfoque expresivo, se suma todas las prácticas o expresiones que son desarrolladas en el proceso de adaptación. Y la cultura del enfoque interpretativo es la capacidad que tiene la sociedad de brindar valor a las practicas, es decir, “la cultura es el conocimiento acumulado, mas todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad concreta, así como los significados y valores que se dan a dichas prácticas” (Velasco, 2013, pág. 10).

En muchos aspectos, el sector cultural esta relacionado con su propia existencia como la conservación de los bienes culturales, hace que no se pierda el valor y permanezca el interés de cuidar lo que forma parte del entorno. Las comunidades ayudan a mantener en uso los



espacios culturales y de patrimonio. Como aporte para el turismo, la utilización del patrimonio cultural es una manera que puede desarrollarse económica, social y culturalmente.

Figura 4: La cultura



**Fuente:** Velasco, 2013, pág. 10

Para definir la cultura, hay muchos conceptos dichos por varios autores, y se debe a que no hay una definición exacta, sin embargo, cabe recalcar que dentro de la cultura se desarrollan diversos puntos como el entorno social, las tradiciones, comportamiento y costumbres. Es importante destacar los tipos de cultura en el turismo que son la cultura del visitante, cultura local y cultura turística.

#### La cultura del visitante

Es la cultura desarrollada en el país o región perteneciente del turista también es el comportamiento cuando se encuentra fuera del lugar de residencia, los turistas que pertenecen al país la cultura no cambian al visitar un destino turístico o cuando están en viajes de negocios; por otro lado, influye en la cultura el cómo actúa cuando está fuera del país de residencia, puesto que se dan cambios, porque están inmersos a diferentes culturas y esto les lleva a comportarse de otra manera.

#### La cultura local

“Son culturas del destino o país que tienen contacto con los turistas, es la cultura nacional quienes ofrecen productos y servicios locales a los turistas” (Entorno turístico staff, 2017, parr.7).

## La cultura turística

Es la variedad de turistas y anfitriones, es decir, la persona que brinda todas las atenciones, la cultura es distinta pese a que su comportamiento es igual como lo hacen en su lugar de residencia. Por lo general la cultura turística es el comportamiento de los turistas y de los que forman el servicio turístico.

### **Cultura otavaleña**

El cantón Otavalo ubicado al norte de Ecuador perteneciente a la provincia de Imbabura y reconocida por el mercado indígena Plaza de los ponchos, donde se puede apreciar la variedad de productos hechos a mano en distintas calidades, y en su mayoría típicos. Los artesanos elaboran todo tipo de prenda textil a base de la alpaca por lo que es una tradición de los otavaleños. Los indígenas de la ciudad forman una comunidad, por la cual, han logrado mantener las costumbres, tradiciones y leyendas de manera que son enseñanzas que traspasan de generación a otra.

Los artesanos por su carisma, trabajo y esfuerzo han puesto en alto sus productos artesanales. Son reconocidos en diferentes lugares no solo en el Ecuador sino fuera del país, también los productos son valorados por el trabajo y la calidad que los hace únicos. Es importante resaltar que los otavaleños son personas trabajadoras y orgullosas de su cultura, ya que, se refleja a través de la diversidad cultural.

En el Ecuador se presentan diferentes aspectos que nos brindan las diferentes culturas, como es el caso de la cultura otavaleña que dentro de aquello se puede encontrar creencias, hábitos, valores y tradiciones que son propios de la comunidad. La identidad es propia de una ciudad, lo cual abarca el modo de pensar y las costumbres que tiene el lugar. De manera que es de vital importancia formar parte de la enseñanza y el conocimiento de la cultura para no perder la identidad que es esencial para la sociedad y el individuo.

La tradición oral es muy importante, sin embargo, nuestras lenguas deben convertirse en lenguas escritas para impulsar su propio desarrollo y volverlas aptas para la comunicación moderna. En lo que se refiere a los derechos lingüísticos se debe anotar además que el castellano ha sido utilizado históricamente para sojuzgar a las lenguas indígenas y ha impedido que se transformen en lenguas nacionales relegándolas únicamente a los ámbitos familiares y a los estrechos círculos laborales de las zonas rurales. (Mendoza & Moncayo, 2012, pág. 19)

Otavalo es un lugar reconocido en el país, debido a un proceso sociocultural que ha logrado fortalecer las costumbres y tradiciones, los principales son la música, la elaboración de las prendas textiles lo convierten a Otavalo como la única representación ante las demás culturas. Es un pueblo donde marcan historias, costumbres y pese a los cambios de la sociedad aún se conservan las raíces que muchos no han olvidado su cultura e identidad. También se lo considera uno de los grupos étnicos por tener una variedad de folclore que varían entre eventos culturales, vestimenta y gastronomía.

### Etnias

La ciudad de Otavalo es una región multiétnica y multicultural, debido a que su población sobrepasa los noventa mil sumados con las parroquias que se encuentran dentro del cantón. “Los principales grupos étnicos los conforman los Kichwa Otavalo, Kichwa Cayambi, los mestizos y un menor número los afroecuatorianos, Salasacas y Saraguro comparten un espacio y cultura que renueva cada día” (Mendoza & Moncayo, 2012, pág. 50). Por otro lado, el pueblo ha hecho posible permitir el ingreso a diferentes tipos de personas como franceses, holandeses, colombianos quienes se han sentido a gusto por el clima, paisaje, gente y oportunidades, del cual, han demostrado formar parte del pueblo y poder compartir entre todos costumbres y tradiciones propias, sin embargo, generan valor al permitir un estilo de vida diferente y a su vez se practica la interculturalidad.

Figura 5: Mujeres otavaleñas



**Fuente:** (Mendoza & Moncayo, 2012)

## **1.2 Marco Referencial**

### **Las artesanías en Santa Catarina del Monte México**

En el trabajo de titulación, el marco referencial es una serie de casos estudiados que sirve como fundamento para analizar teorías. Por otro lado, se muestra que México tiene gran variedad en cultura, recursos naturales y gastronomía, debido a que hay lugares donde las actividades turísticas son de sustento para las comunidades, una de ellas son las artesanías que son elaboradas a mano, incluso en la actualidad se da un valor, ya que se aprecia el tiempo y la paciencia que los artesanos realizan un producto. “En México hay gran diversidad de formas y materiales, como, la artesanía textil basada en algodón, lana, cerámica, barro que es el material básico, madera y otros materiales para elaborar la artesanía mexicana” (Rivera, et al., 2007, ‘seccion resultados’, parr. 8).

Se ha tomado como referencia a un estudio hecho en un lugar turístico, Santa Catarina del Monte, Texcoco Estado de México, en ese lugar se destaca la artesanía que son elaborados a mano, la perlilla que es una artesanía de fibra vegetal considerada un producto natural y cultural, a partir de ello trabajan con la vara perlilla que es la materia prima, un arbusto silvestre del monte de la sierra texcocana, a partir de ello realizan figuras y arreglos florales que es donde comercializan los productos en la temporada de Diciembre (Rivera, et al., 2007).

### **Chincho y su producción textil**

En Perú como sustento de la actividad económica sobresale el algodón y la alpaca, “Chincho es uno de los distritos del Cusco que mantiene vigente desde sus ancestros una cultura artesanal transmitida de generación en generación” (Huamán, 2017, pág. 13), además es conocido por ser un lugar turístico cultural ubicado en Perú, atraído por las artesanías que son elaboradas a mano, y las técnicas que utilizan para realizar el producto, es una de las formas que dominan y usan su creatividad para el proceso. Los que se encuentran trabajando, haciendo los diseños son los indígenas que tienen como materia prima la lana de alpaca y algodón donde confeccionan diferentes tipos de productos como: fajas, tapices y prendas de vestir que todo ello representa su cultura ancestral.

El proceso del tejido es el siguiente:

Se inicia con la categorización de vellones de fibra de alpaca, luego se clasifica la fibra según la calidad (Baby o Fleece), color y raza (Huacaya o Suri). Después se limpia las impurezas de la fibra y hacemos el cardado que básicamente consiste en peinar la fibra de lo cual se obtienen los tops. El siguiente paso es la titulación de hilos que permite determinar el grosor y empezar a hacer el hilado. Posteriormente, se hace el lavado de las madejas y se continúa con el proceso de enmadejado y/o ovillado. Por último, se empacan y están listos para ofrecerlos al mundo. (Huamán, 2017, pág. 51)

Figura 6: Imagen de diseño del tejido



**Fuente:** (Materias textiles de los Peruvian de las lanas, 2018, citado por, Huamán, 2017, pág. 52)

Es uno de los diseños que elaboran minuciosamente al combinar los colores que refleja la cultura, flora y fauna y el entorno que complementa el arte.

## **1.3 Marco Legal**

### **Ley de turismo**

#### **Capítulo I: Generalidades**

Art. 3. Son principios de la actividad turística, lo siguiente:

- a) El artículo 3 de la Ley de Turismo, Decreto 1424 (2001), señala que la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

### **Ley de defensa del Artesano**

Art. 2. Para los efectos de esta Ley, se define el siguiente término:

- a) El artículo 2 de la Ley de defensa del artesano (1998), indica que la actividad artesanal es la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.

### **Código ético Mundial para el Turismo**

El código ético presenta 10 artículos, de los cuales, se ha escogido al artículo 4 como aporte para lo que se quiere desarrollar en el trabajo de titulación:

El Artículo 4 del Código ético (1999) establece que el turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

- a) Destaca que la actividad turística se organizara de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.

## **CAPITULO II**

### **Marco Metodológico**

#### **2.1 Tipo de investigación**

Para el trabajo de titulación se ha tomado varios estudios acerca del turismo cultural en comunidades pequeñas, puesto que el análisis para la tienda Artesanías Yuraksisa se desarrollará a través de un producto turístico representativo de la comunidad otavaleña. Para ello se efectuará los tipos de investigación que se relacionan con lo que se quiere estudiar y estos son: exploratorios y descriptivo. El autor menciona que el estudio exploratorio se da “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. (Hernandez & Collado, et al, 1991, pág. 70) y el descriptivo consiste en “las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio”. (Bernal, 2010, pág. 122)

De acuerdo con el análisis del tema que se está estudiando, la investigación exploratoria permite estudiar el tema poco conocido, debido a que en el Ecuador los contenidos de turismo cultural son muy generalizados, sobre todo en la ciudad Guayaquil no tienen mucha importancia en resaltar lo más tradicional que tiene una comunidad y no valorizan lo nuestro, mientras que en otros países latinoamericanos se dan a reconocer por sus productos ya que se sienten seguros con ellos. La investigación descriptiva busca mejorar aspectos específicos y variables que se quiera medir para lograr objetivos. Así mismo se requiere profundizar más la cultura en personas que visitan la tienda y al mismo tiempo dando a conocer la descripción del producto y el tiempo que lleva hacerlo.

#### **2.2 Metodología de la investigación**

Los métodos de investigación son utilizados como herramientas para la investigación que se vaya a estudiar. “Cada uno de los métodos tributa a la búsqueda y el perfeccionamiento del conocimiento acerca de la realidad y a su vez tiene su forma particular de acercamiento al objeto, lo cual, puede dar lugar a diferentes criterios de clasificación”. (Rodríguez y Pérez, 2017, citado por, Chang & Zambrano, 2020, pág. 37)

Para el tema del trabajo de titulación se usará el método cualitativo, debido a que, analizará el caso de manera dinámica y descriptiva donde se profundizará los aspectos más importantes para al final recolectar datos e interpretar los resultados.

Para Bonilla y Rodríguez (2000, citado por, Bernal, 2010, pág. 60) el método cualitativo o no tradicional se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

### **2.3 Recolección de datos**

En el proceso de recolección de datos se adquiere la información necesaria para lograr el objetivo y a su vez a la población de donde se obtiene los datos. Es importante usar los pasos para una buena recolección de información que son los siguientes:

Tener claro los objetivos propuestos en la investigación y las variables de la hipótesis (si las hay), haber seleccionado la población o muestra objeto de estudio, definir las técnicas de recolección de información (elaborarlas y validarlas) y recoger la información para luego procesarla para su respectiva descripción, análisis y discusión. (Bernal, 2010, pág. 194)

### **2.4 Técnica**

Para el proceso investigativo se aplican técnicas o instrumentos que sirven para registrar, observar datos, lo cual, permite analizar e interpretar las dimensiones del problema para de esa manera diseñar el producto turístico cultural. (Heras & Parra, 2014)

### **2.5 Recolección de datos**

En el proceso de recolección de datos se adquiere la información necesaria para lograr el objetivo y a su vez a la población de donde se obtiene los datos. Es importante usar los pasos para una buena recolección de información que son los siguientes:

Tener claro los objetivos propuestos en la investigación y las variables de la hipótesis (si las hay), haber seleccionado la población o muestra objeto de estudio, definir las técnicas de recolección de información (elaborarlas y validarlas) y recoger la información para luego procesarla para su respectiva descripción, análisis y discusión. (Bernal, 2010, pág. 194)

### **2.6 Fuentes primarias**

Se obtiene información directa desde el lugar de los hechos, es decir, va en presencia de las personas que se encuentran visitando el lugar ya sean extranjeros o nacionales y de acuerdo



con ello se conocen las opiniones respecto al lugar. Para la recopilación de datos se utiliza las entrevistas, encuestas y fotografías de personas o lugares.

