

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de una Guía Digital Innovadora para la Gestión del Festival del Chivo
Morreño

ADMI - 1298

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Melania Patricia Contreras Alvarado

Ketty Leonela Lozano Coloma

Guayaquil - Ecuador

Año: 2025

Dedicatoria

El presente proyecto se lo dedico a mis padres, Patricio y Ana, su amor, soporte y trabajo duro me han traído hasta aquí. A mi hermana Iris por su apoyo y por creer siempre en mi potencial. A mis amigos de la EOIE, quienes se han convertido en mi segunda familia, los quiero mucho.

Melania Contreras A.

A mi familia, a mis padres Olfan y Ketty que siempre han creído en mí y me han brindado apoyo incondicional en todo mi trayecto universitario. A mis hermanos, Israel y Belén que han sido fundamentales en mi vida. A los amigos que la ESPOL me permitió conocer y con los cuales he compartido momentos maravillosos.

Leonela Lozano.

Agradecimientos

Doy gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi carrera. Gracias a la mejor compañera que pude haber tenido, Leonela. A mi hermana Iris, pilar fundamental en mi vida. A Salmita y a todos mis amigos de la ESPOL por su apoyo. Al tutor y profesores por guiarnos en este camino. A mis fabulosos padres, por apoyarme y amarme incondicionalmente. Al Comité Turístico del Morro por abrirnos las puertas y permitirnos trabajar en conjunto.

Melania Contreras A.

Agradezco a Dios por darme la fuerza para no desistir y culminar mi carrera. A mis padres y hermanos por su amor y apoyo en cada momento de mi vida. A Melania, por ser paciente, bondadosa y la mejor compañera de fórmula. A la Escuela de Eventos, por brindarme un espacio de crecimiento profesional, pero a la vez un hogar. A nuestro tutor y profesores de la carrera de Turismo de los cuales he aprendido muchísimo.

Leonela Lozano.

Declaración Expresa

Nosotras Lozano Coloma Ketty Leonela y Contreras Alvarado Melania Patricia acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 16 de octubre del 2025.

Lozano Coloma Ketty
Leonela

Contreras Alvarado Melania
Patricia

Evaluadores

Cinthy Elizabeth Veintimilla Mariño

Profesor de Materia

Roberto Erick Lindao Montesdeoca

Tutor de proyecto

Resumen

El presente proyecto propone el diseño de una guía digital innovadora para el Comité Turístico del Morro, garantizando así la sostenibilidad y gestión eficiente del Festival del Chivo Morreño. El objetivo general de este trabajo es aplicar un enfoque de diseño centrado en el usuario para solucionar la ausencia de un sistema de traspaso de información entre directivas sucesivas lo que pone en riesgo de continuidad del Festival. La propuesta se justifica en la necesidad de estandarizar procesos para el desarrollo económico y fortalecer la identidad local de la parroquia El Morro.

Para el desarrollo del proyecto, se utilizó la metodología *Design Thinking*. Se emplearon herramientas como entrevistas a profundidad, observación participante y mapas de empatía. Los resultados obtenidos permitieron diagnosticar puntos críticos como la ausencia de manuales formales y la dependencia de la memoria individual de los organizadores. Se diseñó una herramienta digital interactiva estructurada en tres etapas: antes, durante y después del evento, esta incluye matrices de presupuesto, cronogramas e informes. Finalmente, se concluye que la implementación de la guía permite profesionalizar la organización sin que se pierda la autenticidad del festival. Los usuarios validaron que la herramienta es accesible, útil y facilita la transmisión de conocimientos logísticos.

Palabras Clave: Guía digital, Gestión de eventos, Patrimonio gastronómico, Sostenibilidad operativa.

Abstract

This project proposes the design of an innovative digital guide for the El Morro Tourism Committee, thus ensuring the sustainability and efficient management of the El Morro Goat Festival. The overall objective of this work is to apply a user-centered design approach to address the lack of a system for transferring information between successive boards, which jeopardizes the Festival's continuity. The proposal is justified by the need to standardize processes for economic development and strengthen the local identity of the El Morro parish.

For the development of the project, the Design Thinking methodology was used. Tools such as in-depth interviews, participant observation, and empathy maps were employed. The results obtained allowed for the diagnosis of critical issues such as the absence of formal manuals and the reliance on the individual memories of the organizers. An interactive digital tool was designed, structured in three stages: before, during, and after the event. This tool includes budget matrices, timelines, and reports. Finally, it is concluded that the implementation of the guide allows for the professionalization of the organization without compromising the festival's authenticity. Users validated that the tool is accessible, useful, and facilitates the transmission of logistical knowledge.

Keywords: *Digital guide, Event management, Gastronomic heritage, Operational sustainability*

Índice general

Resumen.....	I
<i>Abstract</i>	II
1.1 Introducción.....	2
1.2 Descripción del Problema	3
1.3 Justificación del Problema	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	4
1.5 Marco teórico	5
1.5.1 Patrimonio cultural.....	5
1.5.2 Patrimonio cultural material	6
1.5.3 Patrimonio cultural inmaterial	7
1.5.4 Prácticas de cultura viva.....	8
1.5.5 Identidad local	9
1.5.6 Turismo rural	10
1.5.7 Patrimonio Gastronómico	11
1.5.8 Turismo Gastronómico	12
1.5.9 Atractivos turísticos	12
1.5.10 Gestión y organización de eventos	13
1.5.11 Uso de innovación y nuevas tecnologías en turismo	14
2. Metodología.....	17
2.1 Fase 1: Empatizar.....	17
2.1.1 Mapa de Actores	17
2.1.2 Mapa de Empatía	18
2.2 Fase 2: Definir.....	18
2.2.1 Árbol de problemas	19
2.2.2 Análisis de Hallazgos	19
2.3 Fase 3: Idear.....	20
2.3.1 Mood board	20
2.3.2 Brainstorming	20
2.4 Fase 4: Prototipar	21
2.4.1 Genially	21

2.5 Fase 5: Testear.....	22
2.5.1 Matriz Feedback.....	22
2.5.2 Encuesta	22
3. Resultados y análisis.....	24
3.1 Resultados asociados al Objetivo Específico 1	24
3.1.1 Entrevistas a profundidad	24
3.1.2 Observación Participante.....	33
3.2.1 Generación de ideas	34
3.2.2 Prototipado.....	35
3.3 Resultados asociados al Objetivo Específico 3	36
3.3.1 Validación.....	36
3.4 Presentación del prototipo final y Propuesta de valor.....	37
3.4.1 Prototipo final	37
3.4.2 Propuesta de valor	41
3.4.3 Criterios de evaluación de la propuesta de valor	41
4. Conclusiones y recomendaciones	46
4.1 Conclusiones	46
4.2 Recomendaciones.....	47
ANEXOS	17