## **2.7 Fuentes secundarias**

Es toda información que se proporciona al investigar el hecho o lugar, son situaciones que se presentan por escrito, lo analizan y llevan a cabo la investigación. Para concretar el trabajo final se van obteniendo los resultados que generan validez como fuente de información, de las cuales, quedan experiencias únicas que marcan durante todo el proceso investigativo.

## **2.8 Herramientas de recolección de datos**

### **Encuesta**

El objetivo del trabajo de titulación es realizarla en base a la información y el conocimiento que se adquiere mediante las personas encuestadas, y a su vez conocer los gustos, preferencias, valor hacia el producto, motivación, precio y otros intereses que tengan al momento de visitar la tienda. La encuesta va a tener una duración de tres a cinco minutos, en caso de alguna pregunta por el encuestado será contestado al mismo tiempo, es por ello que todas las preguntas serán claras y concisas.

### **Entrevista**

Por medio de la entrevista se establece la información más precisa y abierta y se logra tener respuestas rápidas del trabajo que se está investigando.

### **Población**

Para desarrollar la investigación del producto turístico cultural-etnográfico se ha tomado a la población del Mercado Artesanal de Guayaquil, específicamente personas que visitan el lugar sean extranjeros o nacionales.

### **Muestra**

De acuerdo con datos proporcionados por la administración del Mercado Artesanal Guayaquil, en los sendos registros que posee en función del número de visitantes, en el mes de Julio de 2019 se registró una cantidad aproximada de 12500 personas que visitaron el lugar. Hasta la actualidad no hay datos actualizados, pero se toma como referencia el dato

anterior para la muestra. Para calcular la muestra se utiliza la fórmula de la población finita con probabilidad de ocurrencia no conocida.

**Procedimiento para estimar el tamaño de muestra representativa para una población finita.**

El autor (Bernal, 2010), identifica la muestra de la siguiente manera:

n= Tamaño de muestra por estimar y que es necesario encuestar.

P= La proporción de la población que tiene el objeto de estudio

Z= Niveles de confianza iguales o superiores a 90%.

E= El valor de error de estimación.

N= Número total de la población finita.

Q= La probabilidad del objeto de estudio que no ocurra.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra y poder identificar la cantidad de personas a estudiar.

$$n = \frac{z^2 X P X Q X N}{E^2 (N - 1) + Z^2 X P X Q}$$

Con la aplicación de la formula se realizarán 374 encuestas.

## 2.9 Análisis de resultados

### Pregunta 1

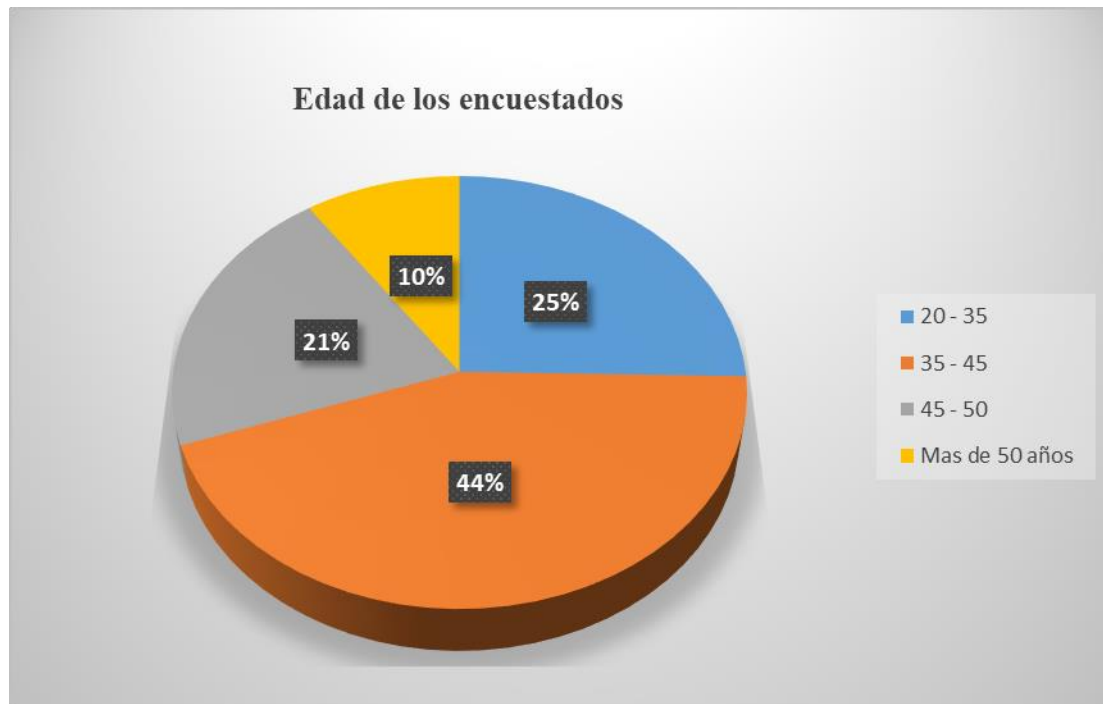
**Figura 7:** Sexo de los encuestados



De acuerdo con las encuestas realizadas se tiene que en su mayoría son mujeres las personas dispuestas a ir al Mercado Artesanal lo que representa un 67% equivalente a 300 personas y el 33% corresponde a hombres que son 75 personas encuestadas. Por lo tanto, se da entender que el lugar tiene mayor acogida por las mujeres, dado que los hombres responden muy poco a la visita del lugar y si lo hacen van acompañados y la persona interesada en observar todo lo que está a su alrededor es la mujer.

## Pregunta 2

**Figura 8:** Edad de los encuestados



Respecto a la pregunta 2 la edad de los encuestados está por encima del 44% entre las edades de 35 - 45 años seguido del 25% que están entre los 20 – 35 años, el 21% corresponde a los que tienen 45 – 50 años y el que está por debajo es el 10% para las personas que oscilan con más de 50 años. Eso quiere decir que el Mercado Artesanal tiene bastante acogida por las jóvenes adultas donde están dispuestas a la decisión de compra por solo realizar la visita o muchas veces tienden a llevar regalos a los familiares o hijos que se encuentran fuera del país.

### Pregunta 3

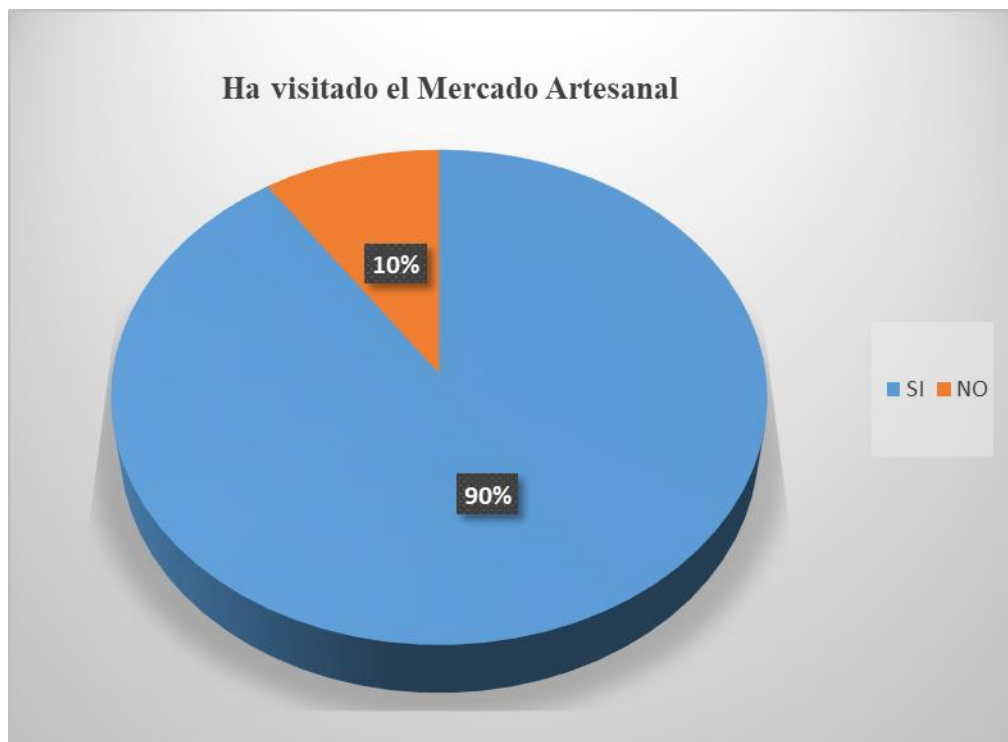
**Figura 9:** Tipo de turistas que visita el Mercado Artesanal Guayaquil



De acuerdo con las encuestas, en su mayoría los tipos de turistas que visitan el lugar son ecuatorianos este corresponde al 80% casi 320 personas encuestadas seguido de ello están los extranjeros que ocupan el 20%, dando un total de 50 personas. Los que acuden al Mercado frecuentemente son turistas nacionales de diferentes partes de la ciudad que buscan las artesanías como regalo para viaje o simplemente por la necesidad de querer el producto.

#### Pregunta 4

**Figura 10:** La visita al Mercado Artesanal Guayaquil



En la pregunta 4, el 90% de las personas encuestadas ha visitado el Mercado Artesanal por lo tanto el 10% corresponde a las personas que no han visitado el lugar que equivale a unas 20 personas. La visita al Mercado es numerosa, puesto que la mayoría de las turistas conoce el lugar por los años que lleva funcionando e incluso los recomiendan de otras ciudades o de países que realicen la experiencia de conocer el lugar, ya que, forma parte de un espacio turístico cultural. Hay personas que no han llegado al lugar ni por recomendación ni por conocer, sin embargo, se suman por si solos a la visita del Mercado.

## Pregunta 5

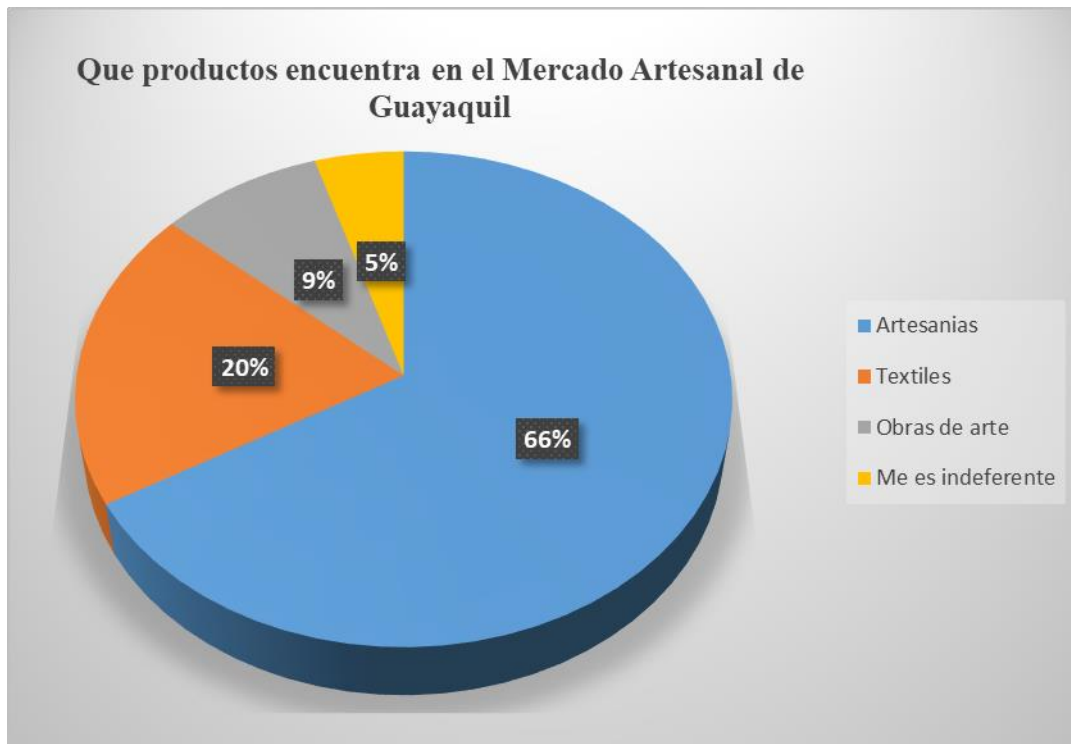
**Figura 11:** Tiendas existentes en Mercado Artesanal que valoran la cultura nacional



De acuerdo con la pregunta de que si las tiendas valoran la cultura nacional la respuesta de la mayoría de las personas encuestadas es totalmente positiva dando un total del 95%, sin embargo, el restante que no está de acuerdo corresponde al 5%. Muchos de ellos consideran que todas las tiendas que visitan si valoran la cultura nacional porque lo que ofrecen son productos trabajados manualmente y cada uno representa la elaboración y dedicación que tienen para hacerlo, debido a que, los artesanos desde su infancia han sido inculcados por los padres realizar el trabajo.

## Pregunta 6

**Figura 12:** Productos del Mercado Artesanal de Guayaquil

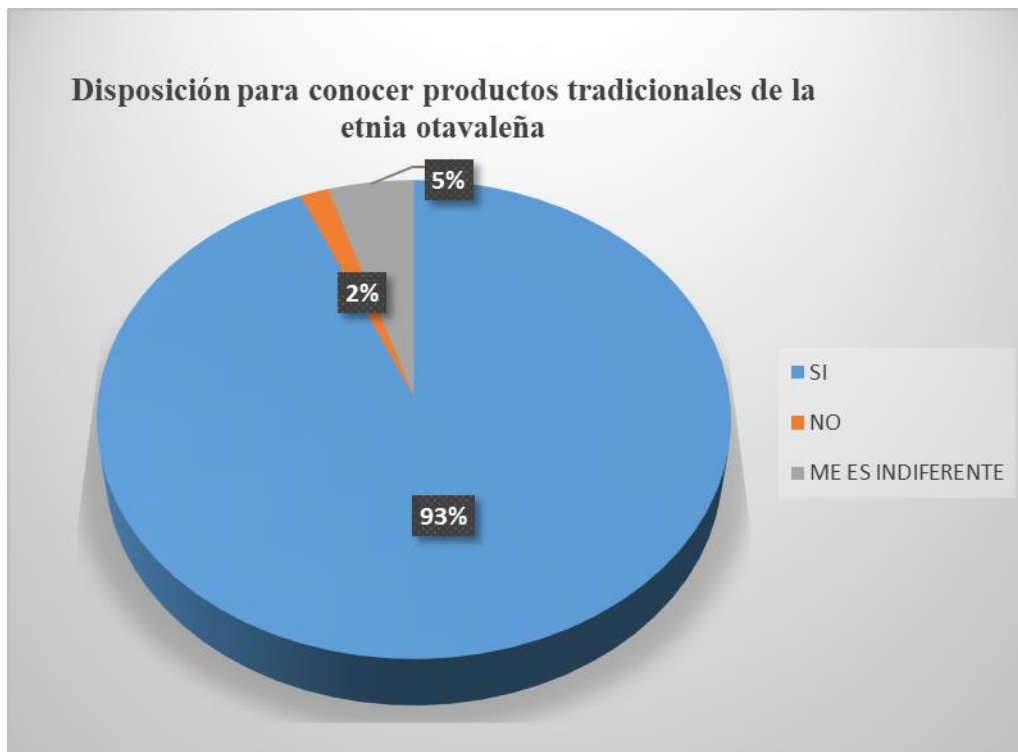


Según los encuestados el 66% las personas encuestadas consideran en su mayoría a las artesanías que son productos variados que se encuentran dentro del lugar seguido están los textiles con el 20% que son productos también representativos, el 9% son obras de arte y el 5% señalan que ningún producto son de su interés, es decir, no muestran importancia. Por otro lado, haber visitado el Mercado da un amplio conocimiento de lo que se puede encontrar y los productos que al paso llaman la atención, dado que, la variedad de artesanías complementa para los turistas seguir con frecuencia visitando el lugar.



## Pregunta 7

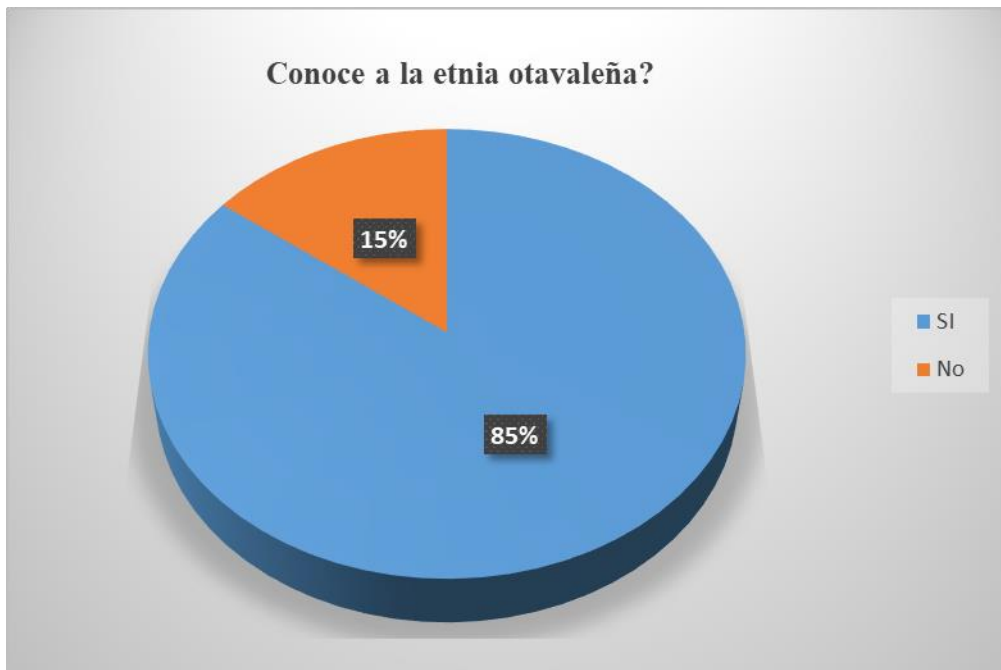
**Figura 13:** La visita para la observación de productos tradicionales de la etnia Otavaleña



En la pregunta 7 la mayoría de las personas encuestadas si están dispuestas a conocer los productos tradicionales en el que representan un 93% dando un total casi de 350 personas, el 5% que está por debajo de los 100 indican que están desinteresados. Para las personas que dieron el sí, es porque hay interés en visualizar el proceso que tiene cada producto, donde también se aseguran de conocer las artesanías que sobresalen en el Mercado, lo cual, muchos de ellos son demandados.

## Pregunta 8

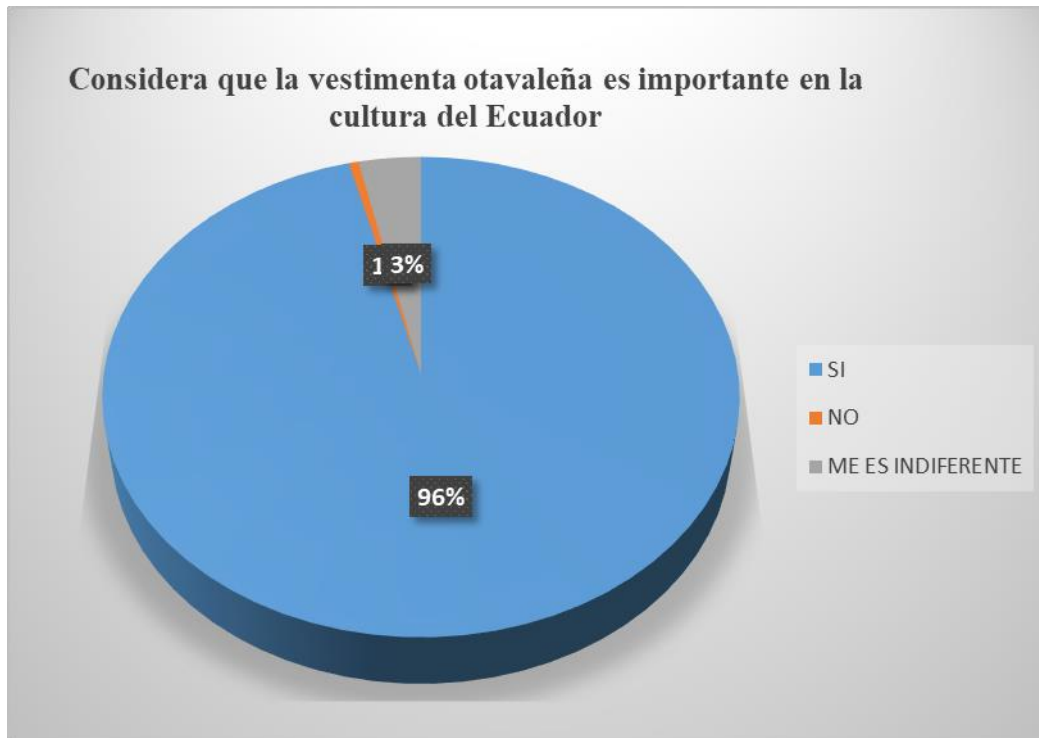
**Figura 14:** Conoce sobre la etnia Otavaleña



Según los encuestados el 85% respondieron en su mayoría que si conocen la etnia Otavaleña y el restante que equivale al 15% desconoce sobre la cultura. Las personas que fueron encuestadas optaron por sentirse identificadas, debido a que, han visitado el lugar Otavalo y los productos que son parte de la cultura poco lo conocen, sin embargo, su historia es interesante, pero muchos no tienen el conocimiento de la cultura otavaleña.

### Pregunta 9

**Figura 15:** La vestimenta tradicional de la etnia Otavaleña es una expresión importante en la cultura



En la pregunta 9 las personas que fueron encuestadas respondieron a un si en el que consideran la vestimenta como un traje importante de la cultura que equivale al 96% y del 3% la respuesta es ninguna, es decir no hay interés por la cultura. A muchos les parecieron importante haber resaltado el tema de la vestimenta, debido a que, sienten la emoción observándolo y a su vez comentan que es un prestigio de orgullo formar parte de la cultura y lo más interesante es que en la actualidad aún se mantienen con la tradición.

### Pregunta 10

**Figura 16:** Experiencia de una oferta de turismo cultural donde se visualiza la tradición textil y de manufactura de la etnia Otavaleña



De acuerdo con la última pregunta, el 98% si está dispuesto(a) a experimentar de los productos y a pagar por ello, puesto que el restante que equivale al 1% no está interesado y el 1% quien le resulta indiferente. Se muestra que la propuesta de un producto turístico cultural tendrá buena acogida para los clientes que estén motivados a experimentar la visita, además podrán conocer un poco más sobre los productos y de esa manera empezaran a darle valor a cada detalle que se vaya realizando.

## **2.10 Análisis de la entrevista**

En el trabajo de titulación se ha llevado a cabo la entrevista como una herramienta que genera información más precisa y directa de un tema o situación que se presente. Para la entrevista se dio la oportunidad a la Expresidenta del Mercado artesanal, María Sol Zuluaga, ella tenía cuatro años representando al Mercado, actualmente no lo está porque decidió dedicarse a su trabajo de artesana, dado que desde joven ha sido su complemento y sustento para el hogar. De acuerdo con la entrevista que se tuvo sobre el Mercado, su historia, construcción, el tiempo que se han sostenido siendo un referente de cultura nacional y preguntas que puedan responder al tema de trabajo, se lo realiza con la finalidad de tener la información necesaria para el desarrollo de un producto de turismo cultural etnográfico.

En base a las preguntas que se le hizo, es importante resaltar el origen del Mercado Artesanal Guayaquil, debido a que, empieza con un grupo de cuatro personas artesanas de diferentes lugares de Guayaquil que no tenían lugar para establecerse, con ayuda de otra persona lo hicieron dentro de un edificio completamente vacío, ahora llamado Mercado, sin embargo, con el tiempo fueron levantándose y sumándose más artesanos, puesto que, en Guayaquil fue el primer Mercado que hubo, es decir eran los primeros en llegar al lugar, seguido de otras partes del Ecuador como Quito, Cuenca y otros lugares.

Respecto al Mercado Artesanal de Guayaquil que no deja de ser un sitio turístico, se ha mantenido funcionando gracias a los propios artesanos por la dedicación y el esfuerzo que le dan al trabajo para seguir creciendo y lo importante la unión entre todos, pese a diferentes situaciones que se han ido presentando como el paro, la pandemia, todo aquello negativo se lo ha podido manejar con la ayuda de todos, de tal manera que se pueda seguir trabajando.