Abreviaturas

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

IGECA Instituto de Gestión Cultural y Artística

ODS Objetivo de Desarrollo Sostenible

UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Índice de figuras

Figura 1	32
Figura 2	33
Figura 3	37
Figura 4	38
Figura 5	39
Figura 6	40
Figura 7	40
Figura 8	46
Figura 9	47
Figura 10	48
Figura 11	49
Figura 12	50
Figura 13	50
Figura 14	51
Figura 15	52
Figura 16	53
Figura 17	54

Índice de tablas

Tabla 1	17
Tabla 2	18
Tabla 3	20
Tabla 4	21
Tabla 5	22
Tabla 6	43

Capítulo 1

1.1 Introducción

La parroquia El Morro se encuentra ubicada en el Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas, con una altura de 6 m.s.n.m y una temperatura promedio de 25°C a 34°C. El nombre se debe a su peñasco redondeado, un cerro de rocas milenario que resalta su entorno parroquial y que en la actualidad es un sitio turístico conocido por la realización de expresiones de fé. (GoRaymi, s.f)

Dentro de la parroquia se encuentra ubicado el Refugio de Vida Silvestre ‘Manglares el Morro’ al cual se accede mediante su puerto llamado ‘Puerto El Morro’. De este lugar se extraen grandes cantidades de cangrejos, conchas ostiones, entre otros moluscos que se comercializan a nivel local y nacional.

Entre las actividades culturales que identifican de manera especial a la localidad se encuentra el Festival del Chivo Morreño, el cual se realiza anualmente siendo el presente año 2025 la séptima edición del mismo. Este evento no solo impulsa una tradición gastronómica, sino también busca la participación activa de la comunidad además de garantizar la sostenibilidad cultural y económica del territorio.

El Comité Turístico del Morro es el encargado de la planificación, organización y realización de los eventos turísticos en la parroquia. Su papel resulta fundamental para la promoción del desarrollo local y la preservación de la identidad cultural de la comunidad. Sin embargo, durante los últimos años ha experimentado afectaciones en su gestión debido a los cambios constantes de la directiva, poniendo en riesgo la continuidad de celebraciones emblemáticas como el Festival del Chivo Morreño.

Ante este contexto, el presente proyecto tiene como finalidad el diseño de una guía digital que reúna los lineamientos y recursos necesarios para la planificación, gestión y ejecución de los eventos turísticos en el Morro.

1.2 Descripción del Problema

En la actualidad, producto de los cambios en las autoridades, el Comité Turístico del Morro enfrenta la falta de continuidad en la organización de sus eventos conllevando a la pérdida de contactos y conocimientos recopilados por gestiones anteriores. Debido a esta situación, la dificultad de la realización efectiva de las actividades emblemáticas de la parroquia ha aumentado poniendo en riesgo la permanencia y el reconocimiento del Festival del Chivo Morreño.

La problemática no se basa solo en cuestión de organización interna, sino que refleja desafíos estructurales que afectan a la comunidad como disminución del turismo local, migración de jóvenes, el desempleo y la desmotivación de actores comunitarios. Las iniciativas relacionadas al turismo se ven perjudicadas de manera que se reduce la capacidad de generar ingresos y se debilita la identidad colectiva.

1.3 Justificación del Problema

Según diversos estudios, las comunidades rurales ecuatorianas enfrentan dificultades en la continuidad y sostenibilidad de sus proyectos turísticos a causa de la falta de planificación, capacitación y documentación de sus procesos (Maldonado-Eraza et al., 2020). Dichas limitaciones en conjunto con problemáticas sociales como la migración juvenil, el desempleo y la marginación de grupos locales han conllevado a la debilitación del potencial del turismo como herramienta de desarrollo.

La UNESCO (2003) enfatiza que las expresiones culturales locales, como los festivales comunitarios, constituyen una parte esencial del patrimonio cultural inmaterial. El debilitamiento de estos implica una gran pérdida en términos de identidad cultural y sentido de pertenencia.

En consecuencia, la creación de una guía digital innovadora representa una herramienta clave para sistematizar los procedimientos, definir roles, responsabilidades y recursos, además de adaptarse a las nuevas dinámicas tecnológicas y sociales. Su implementación no solo tiene como objetivo contribuir a la continuidad del Festival del Chivo Morreño, sino que busca fortalecer la gestión comunitaria, fomentar el liderazgo local y promover el desarrollo económico, social y cultural de la parroquia El Morro.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una guía digital innovadora para el Comité Turístico del Morro, aplicando un enfoque de diseño centrado en el usuario, garantizando así la continuidad, sostenibilidad y gestión eficiente del Festival del Chivo Morreño.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual y los principales desafíos del Comité Turístico del Morro a través del análisis de la retroalimentación de sus miembros, para la identificación de los puntos críticos que afecten la continuidad de los eventos.

2. Desarrollar la estructura y contenido de la guía aplicando las etapas del diseño centrado en el usuario, con el objetivo de que sea clara, se adapte a las necesidades del cliente

e incluya la información y herramientas necesarias para la planificación, gestión y ejecución de eventos.

3. Validar la viabilidad de la guía digital mediante pruebas piloto con el Comité Turístico del Morro con el fin de la verificación de su efectividad como herramienta para la futura gestión de sus eventos turísticos.

1.5 Marco teórico

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2014), el marco teórico ofrece el contexto conceptual necesario para comprender el problema y guiar la investigación. En la misma línea, Arias (2012) señala que este apartado sustenta las variables o conceptos claves del estudio, permitiendo articular la teoría con la práctica del proyecto.

En este caso, el marco teórico aborda los conceptos de patrimonio cultural, identidad local, patrimonio y turismo gastronómico, atractivos turísticos, festivales, gestión y organización de eventos, uso de nuevas tecnologías en turismo y guía digital, elementos que permiten comprender la relevancia de preservar las manifestaciones culturales a través de estrategias innovadoras de difusión y participación comunitaria.

1.5.1 Patrimonio cultural

“El patrimonio cultural constituye manifestaciones de la cultura, todos aquellos ‘datos’ que vamos dejando los seres humanos a lo largo de nuestra trayectoria sobre la tierra, a través de los cuales pueden conocerlos” (Alfonso, 2003, p.99).

Por otro lado, Fonseca y Brull (2020) mencionan que el patrimonio cultural de una sociedad está constituido por las formas de vida materiales e inmateriales, pasadas o

presentes, que poseen un valor relevante y son culturalmente significativas para quienes las usan y las han creado.

En este sentido, Pastor Pérez y Díaz-Andreu (2022) señalan que: “el patrimonio cultural se entiende cada vez más como un proceso dinámico de creación de significados colectivos, en el que los bienes materiales e inmateriales se valoran según su interacción con la comunidad y su contexto social” (p. 5).