La propuesta para desarrollar un producto turístico etnográfico es de vital importancia ya que en su mayoría está la cultura Otavaleña destacando los productos más representativos, también del Oriente con los productos de trajes típicos, el cuero que viene de Cotacachi, la paja de Montecristi y entre otras artesanías que son el reflejo de lo que se realiza para el turista extranjero o nacional. Todo esto conlleva a los turistas a quedarse en el lugar de las artesanías, los tejidos y entre otras variedades que encuentren al momento de visitar el lugar.

## **2.11 Conclusiones parciales de los instrumentos de recolección de datos**

La encuesta tiene la finalidad de recolectar información para conocer lo que desean las personas respecto a lo que se está proponiendo a diferencia de la entrevista es obtener la información más clara y directa con la persona, debido a que, genera respuestas rápidas para desarrollar la propuesta. Las respuestas de las personas encuestadas, en su mayoría fueron mujeres que quedaron y dieron como resultado a un sí, lo cual, están motivados a realizar la visita para la observación de los productos Otavaleños, también que se identifican con la cultura, puesto que si conocen sobre ello y consideran que la vestimenta es fundamental como representación de la cultura nacional.

En la entrevista se tuvo el gusto de conversar con la Srta. María Sol Zuluaga, persona que represento al Mercado Artesanal, indico que está de acuerdo que se desarrolle el producto turístico cultural etnográfico, ya que, considera parte del turismo y cada uno forma el Mercado como un lugar turístico, puesto que la variedad de productos que se puede encontrar hace representación a la identidad cultural y sobre todo el crecimiento del lugar se ha dado gracias a los artesanos.

De acuerdo al análisis de la encuesta y la entrevista se puede indicar que, si es viable la propuesta, dado que, en su totalidad, las mujeres están dispuestas a conocer y a experimentar la visita sobre los productos artesanales, el trabajo que se realiza con ellos, las técnicas que se utiliza para elaborarlos, el tiempo, el valor que se tiene para hacerlos y por último llevarse hasta el recuerdo.

## CAPITULO III

### 3.1 Propuesta de la investigación

#### Antecedentes

El mercado artesanal de Guayaquil conocido como el M.A.G se encuentra ubicado en la calle Loja y avenida Alfredo Baquerizo Moreno, centro de la ciudad. Es uno de los sitios más visitados por los turistas nacionales y extranjeros, que a su vez son encantados por los productos artesanales que se les ofrece. “El 24 de Julio de 1982 se inauguró el Mercado Artesanal bajo el mandato municipal del alcalde vigente en ese periodo Bolívar Cali Bajaña” (Mora, 2016, pág. 11). El MAG tiene 40 años funcionando hasta la actualidad, desde ese tiempo ha sido un referente para el turismo,

El lugar fue construido por la Municipalidad de Guayaquil con la finalidad de integrar a los artesanos para que puedan comercializar sus productos, tanto así que llego a facilitar al turismo por el ofrecimiento de artesanías y textiles que en ese tiempo comenzaron a incorporarse unos a otros de distintas provincias. El Mercado Artesanal de Guayaquil se creó en la administración del alcalde Antonio Hanna Musse, donde surgió la necesidad económica y se decidieron a plantear un edificio comercial que permita acoger personas artesanas que muestran la cultura a través de la comercialización de productos, y artesanías.

Además, los artesanos forman parte de una Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio” que es la razón de vida y se llama interprofesionales debido a que, integran artesanos de diferentes ramas como artesanías, cuero, textiles, obras de arte, artículos de paja, entre otros. Se tiene que hay 175 socios establecidos en el Mercado Artesanal, de los cuales son arrendatarios de los puestos. Por otro lado, el tiempo de escoger al nuevo directorio se lo realiza cada dos años y la posesión de cargos cada 20 de Julio. El presidente en la actualidad es el Sr. Eduardo Balseca Hidalgo correspondiente al periodo 2021 al 2023. Todo lo mencionado está bajo los reglamentos de la Ley de defensa del artesano (Quelal, 2012).

Cabe recalcar que dentro del Mercado Artesanal cuentan con dos pisos, la primera es planta baja, el lugar de las artesanías y la segunda es la planta alta donde están los talleres de joyería, cuero y bordados que se elaboran para banderas o camisetas. En la parte fuera del mercado por la calle Loja se encuentra pintado un mural que representa a los artesanos con cada uno de los productos que comercializan, en los exteriores de esta cuentan con 8 puertas

que están enumeradas y abiertas para el público en el horario de atención de 9:00am a 6:30pm

El M.A.G. con el tiempo ha ido creciendo, debido a la responsabilidad y esfuerzo de los artesanos, este lugar ha hecho que funcione sin problema con trabajo y dedicación por parte de todos. Los productos se han mantenido y muchos han ido renovando con los años, en diseños, tamaño, dependiendo de lo que vayan a elaborar.

## **Matriz FODA**

### **Fortalezas**

- El Mercado Artesanal de Guayaquil se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, es decir entre los lugares turísticos como el Malecón 2000 y el Barrio Las Peñas.
- Los artesanos comercializan productos varios que son de interés para el visitante.
- Tienen la facilidad de encontrar diferentes tiendas con sus respectivos productos.
- Brindan seguridad en los alrededores del Mercado Artesanal.

### **Oportunidades**

- Publicidad que pueda generar información acerca de lo que ofrecen cada una de las tiendas.
- Los turistas se ven expuestos a experimentar el lugar por la variedad de artesanías.
- Elaboración de las artesanías donde muestren las técnicas y su valor cultural como aporte a sus visitantes.

### **Debilidades**

- En el M.A.G. no se encuentran señaléticas para poder dirigirse con facilidad al lugar que se quiere llegar.
- La página del Mercado Artesanal de Guayaquil no brinda información actualizada.
- Las turistas que visitan el Mercado Artesanal de Guayaquil visitan la parte de las artesanías más no la planta alta.



## **Amenazas**

- La competencia entre los artesanos, debido a que, comercializan los mismos productos a precios bajos.
- Capacitación a los artesanos para manejar otros idiomas incluyendo el inglés.
- Los parqueaderos están disponibles para pocas personas, sin embargo, hace falta espacio donde puedan realizar más parqueaderos.

### **3.2 Análisis de la Matriz FODA**

La propuesta de la investigación del Mercado Artesanal de Guayaquil analiza diferentes aspectos de cuáles son sus inicios, desarrollo, y demás intereses que puedan complementar para iniciar realizar el análisis FODA, del cual se distingue por evaluar la situación actual del lugar y poder interpretar cada una de las observaciones mediante el estudio.

Se analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el fin de mejorar aspectos positivos y negativos que presente el sitio artesanal. En cuanto a las fortalezas, se tiene que está ubicado en un lugar estratégico del centro de la ciudad, puesto que, cerca del sitio hay varios lugares turísticos como el Malecón 2000, La perla, Barrio Las Peñas y el lugar de los edificios más altos. Además, los artesanos comercializan varios productos que se diferencian de otros Mercados y la variedad de tiendas que existe es que los turistas prefieran visitarlo. Otro punto es la seguridad que tiene, por lo que optan por sentirse tranquilos, seguros y puedan llegar a realizar la compra.

En las oportunidades, la publicidad es importante, debido a que, los artesanos por los productos que ofrecen se motiven a tener catálogo de productos en las redes sociales de confianza como Whatsapp o Instagram que son redes donde las personas pasan más tiempo conectadas. Los turistas al visitar el lugar se llevan no solo un recuerdo sino la experiencia del lugar, de tal manera que el próximo viaje que realice la persona pueda sumarse las visitas. También para hacer más interesante el lugar podría mostrarse las técnicas de como elaboran el producto por medio de las redes sociales o un video donde se realice el trabajo.

En cuanto a las debilidades, se resaltó tres aspectos importantes como la señalética que forma parte de la seguridad del Mercado, es decir, no hay numeración de las puertas, ni letreros que detalle la entrada y salida, también los letreros de los locales son poco vistosos, debido a que, muchos por falta de espacio en el local se lo esconden y difícilmente se aprecia bien el letrero

y el numero muchas veces no se lo ve, de tal manera que la persona que visite el lugar pueda perderse fácilmente. Otro aspecto es la página de Facebook del Mercado Artesanal que se encuentra desactualizada, por lo que carece de personal donde pueda manejar la tecnología y hasta tener la página web para poder acceder de manera inmediata y así generar más información al turista. Por otro lado, visitar la planta alta donde se encuentra la reparación de joyas, bordados y venta de traje de la amazonia, es poca la afluencia de personas, puesto que, es escasa la señalética y la información de poder dirigirse a la ubicación de los locales.

En las amenazas, la competencia de los artesanos es uno de los problemas que ha pasado durante mucho tiempo pese a los productos que se ofrece y el precio que tiene, debido a que, antes de la pandemia se tenía un reglamento en la atención al cliente y sanciones si no la cumplían, esa era la forma para poderse respetar entre compañeros igual era en los precios de los productos, se manejaba un catálogo, actualmente, ya no hay mucho control. Con respecto a la capacitación de los artesanos es importante tomar el curso y los dirigentes del Mercado realizar el beneficio para motivarlos a que sean partícipes aprendiendo el idioma Inglés que es lo básico para sus ventas. El Mercado Artesanal de Guayaquil está funcionando todos los días y para los turistas que visitan diariamente el sitio el área de los parqueaderos suele llenarse y muchas veces no encuentran lugar y es cuando llegan a irse del Mercado, de tal manera que se va perdiendo a los clientes.

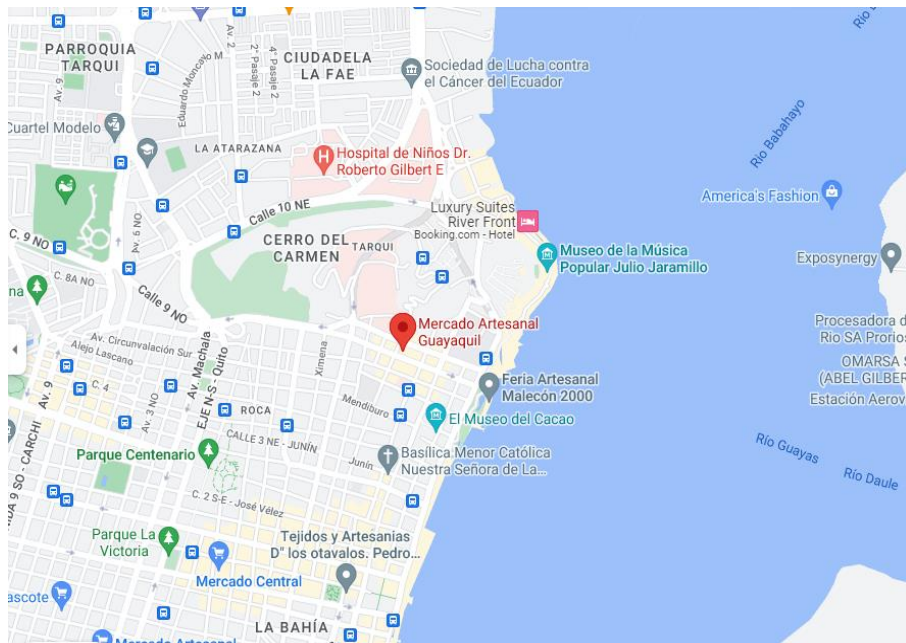
### **3.3 Caracterización del lugar**

#### **Ubicación**

Se encuentra localizado entre la calle Loja y Juan Montalvo Baquerizo Moreno, centro de la ciudad, conocido como el único Mercado Artesanal de Guayaquil que ofrece gran variedad de artesanías y considerado para los turistas como un espacio turístico cultural.

**Figura 17:** Imagen del mapa con la ubicación del Mercado Artesanal de Guayaquil

Fuente: Tomado de Google maps



**Figura 18:** Ubicación del Mercado Artesanal de Guayaquil

Fuente: Elaboración propia



### Número de locales planta baja

El Mercado Artesanal de Guayaquil cuenta con 175 locales, del cual, algunos son socios, es decir, forman parte de la Asociación y los otros son arrendatarios, sin embargo, todos ellos hacen del Mercado un sitio de preferencia para los visitantes.

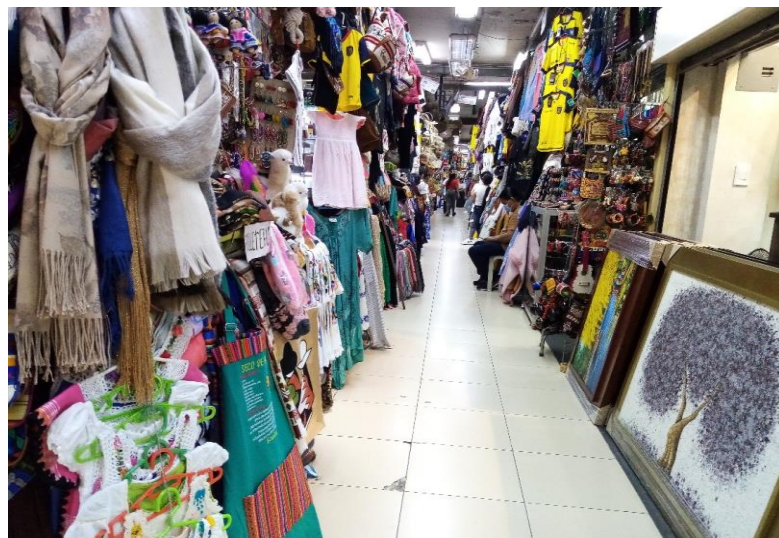
**Figura 19:** Demostración de los locales que se encuentran en la planta baja.

Fuente: Elaboracion propia



**Figura 20:** Los locales de la planta baja del siguiente pasillo.

Fuente: Elaboración propia



### **Numero de puertas**

En su totalidad son ocho puertas habilitadas para los visitantes en los horarios de 9:00am a 18:30pm, que se encuentran por la calle Loja y Juan Montalvo.

### **Distribución de los dirigentes que forman la Asociación Interprofesional de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil**

Dentro del Mercado, de acuerdo con la Asociación Interprofesional de Artesanos regido por los reglamentos de la Ley del Artesano se tiene a los siguientes dirigentes, presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, síndico del cual forman parte los cinco vocales y los cinco suplentes.

### **Número de guardias de seguridad**

Por otro lado, en cuanto a la seguridad cuentan con cuatro guardias pertenecientes al Mercado y los otros cuatro externos del Mercado, es decir corresponden al Municipio, sin embargo, están autorizados para estar dentro del sitio y poder brindar más seguridad para los visitantes.

### **Limpeza de servicio higiénico y del Mercado**

Además, para los baños hay dos personas que se encargan de la limpieza y cobran por el ingreso del baño, y los que realizan el aseo dentro del Mercado, que son planta baja y planta alta estan a cargo tres personas.

### **Número de locales Planta alta**

Los locales que están establecidos en total son 30 puestos de trabajo y en su mayoría son socios. Para complementar lo que se puede encontrar al visitar la planta alta se podrá observar en un espacio un pequeño mural diseñado por un pintor que refleja las tres regiones que son: costa, sierra y amazonia, puesto que es muy representativo y esta adecuado para frecuentar al sitio. Otro de los espacios culturales es la plazoleta que se ubica frente al mural, esto se lo hizo con el fin de poder aumentar las visitas al Mercado Artesanal, y donde en épocas festivas de Guayaquil se realizaban eventos culturales que representaban a diferentes pueblos con los bailes folclóricos, ya que todas las personas disfrutaban observando del programa. Actualmente no se realiza las danzas, lo cual se ha convertido en un lugar para los proveedores.



**Figura 21:** Sitio de la planta alta donde se encuentra el mural.

Fuente: Elaboración propia



**Figura 22:** Plazoleta del Mercado Artesanal de Guayaquil ubicado en la planta alta.

Fuente: Elaboración propia



### **3.4 Propuesta de la tienda Artesanías Yuraksisa**

#### **Antecedentes**

Para comenzar con la propuesta se va a dar inicio con el lugar de donde pertenece la tienda, el Mercado Artesanal de Guayaquil, que es donde empieza el pequeño negocio, este lugar lo hicieron con el fin de incluir artesanos que puedan realizar su oficio y crear plazas de trabajo, lo cual generaba oportunidades. Al principio fueron pocas las personas que se establecieron, luego se sumaron personas otavaleñas y decidieron trabajar con los productos de ropa típica de la sierra, otros con diferentes artículos. Muchos artesanos con el trabajo se sostenían económicamente y la costumbre del artesano es trabajar continuamente hasta que los hijos tengan responsabilidad de poder aprender e inculcarlos al mismo trabajo de los padres.

Desde sus inicios, el Mercado Artesanal de Guayaquil no tenía tanta oferta ya que había pocos artesanos con diferentes tipos de productos, por lo que no había un control sobre los precios ya que al ser poca la oferta y mucha la demanda, se imponía el comerciante con sus precios. Con el tiempo más artesanos indígenas fueron sumándose a la oferta del mercado artesanal, debido a que, el espacio se estaba posicionando como un destino obligado para visitantes locales y extranjeros, lo que logró a establecer controles en la oferta, mejoramiento de espacios y adecuaciones necesarias para la visita placentera.

El Mercado Artesanal de Guayaquil fue el primer mercado de ventas en artesanías y tejidos en todo el Ecuador, fue creado el 20 de Julio del 1983, fueron 13 los fundadores que invitaron a mas artesanos de todo el país a ser parte de este icónico lugar. Con la ayuda de personalidades como la arqueóloga Yela Loffredo de Klein y de los alcaldes de la época nos asignaron este edificio ubicado en las calles Loja, entre Baquerizo Moreno y Juan Montalvo.

La estructura física en ese entonces era precaria, el Mercado Artesanal Guayaquil en un principio era destinado para ser un mercado de abastos; de ahí su infraestructura tipo Galpón, sin baldosas, divisiones ni seguridad. Se crea la Asociación Interprofesional 20 de Julio y los integrantes empiezan a elaborar estatus, reglas para un mejor convivir.

Se preocuparon en dar iluminación, orden y seguridad; cabe destacar que en la seguridad se cuenta con cuatro guardias privados y uno municipal, también se cuenta con una oficina de información donde realizan informes de los pagos y comunican las fechas que se tiene para eventos, feriados, entre más funciones. Otro aspecto son las cámaras de seguridad que se

encuentran en los alrededores de los locales dando a notar más confianza para los artesanos y turistas. En la actualidad cuenta con baños recientemente remodelados por la alcaldía actual.

Un gran paso que dio la Asociación Interprofesional 20 de Julio fue crear una comisión que estableció un reglamento en el que incluía el respeto entre artesanos, control de precios, el compromiso de todos en acatar las reglas y que nuestros productos sean de excelente calidad. Los cambios han sido necesarios, hoy en día somos reconocidos internacionalmente, ya que nuestras artesanías y tejidos proyectan la cultura de nuestro lindo Ecuador.

## **Introducción**

La tienda Artesanías Yuraksisa se encuentra establecido en el Mercado Artesanal de Guayaquil, se ubica exactamente en el centro de la ciudad, y es visitado por muchos turistas nacionales e internacionales. La tienda fue motivación de trabajar con los productos desde que empezó a funcionar el Mercado Artesanal en Guayaquil, lo cual, este lugar acogía a diferentes artesanos para la venta de sus productos. En primera instancia, la idea de establecerse en el lugar fue de mi abuelo, ya que, viajaba por trabajo y consiguió un puesto para comercializar los productos artesanales.

En ese tiempo, no había muchos artesanos, sin embargo, opto por tener tres locales con la intención de darles a cada hijo uno por local. Los hijos desde pequeños a partir de los 12 años fueron inculcados a que ayuden en el trabajo y enseñados para puedan independizarse más adelante si encuentran pareja, de tal manera que se hacían responsables a temprana edad. En la cultura indígena, la costumbre es que aprendan a trabajar desde chicos por la necesidad de mantenerse y así generar con la idea de crecer en grande.

Una de las hijas fue la Sra. Blanca Lema que inicio en uno de los locales que le dejo su papa cuando ya tuvo pareja, desde entonces empezó a trabajar con los mismos productos que comercializaba de joven y estos eran los textiles. Conforme iban pasando los años, ella continuó con el trabajo y de a poco fue creciendo la tienda con más productos donde surgió la idea de tener otra tienda, de esa manera salió adelante y luego aumento personal para que puedan ayudar en los demás puestos de trabajo. Entre los dos, ella y su esposo lograron trabajar para progresar, de modo que no solo tenían en mente formar la familia sino crecer a base de la enseñanza del padre.

En el trabajo, se destacó por aprender aún más porque ya no estaba sola sino que tenía a su esposo y como empezó a construir la familia el trabajo era muy fuerte, sin embargo es donde



le daba amor a todo lo que le rodeaba, principalmente a sus hijos, trabajo y esposo. De esa manera consiguió que crezca su negocio con la venta de ropa en textiles, luego aumentaron otros productos como artesanías y cuero que con ayuda del personal ha hecho que funcione y se siga manteniendo. Además, cuenta con tres locales que están a cargo los dos pero con ayuda del personal.

### **3.5 Diseño de la propuesta**

El proyecto de artesanías Yuraksisa, se crea ante la necesidad de un Museo-Shop; los turistas que vienen de todo el mundo siempre están prestos en aprender de nuestra cultura ecuatoriana, en especial la Otavaleña que es donde provienen los tejidos de Yuraksisa. El Museo-Shop tiene como objetivo, resaltar la cultura indígena a través de los textiles de la tienda Yuraksisa y mostrar que los productos son de calidad. Para lograr el proyecto se iniciará realizando un recorrido donde puedan observar los productos artesanales, conocer de la cultura y valorizar las artesanías elaboradas por los artesanos.

Es importante, dar a conocer la cultura indígena, tradición y costumbres que no se han perdido hasta la actualidad. Es necesario mostrar a las personas que nos visitan los productos elaborados a mano y los procesos a seguir para lograr la finalización de la prenda artesanal. Así mismo realizar espacios de observación como el uso de la vestimenta para que puedan tener el disfrute y la experiencia de un recorrido cultural.

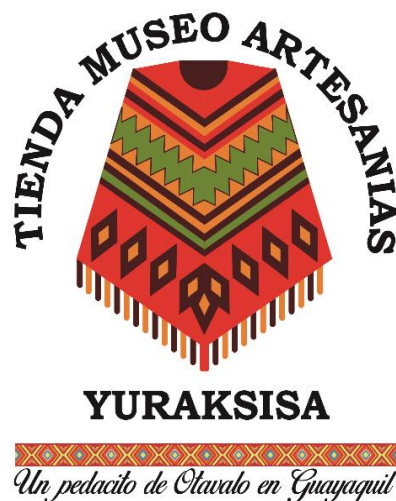
El recorrido en la tienda Museo-Shop, se destaca por mostrar a los visitantes los productos textiles, la elaboración de cada artesanía y el recuerdo que puede conseguir llevándose uno de los productos. Lo más interesante es la dedicación que tienen para realizar la prenda artesanal y conocer acerca de la vestimenta que aún lo mantienen. Las personas que visitaran el museo serán decididas para la observación de los textiles y preferidas por ser únicos; el producto que se adquiera comprenderá la cultura y el conocimiento del trabajo con el que realizan las prendas típicas.

Para los turistas al visitar el Museo-Shop va a ser de fácil acceso, ya que, contarán con una persona indígena a la entrada del Mercado Artesanal de Guayaquil que los guíara para la observación de los productos. Cada uno de los turistas que visiten va tener la guía correspondiente para ubicarse y llegar al lugar más valioso, el museo. Lo importante es representar la cultura otavaleña mediante los diferentes productos artesanales que se encontraran ya terminados por los artesanos y poder comercializarlos.

### 3.6 Descripción del diseño de la propuesta

La descripción del proyecto se basa en detallar el espacio del Museo-Shop, el diseño de la estructura física para los artesanos y entre estos son: el logo para el museo, la ubicación del museo, las herramientas de trabajo, los productos, foto con la prenda, y un espacio para el café de cortesía. Proyectará el museo en cada espacio las artesanías, la historia cultural y un ambiente acogedor que se brindará a los turistas el disfrute de un café y la experiencia de visitar un Museo-Shop en la ciudad de Guayaquil.

#### Logo de la Tienda Museo Artesanías Yuraksisa



El logo para la tienda museo es creado en base al nombre de la tienda que es Artesanías Yuraksisa, en cuanto al significado Yuraksisa es un nombre Kichwa que significa Blanca Flor y se lo analizo en nombre de la Sra. Blanca, debido a que es la persona que representa la tienda sobre todo el trabajar a diario comercializando los productos artesanales, y ser visitado por los turistas han motivado a seguir con el trabajo, ya que lo vieron rentable. Gracias al carisma de la buena atención, el cariño hacia el negocio y el apoyo de todos han logrado crecer. El otro nombre que lo acompaña es, un pedacito de Otavalo en Guayaquil trata de que al proponer la visita hacia la tienda no solo se centre en la observación de las prendas sino en dar facilidad para que puedan conocer acerca del proceso de elaboración de los productos puedan experimentar el trabajo de los artesanos y reconozcan que cada producto forma parte de la cultura indígena.