En consecuencia, a continuación, se presentan los conceptos de patrimonio cultural material e inmaterial, con el fin de profundizar en sus características y en el papel que desempeñan en la consolidación de identidades colectivas.

1.5.2 Patrimonio cultural material

El patrimonio cultural material de acuerdo con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural es aquel que comprende todos aquellos bienes tangibles que se pueden observar y tocar, como monumentos, edificios, esculturas, pinturas, objetos y documentos. Este se divide en patrimonio mueble, que puede ser trasladado, e inmueble, que permanece en su lugar de origen (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, s. f.).

Según con el Instituto de Gestión Cultural y Artística (IGECA) fundado en España, este patrimonio se divide en 5 subcategorías:

- **Patrimonio arquitectónico:** Construcciones relevantes, edificios emblemáticos, casas antiguas o monumentos.
- **Patrimonio arqueológico:** Cualquier cosa que requiera la arqueología para su estudio, como fósiles, flora, fauna o restos paleontológicos.

- **Patrimonio artístico e histórico:** Comprende elementos que reflejan y representan periodos históricos del pasado. En esta categoría se encuentran desde vestimentas antiguas hasta materiales más recientes, como los recursos audiovisuales.
- **Patrimonio Industrial:** Bienes originados durante la Revolución Industrial que se valoran como parte del patrimonio, ya que permiten comprender y evidenciar las transformaciones ocurridas en ese período histórico.
- **Patrimonio natural:** Comprende riquezas naturales en todas sus manifestaciones, como formaciones geológicas, ecosistemas que albergan especies animales o espacios protegidos.

1.5.3 Patrimonio cultural inmaterial

La UNESCO (2024) señala que el patrimonio cultural inmaterial incluye tanto las prácticas vivas como los saberes compartidos por la comunidad, los cuales se consideran elementos fundamentales de su herencia cultural.

La clasificación establecida por la UNESCO en 2003 fue la siguiente:

- **Tradiciones y expresiones orales:** Son manifestaciones orales a través de las cuales se comunican valores culturales, sociales y saberes que se transmiten de una generación a otra. Dentro de estas expresiones se encuentran los mitos, leyendas, canciones infantiles, refranes y poemas, entre otros.
- **Artes del espectáculo:** En esta categoría se encuentra la música, obras de teatro, recitales de poesía, conciertos, danza, entre otros.
- **Usos sociales, rituales y actos festivos:** Se trata de prácticas y costumbres que otorgan rasgos distintivos a una comunidad. Son rituales que en su origen

representaban acontecimientos relevantes y que, con el paso del tiempo, se han conservado como parte de la herencia cultural de la sociedad.

- **Técnicas artesanales:** En términos generales, la artesanía suele entenderse como algo material, pero en este caso se alude al saber y las habilidades necesarias para elaborar una pieza artesanal, ya que este conocimiento es lo que permite conservar y transmitir el legado cultural de una comunidad.

De esta manera, de acuerdo con Batista (2022), la valorización de los aspectos culturales y la salvaguardia del patrimonio inmaterial, especialmente a través de la transmisión de conocimientos, influyen en la planificación, organización y producción de estos eventos, que cumplen su función de promover el conocimiento sobre las manifestaciones culturales locales.

Retomando las definiciones, en el caso del Festival del Chivo Morreño, este se clasifica dentro de la categoría de *usos sociales, rituales y actos festivos* del patrimonio cultural inmaterial, ya que constituye una práctica que fortalece la identidad local y la cohesión comunitaria.

1.5.4 Prácticas de cultura viva

El concepto de *cultura viva* planteado por Lenzerini (2011) resalta la importancia de comprender el patrimonio cultural inmaterial como un conjunto de prácticas, conocimientos y expresiones que las comunidades reconocen como parte de su identidad colectiva.

Este enfoque permite interpretar que las manifestaciones culturales, como el Festival del Chivo Morreño, no deben entenderse como tradiciones estáticas, sino como expresiones dinámicas que se recrean constantemente en función del entorno social y de la historia local.

De acuerdo con el autor, el patrimonio inmaterial constituye “la cultura viva de los pueblos”, integrada por prácticas y saberes que fortalezcan los lazos de pertenencia y la creatividad humana (Lenzerini, 2011, p. 101).

En este sentido, la guía digital que se propone puede servir como un medio innovador para visibilizar y comunicar estas formas de cultura viva, facilitando la participación comunitaria y la transmisión de conocimientos de manera contemporánea, sin perder la autenticidad ni el valor simbólico del festival.

De esta manera, la *cultura viva* actúa como un vehículo de memoria colectiva y pertenencia, en el que la identidad se reafirma a través de la práctica y la transmisión intergeneracional. Aplicado al contexto del Festival del Chivo Morreño, este enfoque sugiere que las actividades, rituales y expresiones gastronómicas del evento son más que simples tradiciones festivas: constituyen manifestaciones que refuerzan el sentido de pertenencia de los habitantes de El Morro, fortaleciendo su vínculo con el territorio y con su comunidad.

1.5.5 Identidad local

Tanto Kotradyova (2019) como Dueñas-Linares y Romero-Centeno (2022) coinciden en que la identidad local es un componente fundamental de la sostenibilidad social y cultural, al expresar el vínculo entre las personas y su entorno. Para Kotradyova (2019), integrar la identidad local en las prácticas materiales y organizativas permite mantener el *genius loci* y fortalecer la continuidad de las tradiciones dentro de la comunidad.

Por su parte, Dueñas-Linares y Romero-Centeno (2022) advierten que, aunque existe un sentido de pertenencia entre los jóvenes, aún se requiere consolidar mecanismos que promuevan el conocimiento y la práctica de la cultura local.

En este marco, la guía digital del Festival del Chivo Morreño se concibe como una herramienta de gestión que orienta al comité turístico de El Morro en la planificación y ejecución del evento. Al sistematizar el paso a paso de la organización del festival, la guía contribuye a preservar los saberes locales y a reforzar la identidad comunitaria mediante la continuidad de una tradición que constituye parte esencial del patrimonio cultural morreño.

1.5.6 Turismo rural

Madera Pacheco (2020) plantea que el turismo rural no debe entenderse como una actividad uniforme ni como una simple extensión del ámbito agrícola, sino como un fenómeno complejo y diverso que refleja la heterogeneidad de los territorios rurales. El autor cuestiona las visiones idealizadas del mundo rural y advierte que, en muchos casos, el turismo rural se configura desde perspectivas urbanas que desconocen las dinámicas propias de las comunidades locales.

Por su parte, Soták-Benedeková (2025) concibe el turismo rural como una forma de turismo basada en la valorización de los recursos naturales, culturales y humanos de los espacios rurales, que cumple un papel relevante en la sostenibilidad social y ambiental. Su análisis muestra que esta modalidad ha evolucionado desde enfoques centrados en la recreación hacia una visión integral que combina conservación ecológica, desarrollo económico y bienestar comunitario.