## **Entrada de la Tienda Museo Artesanías Yuraksisa**

La entrada a la tienda museo estará ubicado en el Mercado Artesanal de Guayaquil, el centro de la ciudad, exactamente por la puerta 1 se ubican una de las escaleras que dirige a la planta alta a su vez llevará un letrero con el nombre del museo y una persona indígena estará para guiarlos hacia el museo. Al ingresar podrá ir acompañado o como guste el visitante, la entrada será gratuita, no se permitirá llevar alimentos al ingresar ya que será un lugar conservado donde podrá apreciar mejor las artesanías.



**Figura 23:** La entrada principal a la Tienda Museo Artesanías Yuraksisa.

Fuente: Elaboracion propia

### **Señalización para la entrada**

Es necesario la señalización, debido a que, la entrada para el ingreso es difícil para llegar directamente al museo, se requiere tener letreros de ubicación donde pueda dirigirse el turista y mantenerlo seguro al ingresar. Por otro lado, conducir a los turistas hacia el museo de manera ordenada será eficiente si se aplica una buena señalización ya que aumentará el ingreso de los turistas.

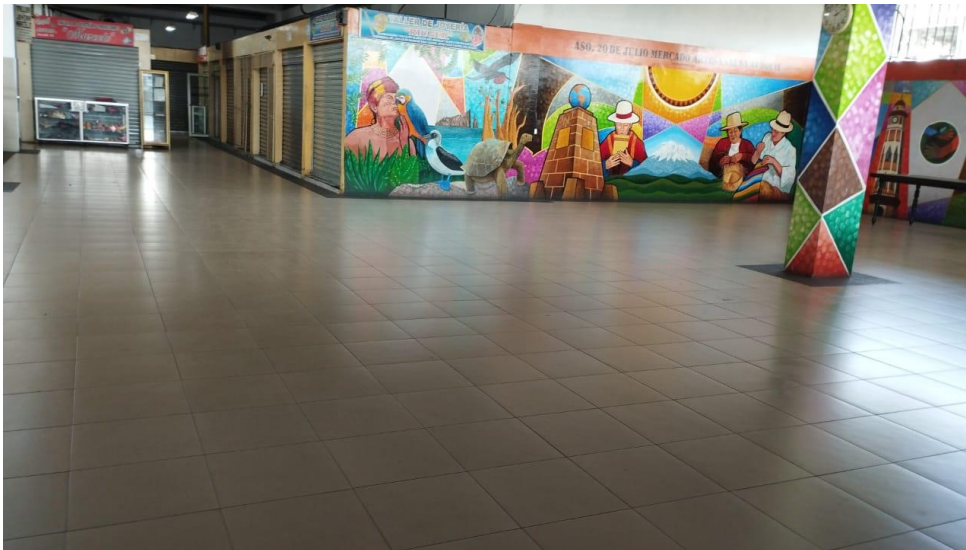
## **Carteles de fotografías que representan a los artesanos con los productos.**

Los carteles de fotografías hacen representación al museo que es donde se exhibirán las artesanías, de manera que puede ser una motivación para la visita del museo del local de artesanías. Las fotografías mostrarán:

- Otavaleños: Es en representación de la cultura que muestra exactamente lo que puede encontrar dentro de la tienda museo. Contará con un espacio donde pueden tomarse fotos con los trajes y paisajes (Photo Bot)
- Otavaleño trabajando con la máquina: Con la fotografía indica que la elaboración de los productos se la realiza con esta herramienta de trabajo, lo puede encontrar dentro del lugar y lo importante que aún se conservan los productos y no pasan de moda.
- Otavaleña trabajando con la blusa: Es donde demuestra realizando el trabajo de la blusa, una parte de ella elaborando el bordado a mano y dándole forma al diseño con los colores. Otra de las costumbres es hacer el trabajo de los bordados en blusas, vestidos u otras prendas.

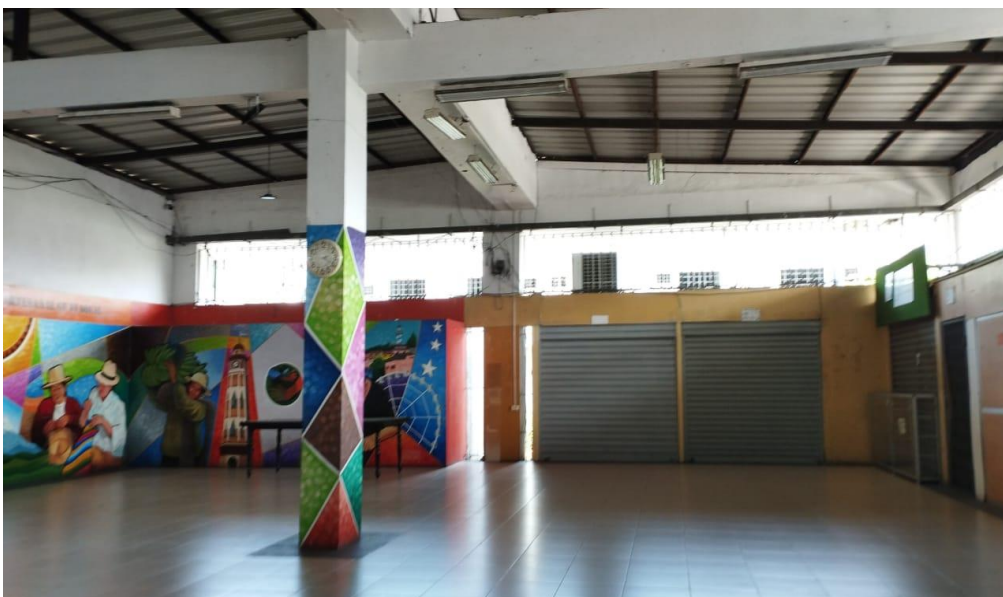
## **El ingreso para la Tienda Museo- Planta Alta**

Se va a requerir de una persona que pueda guiar al visitante para el ingreso directo al lugar, ubicado cerca de la plazoleta, donde va a estar el museo y se contará con los diferentes productos típicos que son realizados por los artesanos donde mostrara como realizarlo y los motivara para que lo puedan adquirir. Además habrá un poco de historia acerca de ellos, el lugar para las fotos solo con el producto, y una mini cafetería para que puedan servirse al final del recorrido.



**Figura 24:** Lugar donde se llevará a cabo la presentación de los productos artesanales.

Fuente: Elaboracion propia



**Figura 25:** Espacio donde será la foto y el servicio de cafetería como cortesía.

Fuente: Elaboracion propia.

### **Otavaleña realizando el bordado de la blusa**

Las mujeres indígenas otavaleñas tienen sus raíces de ser trabajadoras, luchadoras, valientes y siempre ser cordial y amable ante los demás. Ellas son dedicadas al trabajo, realizan diferentes productos, entre los productos están los gorros, bufandas, abrigos y blusas bordadas con el fin de ser comercializados para las personas que gusten de los textiles. El proceso para elaborar la blusa bordada es la siguiente: tener la tela blanca lista para dibujar el diseño, hilos de varios colores, tijera, regla, aguja y tambor que es donde se asienta la tela para comenzar a bordar a mano siguiendo la forma de las flores dibujadas, luego del proceso de bordar con los hilos rellenando el diseño de flores se continúa realizando para la parte de los brazos y una vez terminado, las telas se unen para dar forma al modelo de una blusa, y al final poder comercializarlo.



**Figura 26:** Elaboración del diseño de la blusa y el trabajo del bordado a mano.

Fuente: (Ally Bordados, 2017)

### **Otavaleño elaborando el poncho**

Los otavaleños son destacados por las prendas típicas que elaboran usando los colores, diseños y dependiendo de lo que vayan a hacer ya sea una colcha, mantel, abrigo entre otros productos, todo es a base de creatividad. La tradición es muy importante, debido a que, se comparte historia acerca del pueblo y la conservación de la vestimenta, costumbres, hasta del idioma lo hace más llamativo e interesante para el turista que visita del lugar. Con todo ello,



demuestran que al elaborar la prenda se necesita de mucho esfuerzo y de a poco se acostumbra al trabajo, ya que, lo han hecho desde siempre.

Para la elaboración del poncho se ha tomado de referencia a la comunidad de San Roque que es donde muestra el proceso de realizar un poncho, incluso recalca lo importante que es la enseñanza de los padres. El proceso es tener la alpaca lista para lavar, tinturar, sacar la lana para hacer el hilado que consiste en estirar cada lana, luego se comienza a tejer y una vez terminado el proceso se cepilla para no levantar los pelos del poncho, así mismo se obtienen las colchas y bufandas en alpaca. El trabajo del artesano es sumamente valioso porque al elaborar la prenda los identifica, ya que son parte de la tradición.



**Figura 27:** Elaboración del poncho tradicional usando los equipos de trabajo de madera  
Fuente: (Pineda, 2011)

### **Otavaleño tejiendo los manteles de mesa**

Es una de las labores con las que se empeñan realizando el producto de manteles típicos y se lo puede encontrar en varios tonos, cada uno tiene la particularidad de elaborar las prendas con los implementos que pueda utilizar y conocer las técnicas para ello. Galindo (2016) explica que la elaboración de los manteles es un trabajo similar al de los ponchos, debido a que, se realiza el mismo proceso y utilizando la materia prima que es la alpaca, lo cual, pasa primero por el lavado con agua caliente; escarmenado que es donde se tiene la alpaca lista para poderla abrir y pueda ser un poco más rápido el teñido, es decir, darle color dependiendo

del tiempo de hervida que tenga la lana, en cuanto a las tonalidades pueden variar y uno de los métodos es realizarlo con ceniza disuelto en agua, la cual, queda como vino, se la cocina con penca de zanja y yerba mora luego se agrega tinta anilina del oriente que se mezcla, se calienta e introduce la madeja a tinturar y para conseguir otras tonalidades se utiliza distintos recursos naturales; luego sigue el cardado que es un proceso donde la lana queda suave y lista para ser hilada, puesto que, al final está el tejido donde usan el telar para poder realizar el producto. Los manteles típicos tienden ser coloridos por los tonos de la lana además cuentan con diseños representativos de la cultura otavaleña.



**Figura 28:** Otavaleño elaborando el mantel de mesa a base del tejido en telares.

Fuente: (Galindo, 2016)

### **Otavaleño elaborando camisetas típicas**

Uno de los trabajos en los que se vieron dispuestos a crear son las camisetas con diseños típicos representando la Costa, Sierra y Amazonia, esto suma a que las personas puedan vestir cómodamente con Jean o short ya sea para toda ocasión y son pensados para ambos sexos, hombre y mujer. Además es uno de los productos preferidos por los turistas, puesto que, lo sienten práctico para utilizarlo y hasta llevan de regalo para los familiares, amigos que son motivados, ya que tienen a su elección el diseño que prefieran. Es una de las prendas que se elabora para la tienda y resulta eficiente el trabajo, ya que, pasa por un proceso de cortes, costura, estampado y secado que al final se obtiene la camiseta lista para usarla.





**Figura 29:** Demostración de la camiseta hecha en algodón con diseño de Guayaquil.

Fuente: Elaboracion propia.

### **3.7 Acontecimientos importantes sobre el cantón Otavalo**

Otavalo es un cantón de la provincia de Imbabura ubicado a 110km de Quito, es considerado uno de los lugares atractivos por representar la variedad de productos artesanales y estar rodeados por el buen trato de la gente. Antiguamente las tribus que poblaban Imbabura llegaron a este cantón para dirigirlo, pasando la guerra se vieron afectados por la conquista de los españoles, debido a los intereses de riqueza, de tal manera que al final llegaron a un acuerdo. Con respecto al cantón, está dirigido por un alcalde, cuenta con parroquias rurales y urbanas, lo cual, cada una de ellas forman las respectivas comunidades.

El lugar cuenta con un mercado donde se comercializan los productos textiles y diversas artesanías con el fin de mostrar lo nuestro a los turistas que visitan el lugar. La mayor parte de los textiles son a base de colores que llevan diseños tradicionales, y entre los productos están: los abrigos de alpaca, colchas, bufandas, gorros, guantes, y más variedad que se puede encontrar. En cuanto al comercio de los productos se ha dificultado la situación al permitir el ingreso de otro tipo de artesanías como de Perú y Colombia que han disminuido un poco en la venta de los mismos en cuanto a la calidad.

La actividad artesanal es una de las fuentes de ingresos para el sustento de los habitantes en Otavalo, también está el comercio de los alimentos, el turismo, luego está la agricultura y ganadería (Otavalo, 2015). De acuerdo con la economía, el turismo es uno de los recursos que más prevalece, por la riqueza natural, cultural e histórica, y a su vez refleja el paisaje pintoresco que tiene el lugar, donde son atraídos por muchos turistas nacionales y extranjeros. Además otra actividad es la agricultura que genera ingreso económico, para ello los principales consumidores son las ciudades de Quito e Ibarra, quienes lo hacen para abastecer sus necesidades.

### **La vestimenta de la mujer y hombre Otavaleño**

En el cantón Otavalo tienen la vestimenta tradicional y propia, debido a que, es la más representativa de todas las culturas del Ecuador en base a la elegancia, respeto y el significado que tienen al lucir los bordados de colores al igual en los hombres con su poncho. Desde épocas antiguas se ha hecho el trabajo de los tejidos, bordados, entre otras labores, de tal manera que se lo ha venido manteniendo hasta estos tiempos, por medio de la tradición, la cultura indígena persiste y los hace únicos, ya que, resaltan ante diferentes pueblos y ciudades. En algunos jóvenes la vestimenta la mezclan por cuestiones del mestizaje o por motivos económicos y es cuando pierden los derechos en la comunidad, sin embargo, hay otros que si son otavaleños, respetan la vestimenta y aun lo utilizan.

La vestimenta en las mujeres otavaleñas es sumamente importante utilizarlo, puesto que, es parte de la cultura, el traje consta de 10 prendas tales como: blusa, anaco, faja, cinta, manilla, collar, aretes y alpargatas. Cada uno de ellos tiene su significado, la blusa que se viste es bordada a mano, el trabajo del bordado lleva un mes hacerlo, ahora existen las máquinas en donde la elaboran, pero se las puede encontrar de las dos formas. El anaco es una falda larga y son dos anacos uno negro, el otro blanco y lo que sujeta a las dos prendas es la faja roja llamada mama chumbi y la otra es de colores con diseño llamada wawa chumbi que va sujeta a la cintura y en el cabello se usa la cinta.

Además usan collar o walka de color dorado, manillas en las manos que son llamadas maki watana con cuentas de coral o de oro. Para complementar se lleva un rebozo que es una tela que se cruza por debajo del brazo luego se amarra al otro lado del hombro y la fachalina es otra de lana, donde indica la tradición que si se lo usa a un costado es porque sigue soltera y delante es cuando están casadas. Por último, las alpargatas que se usan en los pies de color negro.

En cuanto a la vestimenta en los hombres otavaleños es casi igual solo que utilizan menos prendas como: camisa, pantalón, poncho, alpargata y sombrero. La descripción del traje tradicional es usar una camisa manga larga de puños y con cuello de color blanco, ya que, representa elegancia y limpieza espiritual en la persona; también pantalón largo de tela en blanco, por encima de la camisa se cubre con un poncho grueso de lana tejido hecho en telares de color oscuro azul o negro y liso, a su vez este lo protege del frio; el sombrero es otro complemento que lo protege del sol, suele ser de paño, color negro y llevan el pelo largo trenzado; por ultimo las alpargatas en color blanco. En la actualidad son pocos los hombres que llevan el traje típico, debido a los cambios en la sociedad que existe se ha perdido el orgullo de vestirse elegantemente, entre otros motivos y algunos lo conservan para usarlo en ocasiones especiales.



**Figura 30:** Vestimenta tradicional de Otavalo

Fuente: (Otavalo V. , 2017)

## **Eventos representativos en Otavalo**

Cabe recalcar que Otavalo es uno de los lugares más vistosos por su paisaje natural y cultural que han motivado a los turistas a visitarlo, además cuenta con eventos y fiestas tradicionales como, la fiesta del Yamor y el Inti Raymi, que son diferentes celebraciones, pero se las realiza cada año con el fin de que sean partícipes de ello.

### **Fiesta del Yamor**

Es un evento tradicional que se lo realiza en agosto con el propósito de agradecer la cosecha del maíz y la fertilidad de la pacha mama, madre tierra y a su vez dan homenaje a la Virgen de Monserrate que es de gran importancia para la Iglesia Católica. Se destaca por sus actividades, danza, comida tradicional y chicha del Yamor. Narváez (como se cito en Hernandez G., 2021) resalta que la fiesta del Yamor se lo conmemora como la chicha del maíz, donde se ha convertido en la principal bebida durante su celebración lo que ha dado motivo a mantener la costumbre en honor a la virgen. El aprendizaje es otro de los aspectos que motiva a las nuevas generaciones en conservar la tradición y hacerlo más reconocido en todas partes de la ciudad.

Las actividades que se realizan en la fiesta del Yamor son en representación de la chica y es donde se refleja las danzas, la música, la elección de las reinas y la gastronomía. (Go Raymi, 2019) Menciona que la palabra Yamor está compuesta por dos vocablos Yak que significa sabio y Mur que significa grano que dan como resultado la chica de la sabiduría. En base a la fiesta se tiene el pregón que consiste en dar inicio con el desfile de carros alegóricos, danzas, música y hasta bandas, por medio de ellos dan a conocer la cultura y tradición, también está la elección de la reina que hace partícipe a la mujer otavaleña. Las personas de las comunidades se hacen presentes para el agradecimiento de la cosecha y la fiesta dedicada a la Virgen, la chicha es la más esperada en la fiesta, ya que, es el motivo de la celebración, su elaboración contiene siete variedades de maíz y a su vez se lo acompaña con un plato típico de fritada con empanada.



**Figura 31:** La celebración de la fiesta de Yamor junto con la chicha del maíz.

*Fuente:* (Go Raymi, 2019)

### **Fiesta del Inti Raymi**

Es una de las festividades más reconocidas del Ecuador y de los pueblos indígenas, se lo realiza en honor a la fiesta del Sol en gran parte es por el agradecimiento de los nuevos cultivos y por la abundancia de los alimentos. La tradición es hacer que todas las personas se unan a los bailes y puedan seguir los movimientos y hasta disfrazarse usando la máscara del Aya Uma o del diablo que acompañan el festejo de la celebración.

La celebración del Inti Raymi es reconocida por los diferentes pueblos, ya que han logrado mantener la práctica de la tradición mediante la danza y el sonido de los instrumentos que interpretan junto con el baile. “Las provincias en las que más se puede presenciar dicha manifestación son Imbabura, Azuay, Cotopaxi, Loja y Cañar, es una festividad que se caracteriza por tener danzantes, música y alegres coloridos” (Borja, 2017, pág. 10).

En Otavalo, la fiesta del Inti Raymi se lo celebra cada año por el mes de junio, en ese día se reúnen la mayoría de las personas tanto de los que se encuentran en otros lugares como los que son de la misma comunidad, todos se hacen presentes para disfrutar de la celebración y sobre todo para conocer su identidad. Borja (2017) Indica que durante la presentación se tienen grupos de danzas, personas de diferentes provincias como de Quito, Ibarra y Cuenca y en gratitud al evento, el líder de la comunidad realiza una ceremonia. Luego se hace la entrega de castillos por los grupos danzantes que llegan bailando de forma que lo realizan en

movimiento circular donde se conectan espiritualmente con la pachamama y acompañado de música tradicional.



**Figura 32:** Ceremonia de Gratitud hacia la Pachamama y el Sol

*Fuente:* (Borja, 2017)

### **Lugar para la foto con el producto**

Es un espacio donde el visitante disfrutara tomándose la foto con las prendas artesanales que se haya comprado y no solo el producto, también los colores y diseños representativos que muestra el lugar, ya que, lo motivara a realizar la foto. El diseño que tiene en su interior es un pequeño mural reflejado en el arte y mostrando las tres regiones que representa costa, sierra y amazonia, hecho en pintura que simbolizan a los artesanos realizando el trabajo. La parte que va estar decorada para la foto es justamente en la imagen de los artesanos otavaleños que los van a complementar con la foto y a la vez puedan sentirse identificados en el lugar y llevarse un bonito recuerdo.



### **Mini cafetería para los visitantes**

La mini cafetería se la propone con el fin de brindarles un espacio abierto donde puedan disfrutar de un café o té con galletas, que son de cortesía por parte de la tienda museo Yuraksisa. Se cuenta con un espacio para tener el servicio de cafetería disponible para los visitantes que tengan la artesanía, debido a que solo será de cortesía para los que realicen la compra de un producto. Además estará una persona que se va encargar en tener listo todo para que se puedan servir y hasta tomar descanso en una de las mesas con el cual contara el museo, lo importante que puedan disfrutar del café y sobre todo estar cómodos en el lugar.

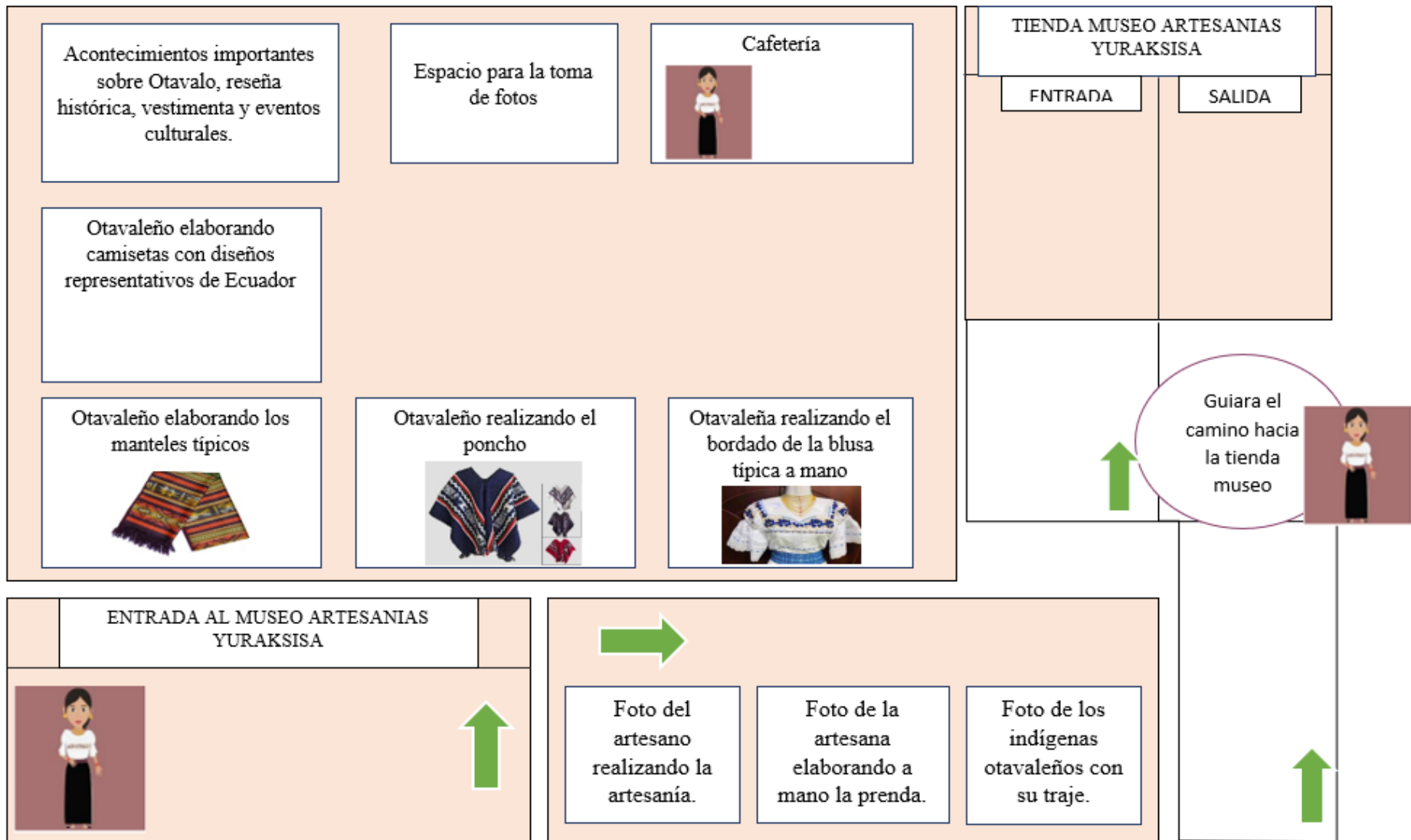
### **Salida de la Tienda Museo Artesanías Yuraksisa.**

La salida consiste en el recorrido final de la visita del museo, en el cual, se llevará un orden tanto en la entrada como la salida, de tal manera que puedan ingresar más turistas, debido a que no tendrán como perderse. Para ello, está dividido cada espacio respetando por una parte la entrada que es para visualización de los productos y del otro lado, se encuentra la salida que está cerca de la cafetería por donde termina el recorrido. Al final, los visitantes son los que hacen parte del museo, puesto que lo importante es contar con el recuerdo de haber experimentado en un lugar donde estan las artesanías otavaleñas.