En relación con el proyecto, los aportes de Madera Pacheco (2020) y Soták-Benedeková (2025) permiten comprender este evento como una manifestación del turismo rural que integra tanto la gestión comunitaria como la valorización del patrimonio local. Desde la perspectiva de Madera Pacheco, la guía digital puede concebirse como una herramienta que refuerza la autonomía organizativa del comité turístico de El Morro, al

sistematizar sus procesos y asegurar la continuidad del festival desde un enfoque participativo.

Al mismo tiempo, siguiendo la visión de Soták-Benedeková, el proyecto contribuye al desarrollo sostenible del territorio, al promover la interacción respetuosa con los recursos naturales y culturales que caracterizan la identidad morreña. De este modo, la guía no solo mejora la planificación del evento, sino que también se convierte en un medio para fortalecer la cohesión social y la proyección del turismo rural como motor de desarrollo local sostenible.

1.5.7 Patrimonio Gastronómico

Reyes (2023) señala que el patrimonio gastronómico engloba las prácticas culinarias tradicionales, los saberes ancestrales, los rituales y las expresiones sociales que giran en torno a la alimentación. En esencia, es una manifestación clave de la identidad cultural de una comunidad.

Por su parte, Rodríguez, Antamba y Gallegos (2025) resaltan que la cocina patrimonial es un componente fundamental del patrimonio cultural inmaterial. Esta dimensión integra conocimientos, prácticas, ingredientes y simbolismos que se arraigan profundamente en las identidades territoriales.

Finalmente, Kalenjuk Pivarski y sus colegas (2023) destacan el significativo potencial de la gastronomía, como parte del patrimonio cultural, en el ámbito turístico. Según ellos, los establecimientos hoteleros que ofrecen servicios de alimentación son los principales representantes y guardianes de este valioso legado (p. 3784).

La guía digital para el Festival del Chivo Morreño es una herramienta clave para impulsar el turismo gastronómico en el Morro. Al detallar los pasos para la organización del festival, la guía no solo permite preservar las tradiciones culinarias y fortalecer la identidad

cultural local (Reyes, 2023 y Rodríguez, Antamba y Gallegos, 2025), sino que también posiciona al evento como un atractivo turístico que celebra el patrimonio gastronómico del chivo morreño, tal como lo menciona Kalenjuk Pivarski et al. (2023).

1.5.8 Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico se define por la experiencia del viajero, que se centra en la comida, los productos y las actividades relacionadas (ONU Turismo, 2024). Esta forma de turismo, también conocida como turismo culinario, va más allá de la simple alimentación.

Según Rojas (2018), se trata de una búsqueda de experiencias auténticas que reflejen la cultura culinaria de un destino, permitiendo a los visitantes explorar su identidad a través de sabores y tradiciones. Este tipo de turismo no solo implica probar platos locales, sino también participar en actividades como visitas a mercados, clases de cocina, festivales gastronómicos y recorridos por viñedos o fincas productoras.

Esta conexión entre gastronomía y experiencia turística es clave. De hecho, para muchos turistas, la degustación de productos gastronómicos es un factor fundamental al elegir un destino y planificar su viaje (Dorta-Afonso & Padrón-Ávila, 2021). La gastronomía, en este contexto, se convierte en un poderoso motor para el desarrollo económico local, ya que impulsa la producción de alimentos, la creación de empleos y la promoción de la cultura y el patrimonio de la región.

1.5.9 Atractivos turísticos

El concepto de atractivo turístico ha evolucionado para abarcar no solo lugares específicos, sino también las experiencias que estos generan. En este sentido, se entiende que un atractivo es cualquier elemento capaz de captar la atención del visitante y motivar su

desplazamiento hacia un destino determinado (Noegrohon, 2025b). Esta perspectiva reconoce que el valor de un atractivo no radica en su localización geográfica, sino a la capacidad que tiene de despertar interés en quienes buscan nuevas vivencias o experiencias.

En esta misma línea, Saénz Véliz et al. (2025) señalan que el valor cultural de los destinos turísticos hace referencia al papel que desempeñan tanto los lugares como las actividades vinculadas a ellos en la formación de la identidad colectiva y el sentido de pertenencia de quienes habitan la comunidad local.

En este contexto, los festivales surgen como manifestaciones culturales que enriquecen la oferta turística de un destino y refuerzan el vínculo entre una comunidad y sus tradiciones. Debido a esta integración de elementos simbólicos, artísticos y sociales, los festivales se convierten en atractivos turísticos que fomentan experiencias de valor para visitantes y locales, fortaleciendo de esta manera su valor cultural y su impacto en la identidad local.

1.5.10 Gestión y organización de eventos

La gestión de eventos turísticos, según Cardoso Moscoso et al. (2025), se estructura en 5 pilares fundamentales: planificación, coordinación, dirección, ejecución y control, los cuales permiten desarrollar eventos turísticos eficientes y con impacto positivo en el entorno sociocultural.

Por consiguiente, Gadotti dos Anjos y Stock (2023), resaltan el papel de la logística como componente invisible pero esencial, capaz de agilizar y flexibilizar los procesos, ofreciendo una visión estratégica que garantiza el cumplimiento de las expectativas de públicos y patrocinadores.

Por su parte, Quintana Puga et al. (2024) subrayan que la gestión de eventos debe integrar talento humano, recursos materiales y financieros, así como procesos organizacionales orientados a la eficiencia y sostenibilidad.

En conjunto, estas perspectivas permiten comprender la gestión de eventos como una práctica profesional que requiere habilidades interdisciplinarias y sensibilidad hacia el contexto cultural, social y económico en el que se desarrollan.

1.5.11 Uso de innovación y nuevas tecnologías en turismo

La creciente integración de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha permitido optimizar la comunicación entre prestadores de servicios turísticos y viajeros, así como mejorar la eficiencia operativa en distintos niveles del sector. Aranibar Ramos et al. (2024) destacan que esta evolución tecnológica ha impactado desde grandes empresas hasta servicios personalizados, facilitando la innovación en productos, procesos y modelos de negocio.

Soriano Torres (2023) subraya que la adopción de estas soluciones digitales transforma la gestión turística, al ofrecer información en tiempo real, optimizar recursos y facilitar la toma de decisiones basada en datos.

Por otro lado, la innovación en el turismo no se limita al uso de tecnología, sino que también implica la cocreación de experiencias entre los actores del sector y los propios turistas. Castillo-Reina y Cruz Vásquez (2022) proponen que el turismo debe entenderse como un espacio de interacción creativa, donde la innovación surge del diálogo entre expectativas, cultura y servicios.

En este contexto, la guía digital aparece como una herramienta que materializa esta interacción, pues, según Flipsnack (s.f) es un recurso en línea estructurado diseñado para

facilitar la entrega de información, mejorar el intercambio de conocimientos y optimizar la eficiencia operativa.

Asimismo, de acuerdo con el Manual para la gestión de festivales sostenibles del British Council México se destaca que las guías digitales pueden incluir módulos sobre sostenibilidad ambiental, logística, comunicación, voluntariado y operación técnica. Estas herramientas permiten a los organizadores tomar decisiones informadas, reducir el impacto ecológico del evento y fomentar una cultura de responsabilidad entre los participantes.

En conjunto, estas experiencias muestran que una guía digital bien pensada puede convertirse en el corazón que articule un festival comunitario, como el festival del Chivo Morreño, contribuyendo a que el evento se mantenga en el tiempo, facilitando la transmisión intergeneracional de saberes y prácticas, y fortaleciendo la gestión local.

Capítulo 2

2. Metodología

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en este proyecto la metodología usada fue “Design Thinking” que contiene distintas herramientas para la recolección de datos, lo cual ayudó a comprender a fondo la problemática y las necesidades insatisfechas.

Por tanto, este modelo propuesto se compuso de 5 fases importantes:

2.1 Fase 1: Empatizar

Para comprender el problema acerca de la afectación a la organización del Festival del Chivo se realizó una investigación centrada en los usuarios, correspondientes a los miembros del Comité del Festival del Chivo Morreño. Para el efecto, se recopiló una información real de los usuarios y sus necesidades por medio de las herramientas presentadas en la siguiente tabla:

Tabla 1

Marco metodológico para la Fase Empatizar

Fase	Actividades principales	Herramientas
Empatizar	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevistas semiestructuradas ● Observación participante ● Mapeo de actores 	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de entrevista ● Ficha de observación participante ● Mapa de actores ● Mapa de empatía

Nota. Detalle de las actividades principales y herramientas en la Fase Empatizar. Elaboración propia.

2.1.1 Mapa de Actores

La estructura del mapa de actores para el presente proyecto resultó con la Presidenta del Comité Turístico del Morro como eje central gracias a su liderazgo y función en la toma

de decisiones del Festival. En el siguiente nivel se encuentran los demás miembros del Comité Turístico y el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) parroquial quienes son encargados de dar soporte y ayuda en la gestión institucional.

Como actores cercanos se encuentran los representantes de la comunidad y emprendedores locales que cumplen un papel importante en la ejecución del evento. Por último, como actores externos se encuentran la academia y los asistentes del Festival del Chivo Morreño cuyo papel contribuye a la continuidad de esta actividad cultural.

2.1.2 Mapa de Empatía

El mapa de empatía consistió en una técnica centrada en el usuario y representó de manera visual la información de los actores involucrados del proyecto.

Se aplicó esta herramienta en el usuario principal: la Presidenta del Comité Turístico del Morro y a los demás miembros. Para su desarrollo se utilizó una entrevista (ver Anexo 1) de preguntas abiertas como parte de la investigación exploratoria cualitativa.

Con ello se conocieron los pasos para la planificación del festival, su forma de organizarse, sus necesidades, deseos, motivaciones y experiencias fundamentales para el entendimiento de su situación.

2.2 Fase 2: Definir

La fase Definir consistió en desglosar y sintetizar los resultados obtenidos en la fase empatizar de manera que se comprendió profundamente a los usuarios. Para desarrollar esta etapa se usaron las herramientas presentadas en la siguiente tabla:

Tabla 2

Marco metodológico para la Fase Definir

Fase	Actividades principales	Herramientas
-------------	--------------------------------	---------------------

Definir	• Análisis de datos	• Análisis de Hallazgos
	• Codificación	• Árbol de Problemas

Nota. Detalle de las actividades principales y herramientas en la Fase Definir. Elaboración propia.

2.2.1 Árbol de problemas

Para este proyecto, la herramienta se aplicó mediante la recolección de información en una videollamada por Zoom con el cliente. En dicha sesión, se determinó que el principal problema que afecta al Comité Turístico del Morro es la gestión y continuidad del Festival del Chivo Morreño.

Posteriormente, la herramienta permitió representar de manera gráfica el problema en un diagrama: el problema central se ubicó en el tronco, los efectos en las ramificaciones y las causas en las raíces (ver Anexo 6).

De esta manera, se identificaron entre las causas el cambio de autoridades y limitados mecanismos de traspaso de información entre directivas sucesivas y en los efectos están la disminución de visitas turísticas, pérdida de tradiciones culturales, debilitamiento de la identidad local, entre otros.

2.2.2 Análisis de Hallazgos

Esta herramienta permitió analizar los datos recolectados en la fase anterior por medio de distintas técnicas como entrevistas a profundidad y observación participante. Los criterios aplicados a estas técnicas fueron antecedentes, percepción general, organización, planificación interna, financiamiento, patrocinadores, difusión y participación comunitaria. Cada uno de los criterios aportó valor a la codificación de ideas para la obtención de una mejor claridad de las opiniones de los miembros del Comité Turístico del Morro.

2.3 Fase 3: Idear

La fase de ideación del proceso de diseño se centró en la generación de ideas, lo cual nos ayudó a explorar las soluciones para los usuarios. Se buscó aumentar el potencial de innovación y aprovechar los recursos tecnológicos que se encuentran disponibles en la actualidad. Para ello, las herramientas utilizadas en esta fase fueron:

Tabla 3

Marco metodológico para la Fase Idear

Fase	Actividades principales	Herramientas
Idear	<ul style="list-style-type: none"> ● Lluvia de ideas ● Sesiones de co-creación ● Generación de ideas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Moodboard ● Brainstorming

Nota. Detalle de las actividades principales y herramientas en la Fase Idear. Elaboración propia.

2.3.1 Mood board

Con la aplicación de esta herramienta se inició la etapa de diseño o ideación, en la cual se emplearon imágenes abstractas y figurativas para establecer connotaciones visuales comunes. Este proceso permitió definir la paleta de colores, los estilos gráficos y el contenido que conformaría la guía digital. De esta forma, se recopilaron diversos elementos visuales clave para el desarrollo creativo de la guía, destacando actividades, tipografías y tonalidades que representan la identidad de El Morro y su tradicional “Festival del Chivo Morreño”.

2.3.2 Brainstorming

Se aplicó como una técnica para la generación de ideas. Se generó el punto de partida de la solución, brindando mayor claridad a la investigación.

Su principal objetivo fue facilitar la exploración de diversas perspectivas, promoviendo la construcción colectiva de posibles soluciones innovadoras frente a la problemática identificada. Este proceso de ideación favoreció la identificación de alternativas más creativas y efectivas para el desarrollo del proyecto.