**Figura 33:** Demostración del final del recorrido, la salida de la tienda museo.

*Fuente:* Elaboracion propia.





## Conclusiones

- En base a las investigaciones realizadas para el tema de diseño de un producto turístico cultural etnográfico: caso tienda artesanías Yuraksisa, se ha obtenido información necesaria para conocer los diferentes estudios acerca de la importancia del turismo que es el desplazamiento de las personas por motivo de recreación y poder disfrutar del destino. Los autores Boullon, Panosso y Sergio Molina indican la teoría del sistema turístico de cómo ha evolucionado, de manera que se empieza conociendo el origen del turista, por el contrario el turista del origen del destino para conectar en poder realizar el viaje; luego se dio la oferta y demanda de un producto y las actividades que se encuentra dentro de ello; también para complementar ahora el destino para ser turístico debe contar con actividades, equipamiento y la comunidad que forma parte del lugar. Además se encontró acerca del turismo cultural y etnográfico, donde se fundamenta el análisis, debido a que, los turistas optan por elegir estos destinos por conocer la cultura de los pueblos, su historia que puede llegar a ser interesante más en los pueblos, ya que, muestran las costumbres y tradiciones que aún lo conservan.
- Para analizar con más seguridad la propuesta de un producto turístico cultural etnográfico se realizó el estudio de quienes están interesados en el producto turístico y mediante la recolección de datos se obtuvo la población y la demanda que hay en el lugar. La población que se identificó mediante el análisis dio como resultado a los turistas que visitan el Mercado artesanal de Guayaquil, para ello, se utilizó las encuestas que es una de las herramientas, por la cual se obtiene la información y otra es la entrevista que la respuesta fue más precisa y directa. Al final los resultados se mostraron positivos debido a que están motivados por experimentar un recorrido por la tienda museo.
- El diseño de un producto turístico cultural etnográfico: caso tienda artesanías Yuraksisa, se destaca por proponer una tienda hecha museo donde se pueda realizar el recorrido para la observación de los productos artesanales. Cabe recalcar que la propuesta inicia proyectándose con la visita de los turistas hacia los productos que elaboran los artesanos, para lograr que tengan conocimiento al conocer cada rincón de los productos tradicionales y llevarse una bonita experiencia de Guayaquil. Por otro

lado, contar con el museo será uno de los grandes beneficios, debido a que, aumentará las visitas al realizar la tienda museo y será reconocida por muchos lugares la tienda artesanal, ya que, es turística en Ecuador.

## Recomendaciones

La propuesta del producto turístico cultural etnográfico se planteó de la siguiente manera, crear un espacio donde se pueda observar los productos artesanales, las técnicas manuales con la que elaboran el producto, el tiempo que le dedican realizando cada prenda y por último que el turista se lleve la experiencia de visitar un lugar turístico en representación a la cultura otavaleña. Se realizó el diseño del producto de cómo quedaría el lugar en un plano y se plasmó el logo para la tienda museo y donde va a estar ubicado. La ubicación es lo principal para que se pueda llevar a cabo la propuesta que será en la planta alta en un espacio frente a la plazoleta, se tendrá a los artesanos trabajando sus productos, espacio para la foto y para complementar se le brindara café de cortesía solo a los turistas que adquieran un producto, ya que se lo hace con la finalidad de que puedan decidirse en visitarlo de nuevo.

Para la entrada a la tienda museo artesanías yuraksisa se lo analizo con respecto a las otras tiendas y la ubicación para la planta alta, la cual, no era adecuada para el ingreso de los visitantes, sin embargo, se optó por la primera puerta que se encuentran pocos locales. La ubicación exacta es por la puerta uno en las afueras del patio hay locales y una entrada especial para realizar aquello, se va a contar con una persona que va estar pendiente en la atención al cliente y puedan interesarse los turistas en conocer el lugar. Al observar que hay dificultades para la entrada principal, se recomienda realizar un letrero con el logo de la tienda museo porque de esa manera no pierden de vista la entrada y también hacerlo en cada una de las puertas del Mercado Artesanal de Guayaquil.

Otra de las recomendaciones para que los turistas se puedan motivar es contar con los implementos de trabajo, es decir, tener los equipos necesarios para elaborar el producto tradicional a ofrecer, esto son: el poncho, blusa indígena bordada, mantel y camisetas con diseños turísticos de la Costa, Sierra y Amazonia. Los materiales para elaborar las artesanías requieren de tiempo tenerlos, ya que, algunos de ellos son de Otavalo, puesto que se llevará un orden para que esté listo todo y así poder mostrar el proceso del producto que lleva realizarlo.

## Bibliografía

- Ally Bordados. (22 de diciembre de 2017). Bordados. Otavalo, Imbabura, Ecuador.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educacion.
- Blanco, A. (2014). *Turismo cultural y gestion de museos*. Madrid: Dykinson.
- Borja, F. (2017). Marco teorico. *Estudio sobre la relevancia de la festividad del Inty Raymi para el turismo en el canton Otavalo, Provincia de Imbabura*. Escuela de Hospitalidad y turismo.
- Boullon, R. (2006). *Planificacion del espacio turistico*. Mexico: Trillas.
- Chang, M., & Zambrano, C. (03 de marzo de 2020). Metodo de Investigacion. *Diseño de modelo de negocio de cafeteria experimental para la validacion de prototipos de protocolos gastronomicos en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil.
- Galindo, T. (2016). Origen, riqueza y actualidad de los tejidos otavalo. *Diseño de los elementos textiles para la ambientacion de espacios interiores del hogar en base al tejido autoctono Otavaleño*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay.
- Go Raymi. (2019). *GoRaymi: Yamor*. Obtenido de Yamor: <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/fiestas-conmemorativas/yamor-akyw59t9n>
- Guerra, E. (29 de 11 de 2007). Diseño de un modelo sistematico para el desarrollo sustentable en la sociedad cooperativa de produccion pesquera y prestacion de servicios turisticos de San Francisco Yosocuta, Oaxaca. Mexico, Mexico.
- Heras, M., & Parra, K. (30 de Agosto de 2014). tipo de investigacion. *Implementacion del turismo comunitario para incrementar los ingresos en las cabañas Don Juan en la prroquia Noboa del Canton 24 de mayo de la provincia de Manabi*. Guayaquil, Manabi, Ecuador: UCSG.
- Hernandez , G. (18 de Noviembre de 2021). Fiesta de Yamor. *Costumbres y tradiciones deel pueblo Otavalo e Identidad Cultural*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

- Hernandez, R., & Collado, C. (1991). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.
- Huamán, M. (2017). *Cincheró y su producción textil*. Facultad de Ingeniería y Arquitectura. Peru: Repositorio Academico USMP.
- Mora, J. (2016). Antecedentes de la Investigación. *Análisis del comportamiento de los turistas que visitan el Mercado Artesanal ubicado calle Loja y avenida Alfredo Baquerizo Moreno Guayaquil 2015-2016*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes*. Visión gerencial.
- Otavalo. (Marzo de 2015). Diagnóstico Sistema Económico. *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo-Provincia de Imbabura*. Ecuador: Nuevo Otavalo .
- Otavalo, V. (2017). *Pruebawebuniandes: Vestimenta tradicional*. Obtenido de Vestimenta tradicional: <https://pruebawebuniandes.weebly.com/index.html>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo, Conceptos, Modelos y Sistemas*. Mexico: Trillas.
- Paredes, F. (2011). Plan Nacional de turismo 2020/Mintur. *Turismo cultural en el Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Pineda, M. (2 de Noviembre de 2011). Tejido de un Poncho. San Roque, Imbabura, Ecuador.
- Quelal, N. (Diciembre de 2012). Asociación Interprofesional de artesanos "20 de Julio". *Propuesta de un plan integral para la difusión de las artesanías iconos del Ecuador en la planta alta del Mercado Artesanal Guayaquil*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Rivera, L. (27 de Junio de 2007). La Artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. Uiversitaria, Toluca, Mexico.

Romero, M. (23 de 8 de 2016). Desarrollo. *Analisi del impacto regional del turismo cultural en el Ecuador y su incidencia en la actividad turistica*. Machala, Ecuador: Universidad Tecnica de Machala.

Sanchez, I., & Lopez, L. (15 de 11 de 2021). Turismo etnografico. *Caracterizacion del turismo etnografico en el Ecuador caso de estudio parroquia de Oyacachi*. Quito, Oyacachi, Ecuador: Universida Central del Ecuador.

Sancho , A. (2011). *Sistema turistico*. Organizacion Mundial del Turismo.

## **Anexos**

### **Encuesta**

Trabajo de Titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Estimado(a) muchas gracias por su tiempo. La encuesta se la realiza con el fin de conocer mejor la cultura Otavaleña, otros gustos y preferencias que tienen al visitar el Mercado Artesanal de Guayaquil.

### **Preguntas**

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

20-35

35-45

45-50

Más de 50 años

3. Nacionalidad

Ecuatoriano

Extranjero

4. Ha visitado usted el mercado artesanal de Guayaquil?

Si

No

5. Considera usted que las tiendas existentes en el mercado artesanal ayudan a valorar la cultura nacional?

Si

No

6. Que productos considera usted que se puede hallar en el mercado artesanal de Guayaquil?

Artesanías

Textiles

Obras de arte

Me es indiferente

7. Estaría dispuesto(a) a realizar la visita guiada para la observación de productos tradicionales de la etnia Otavaleña?

Si

No

8. Conoce usted sobre la etnia Otavaleña?

Si

No

9. Considera usted que la vestimenta tradicional de la etnia Otavaleña es una expresión muy importante de las culturas del Ecuador?

Si

No

10. Le gustaría experimentar una oferta de turismo cultural en donde pueda visualizar la tradición textil y de manufactura de la etnia Otavaleña?

Si

No



## **Entrevista**

Trabajo de Titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Las preguntas de la entrevista son dirigidas para la Srta. María Sol Zuluaga, expresidenta del Mercado Artesanal de Guayaquil, con la finalidad de obtener información acerca de la propuesta del producto turístico a realizar.

- Porque considera usted que el Mercado Artesanal es un referente de la cultura nacional de la ciudad de Guayaquil?
- Cuál es el antecedente histórico del Mercado Artesanal de Guayaquil a que se debió su construcción?
- De qué manera se han sostenido en el tiempo siendo un referente de cultura nacional?
- Considera usted que dada la propuesta del desarrollo del producto de turismo cultural y etnográfico puede integrar al Mercado Artesanal de Guayaquil como un atractivo turístico?



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Santillán Lema, Kely Lizbeth**, con C.C: # 0959227752 autora del trabajo de titulación: Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el Mercado Artesanal de Guayaquil, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de septiembre del 2022

---

**Santillán Lema Kely Lizbeth**

0959227752



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Diseño de producto turístico cultural-etnográfico: Caso artesanías Yuraksisa en el Mercado Artesanal de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Santillán Lema Kely Lizbeth		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Medina Crespo José Alberto		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	21 de septiembre del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	67
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo alternativo, Etnografía, Identidad Cultural		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Turismo, turismo cultural, turismo etnográfico, sistema turístico, identidad, turista.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El tema del trabajo de titulación es acerca del diseño de un producto turístico cultural-etnográfico: caso tienda Artesanías Yuraksisa ubicado en el Mercado Artesanal de Guayaquil que trata de crear un espacio turístico donde los visitantes puedan recorrer observando los productos artesanales elaborados por los artesanos. Antes de llegar a la propuesta se tuvo que analizar las investigaciones de otros autores con relación al sistema turístico, turismo cultural y etnográfico, uno de los estudios realizados por Sergio Molina se dice que un destino para que sea turístico debe contar con infraestructura, equipamiento, actividades y la comunidad por la cual participa y se centra en brindar un mejor servicio al turista; otro autor es Panosso que se rige por el origen del turista y la región del destino, lo cual se enlaza con el viaje y las actividades en el lugar, de esa manera se entiende que el turismo forma parte del sistema, ya que es el desplazamiento de las personas hacia otro destino con el fin de recrearse y buscar actividades en las que puedan experimentar. De acuerdo al turismo cultural y etnográfico, el cultural son destinos que resaltan aspectos históricos de un pueblo e interés por saber de la cultura a diferencia del turismo etnográfico que comprende las etnias, tradiciones donde dan a conocer la identidad. Además otro proceso importante es haber realizado la recolección de datos a través de las encuestas y entrevista para obtener más información, analizar los resultados y verificar si es posible llevar a cabo la propuesta. En base a los datos finales de las encuestas dieron un total de estar de acuerdo para poder experimentar de la tienda este maravilloso recorrido.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	0997742941-04-5009465	E-mailkely_santillan@yahoo.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049</b>		
	<b>E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec</b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			