2.4 Fase 4: Prototipar

El objetivo de esta fase fue identificar la mejor solución posible para el problema identificado durante las tres anteriores etapas. La creación de prototipos consiste en sacar las exploraciones de la cabeza y trasladarlas al mundo físico, ya sea un objeto, una interfaz o un guión gráfico. Para lograr de manera exitosa esta fase se propusieron el uso de las siguientes herramientas:

Tabla 4

Marco metodológico para la Fase Prototipar

Fase	Actividades principales	Herramientas
Prototipar	<ul style="list-style-type: none"> • Simulación de la guía digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Genially

Nota. Detalle de las actividades principales y herramientas en la Fase Prototipar. Elaboración propia.

2.4.1 Genially

Se utilizó esta herramienta de manera interna, lo cual permitió desarrollar la guía digital, en donde se plasmaron las ideas iniciales del contenido y de la línea gráfica. A través de su entorno interactivo, fue posible visualizar y probar las distintas secciones, descripciones, imágenes y combinaciones de colores, lo que facilitó la identificación de aspectos susceptibles de mejora. Finalmente, se definió un esquema formal con una paleta cromática y un diseño representativo de El Morro y del Festival del Chivo Morreño, garantizando una guía digital clara, coherente y adaptable.

2.5 Fase 5: Testear

Luego de la realización del prototipo de la guía digital, la fase de testear nos brindó la oportunidad de perfeccionar la solución y mejorarla. Gracias a esto se definieron las secciones, colores, formatos y apartados necesarios para que el producto sea lo más adecuado para la problemática. El testeo se realizó por medio de las siguientes herramientas:

Tabla 5

Marco metodológico para la Fase Testear

Fase	Actividades principales	Herramientas
Testear	<ul style="list-style-type: none"> ● Prueba con usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Matriz Feedback ● Encuesta

Nota. Detalle de las actividades principales y herramientas en la Fase Testear. Elaboración propia.

2.5.1 Matriz Feedback

Esta herramienta fue aplicada con el cliente y los usuarios, es decir, los miembros del Comité Turístico del Morro mediante la presentación del prototipo. Lo que dió como resultado las opiniones positivas y negativas brindadas por los mismos. Gracias a esto se pudo definir qué aspectos debían ser corregidos y ayudaron al desarrollo de la guía digital.

2.5.2 Encuesta

Se realizaron encuestas a cuatro miembros del Comité Turístico del Morro y un experto en diseño gráfico, con el fin de escuchar su retroalimentación sobre la guía con base en preguntas relacionadas a la accesibilidad, utilidad, efectividad y conveniencia de la misma. Obteniendo respuestas positivas y de mucho valor para la mejora continua de la propuesta.

Capítulo 3

3. Resultados y análisis

3.1 Resultados asociados al Objetivo Específico 1

3.1.1 Entrevistas a profundidad

Para la obtención de los siguientes resultados se realizaron entrevistas a profundidad a 4 líderes de la parroquia, como la presidenta del comité turístico del Morro, la presidenta barrial de Campo Alegre, la secretaria del Comité turístico del Morro y un miembro activo de la comunidad, quienes según el Mapa de Actores son componentes clave en la organización del festival (ver Anexo 7).

Entrevista #1 Presidenta del Comité Turístico del Morro:

En lo que respecta a la presidenta, de acuerdo con lo socializado por medio de las preguntas acerca de las distintas etapas organizativas del evento (ver Anexo 2), se pueden rescatar los siguientes hallazgos:

Sección de la entrevista - Antecedentes y percepción general

- Sus principales funciones se enfocan en la organización y la logística del evento.
- Uno de los objetivos de este evento es preservar la cultura gastronómica de la zona y promover la degustación de este plato típico de la parroquia El Morro.
- Se indica que el Festival está dirigido para los turistas locales y extranjeros, sin embargo, se destaca la importancia de la propia comunidad como anfitriona.

Sección de la entrevista - Organización y planificación interna

- La organización del Festival se divide en comisiones que se socializan previo al día del evento, ya sea logística, parqueo, seguridad o arreglos, pero en general todos deben estar pendientes de algún imprevisto donde puedan asistir.

- El plan de contingencia realizado por los miembros del Comité es fundamental para conocer el orden de los emprendedores, rutas de evacuación, posición de la tarima, área de parqueo y ubicación de los baños.
- Uno de los primeros pasos para la organización del festival es organizar el presupuesto e iniciar la gestión de alquiler de carpas, mesas, sillas, la tarima y el sonido. De igual manera, es importante contactar a los grupos de baile folklórico y a la orquesta.
- Las reuniones se realizan de manera presencial, sin embargo, existe la comunicación constante vía Whatsapp.

Sección de la entrevista - Financiamiento y patrocinadores

- La búsqueda de auspiciantes y patrocinadores se realiza a aquellos que hayan apoyado previamente la organización del festival, sin embargo, existe la probabilidad de recibir una respuesta negativa por parte los mismos.
- El financiamiento proviene principalmente por parte del Municipio de Guayaquil, además los patrocinadores brindan premios y obsequios para las distintas premiaciones que ocurren dentro del festival.

Sección de la entrevista - Difusión y participación comunitaria

- Los medios principales por los cuales se realiza la difusión del festival son las redes sociales como Whatsapp, Instagram, Facebook y radios locales.
- Se realiza un boletín de prensa donde se presentan los datos más relevantes del festival.
- La participación comunitaria se basa principalmente en el interés de los locales en formar parte de los stands con emprendimientos gastronómicos además de su asistencia al festival.

Sección de la entrevista - Continuidad y traspaso

- Entre sus principales preocupaciones está la falta de continuidad del Festival por la escasez de un sistema estructurado de recopilación de datos para el desarrollo anual del mismo.

Sección de la entrevista - Cierre y reflexión final

- La entrevistada indica la importancia que el festival del Chivo Morreño representa para la comunidad del Morro y sus alrededores.
- Se expresa el positivismo acerca del éxito del festival ya que se realiza con dedicación y esfuerzo por los representantes comunitarios.

Entrevista #2 Presidenta del barrio Campo Alegre:

En la entrevista con la presidenta del barrio Campo Alegre (ver Anexo 3), ella nos relataba que se encarga de la mayor parte de la gestión para llevar a cabo el Festival del Chivo Morreño, y en conjunto con el Comité Turístico del Morro se reúnen para dar los primeros pasos de la planificación del evento.

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a cada sección de la entrevista:

Sección de la entrevista - Antecedentes y percepción general

- Se enfatizó que el festival es una oportunidad para emprendedores gastronómicos y artesanales, fortaleciendo la economía y el turismo local. Es decir que el festival funciona como un motor económico comunitario.
- En cuanto al público objetivo, el festival está dirigido para el público en general.

Sección de la entrevista - Organización y planificación interna

De esta sección se obtuvo la siguiente información:

- Se mencionó que existe una reunión previa al festival con miembros del Comité Turístico del Morro en donde se delimitan los roles que cada uno cumplirá. En estas

reuniones se hace una revisión de programas anteriores y se modifican los cronogramas.

- En este caso, la entrevistada comentó que se encargaba de la mayor parte de la organización, entre sus actividades se destaca, la contratación de la orquesta y el animador, así como de la tarima y los equipos de sonido, realización de lista de invitados especiales y de emprendedores participantes, gestionar reconocimientos para los emprendedores y enviar a la Alcaldía de Guayaquil una solicitud para que se destine un presupuesto para el festival.

Sección de la entrevista - Financiamiento y patrocinadores

- Se menciona el apoyo económico de empresas privadas y de la Alcaldía para la realización del festival, este apoyo no siempre es dinero en efectivo sino con lo que requieran como tarima o carpas.

Sección de la entrevista - Difusión y participación comunitaria

- La difusión en redes sociales es a través de Facebook, Instagram y WhatsApp según la entrevistada, además menciona que la respuesta del público es positiva ante esta promoción.
- La comunidad del Morro también se ve involucrada de manera activa en el festival, dado que la entrevistada comentó que participan asistiendo y consumiendo los productos locales.

Sección de la entrevista - Continuidad y traspaso

- No existen herramientas formales para medir el éxito del festival, la medición se basa en comentarios en redes y participación visible del público. Cabe indicar que no cuentan con documentos tales como matrices o balances para comparar de un año a otro la cantidad de asistentes, cuánta acogida han tenido y así analizar sus aciertos o mejoras.

Sección de la entrevista - Cierre y reflexión final

- La entrevistada menciona que anualmente se tratan de hacer cambios en la ubicación del comedor, ajustes en logística y mejoras en organización como parte de la mejora continua.

Entrevista #3 Miembro de la comunidad

La siguiente entrevista se realizó con el fin de conocer la apreciación de los distintos factores alrededor de la organización del festival por parte de un miembro activo de la comunidad (ver Anexo 4).

Se obtuvieron los siguientes resultados en cada una de las secciones de la entrevista:

Sección de la entrevista - Antecedentes y percepción general

- El Festival del Chivo Morreño nace como iniciativa para promover al barrio y al plato típico de la localidad.
- Con el paso de los años el festival ha ganado reconocimiento en las localidades cercanas como Tenguel, Isla Puná y Posorja.
- El público objetivo según el entrevistado son más que todos los turistas de la provincia del Guayas, que aprovechan la ocasión para probar el seco de chivo y demás platillos ofrecidos por los emprendedores.

Sección de la entrevista - Organización y planificación interna

- La participación del entrevistado es más que nada en el área deportiva del festival, sin embargo, también se encarga de distintas actividades puntuales cuando es necesario.
- Para la séptima edición del Festival del Chivo Morreño se encontraba planificada una carrera atlética, sin embargo, existió la duda si era factible realizarla.
- A pesar de que la planificación del evento surgió de manera empírica y no contienen un manual de funciones establecido, la perspectiva del entrevistado indica que la organización del barrio es la adecuada.

- Se expresa que los primeros pasos organizativos se realizan con al menos 3 meses de anticipación con pasos cómo ver los auspiciantes, estructura de los programas anteriores, buscar el apoyo municipal.

Sección de la entrevista - Financiamiento y patrocinadores

- Se menciona que gran parte del financiamiento proviene de la Municipalidad de Guayaquil.
- La Presidenta del Comité es la encargada de realizar el contacto con la orquesta, las personas que hacen las presentaciones y gestionar el contacto con la municipalidad.

Sección de la entrevista - Difusión y participación comunitaria

- Para la difusión del evento se tratan de usar todos los medios posibles, en este caso, las redes sociales tales como Facebook, páginas de Youtube y de igual manera las radios locales y de cantones cercanos como Guayaquil.
- La frecuencia de difusión del evento según el entrevistado es paulatinamente más seguida conforme se acerca la fecha del evento.
- Se considera que la acogida del evento es cada vez mayor de acuerdo a las experiencias previas de encuentros con personas de otras provincias como Ambato y otras localidades cómo Chongón, Daule y Tenguel.

Sección de la entrevista - Cierre y reflexión final

- La propuesta de mejora del entrevistado es ponerle más cariño y énfasis a cada uno de los detalles del festival, considera que el mismo ya posee suficiente reconocimiento, por ende, habría que enfocarse principalmente en realizar una buena organización.

Entrevista #4 Secretaria del Comité Turístico del Morro

La entrevistada indica durante la entrevista que lamentablemente no ha podido asistir a las últimas reuniones del Comité, por lo que no estaba al tanto de la actual organización del

festival, no obstante, la información brindada ofrece puntos relevantes y de coincidencias con los otros entrevistados (ver Anexo 5).

Los resultados obtenidos en cada sección de la entrevista se detallan a continuación:

Sección de la entrevista - Antecedentes y percepción general

- El origen del festival está fuertemente vinculado a la necesidad de reactivar la economía local, especialmente de los microemprendedores. Es visto como un mecanismo de recuperación económica comunitaria.
- Con el festival se mantienen vivas las costumbres y tradiciones de la parroquia y se disfruta de un momento de convivencia.
- Se promueve la llegada de visitantes, ya que es masivo, hay actividades para niños como las caritas pintadas y para adultos como juegos tradicionales, gastronomía, música, etc.

Sección de la entrevista - Organización y planificación interna

- Trabajan los miembros de la directiva del barrio Campo Alegre en conjunto con el Comité Turístico del Morro.
- Hay cambios recientes de directiva, poca claridad de roles y escasa comunicación interna.
- No existen documentos o guías para facilitar la continuidad de la planificación del festival.
- El escaso tiempo para planificar el festival (2 meses) limita la capacidad de identificar riesgos, asegurar financiamiento y organizar actividades con anticipación.

Sección de la entrevista - Financiamiento y patrocinadores

- El festival se financia por empresas privadas y la contribución de los emprendedores que participan, que se le cobra una pequeña cuota por el uso de carpas.

- Sugiere implementar estrategias como rifas, bingos o actividades previas para generar fondos.

Sección de la entrevista - Difusión y participación comunitaria

- La promoción del festival se realiza casi exclusivamente por WhatsApp y Facebook
- La presidenta del Comité es la encargada casi al cien por ciento de la promoción del festival.

Sección de la entrevista - Continuidad y traspaso

- Reconoce que últimamente no está teniendo buena comunicación con el Comité Turístico y desconoce su posición actual dentro del mismo. Esto revela una necesidad urgente de mecanismos de continuidad y protocolos de gestión.
- Medición del éxito dependiendo de la acogida del público y la venta de productos.
- Se busca realizar algo “novedoso” año a año, por ejemplo, el concurso de chivas, el corral de chivos que se realizó este año en el festival, en donde también hubo una experiencia educativa, ya que se daba una explicación sobre la crianza del ganado caprino.

Sección de la entrevista - Cierre y reflexión final

- A pesar de los problemas organizativos, la entrevistada destaca la perseverancia, la unión del barrio y el compromiso de la nueva presidenta barrial.
- Se menciona que anteriormente se realizaban reuniones con el Comité Turístico cada 15 días y eso ayudaba mucho al grupo a aportar nuevas ideas.
- El festival impulsa la economía local y el emprendimiento.
- El festival tiene potencial turístico y capacidad de atraer visitantes externos.
- Falta una guía estructurada; la continuidad depende de la memoria organizativa (no hay manuales ni guías).

- El festival es vulnerable porque depende de un único financiador principal (La Alcaldía).
- La difusión es comunitaria y efectiva, pero no profesionalizada.
- La participación comunitaria es esencial.
- El festival carece de indicadores para una gestión eficiente y sostenida.
- Hay búsqueda de mejoras continuas, pero sin estructura

A continuación, se presenta de manera gráfica las palabras claves de la información brindada por los entrevistados.

Figura 1

Nube de palabras obtenidas de las entrevistas a profundidad



Nota. Elaboración propia.

El Festival del Chivo Morreño se sostiene principalmente por la comunidad de la parroquia, representa un evento clave para su economía y para el desarrollo del turismo local. No obstante, aunque carece de herramientas formales de gestión, existe potencial de crecimiento, también enfrenta desafíos estructurales en planificación, financiamiento y

transmisión de información. En consecuencia, es evidente que requiere profesionalizar su gestión sin perder su esencia comunitaria.

3.1.2 Observación Participante

Figura 2

Grupo de danza folklórica



Nota. Elaboración propia

En cuanto a la información recolectada in situ el día del Festival (22 de noviembre del 2025) por medio de la observación participante, se pudo evidenciar gran asistencia de personas de distintas localidades. Así mismo, la oferta gastronómica fue variada lo que contribuye al disfrute de los asistentes, entre las opciones estaban el seco de chivo, caldo de salchicha, empanadas de pollo, salchipapa, bollo, entre otros. Entre los stands existían emprendimientos de bisutería, bebidas, snacks, postres y demás.

Por otro lado, un punto favorable fue la presencia de medios digitales para el reporte del festival tales como Radio costa y Posorja en positivo, lo que contribuye a mayor

reconocimiento del evento en futuras ediciones. Se pudo evidenciar una satisfacción por parte del asistente, ya que el ambiente del festival era alegre y las personas se encontraban disfrutando del mismo.

En cuanto a las novedades que se presentaron, la presidenta del Comité turístico del Morro indicó que se tuvo que cambiar la ubicación de la tarima al no ser esta tan grande como se había planificado. Además, se debió ocupar una de las carpas (destinada a cubrir los stands de los emprendedores) para cubrir la tarima, debido a la presencia de una lluvia ligera que podría haber afectado el estado de los equipos de sonido.

Por otra parte, como puntos adicionales se puede mencionar la presencia de agentes de control de la Alcaldía de Guayaquil durante el festival, así como de una ambulancia en los exteriores del lugar. Además, el desarrollo del programa se dió de la manera que se tenía planificada sin mayor ajuste, lo cual indica que la planificación fue la adecuada.

3.2 Resultados asociados al Objetivo Específico 2

El segundo objetivo específico indica el desarrollo y estructura del contenido de la guía que permita que el usuario encuentre toda la información necesaria para la planificación y organización del Festival del Chivo Morreño. Para cumplir con el objetivo se aplicaron herramientas como lluvia de ideas y moodboard para establecer el modelo ideal de la guía digital.

3.2.1 Generación de ideas

Este proceso ayudó de manera fundamental al proyecto de investigación, ya que una vez recolectada la información se pudo detectar las principales necesidades y falencias del sistema actual de organización del Festival del Chivo Morreño.

En el proceso de lluvias de ideas surgieron componentes importantes que deben ser añadidos a la guía digital en cada una de las fases correspondientes al evento, ya sea el antes, durante o después, tales como:

- Objetivo general del Festival del Chivo Morreño.
- Roles de cada uno de los integrantes del Comité Turístico del Morro.
- Listado de emprendimientos participantes.
- Calendario para publicaciones en redes sociales.
- Criterios para seleccionar proveedor y patrocinador.
- Agregar la historia del Festival del Chivo.
- Protocolos de organización.
- Cronograma de actividades y reuniones.
- Plantilla de designación de encargados.
- Formato itinerario.
- Registro de aprendizajes y observaciones de cada edición.
- Organigrama editable.
- Matriz presupuesto.
- Formato de los oficios para solicitudes.
- Contactos de los proveedores previos.

Estas ideas junto con el moodboard permitieron desarrollar una representación visual y de contenido de la guía digital, lo que conlleva a agregar en el prototipo todos los elementos necesarios para representar la identidad del Morro.

3.2.2 Prototipado

Para la fase de prototipado se tomó toda la información recolectada de las fases previas de la metodología Design Thinking, ya que una vez se conocen de manera profunda las necesidades del Comité Turístico del Morro se logra ejecutar de manera gráfica la guía digital.

La herramienta seleccionada fue Genially que gracias a su interfaz interactiva permitió materializar las propuestas abstractas en un modelo visual y ordenado plasmando en 3 fases:

antes, durante y después. Cada una de estas fases contienen el paso a paso de la realización del festival y qué elementos son los necesarios a evaluar para el éxito del mismo.

Mediante este entorno digital se pudo representar la identidad de la parroquia el Morro a través de sus colores representativos, sus valores y el objetivo de preservar el patrimonio gastronómico. Cabe mencionar que para la realización del diseño gráfico de esta guía se hizo uso de la inteligencia artificial, la cual nos facilitó la creación de la portada y los fondos de la guía.

De este modo, la fase de prototipado culmina con el desarrollo de la guía digital con un diseño coherente que cumple con los requerimientos de información organizacional para la gestión del festival, asegurando que la herramienta sea clara e intuitiva.

3.3 Resultados asociados al Objetivo Específico 3

3.3.1 Validación

Para cumplir con el objetivo específico de validar el prototipo, se utilizó la herramienta matriz feedback, además de reuniones virtuales y encuestas con cuatro miembros del Comité Turístico del Morro y un experto en diseño gráfico, con lo cual se pudo conocer las opiniones y pensamientos de los usuarios.

Entre los comentarios brindados se menciona que la guía digital resulta muy práctica, así como intuitiva, es decir, que es fácil de comprender y usar. De la misma forma, expresaron que les parecían interesantes las ventanas desplegadas y la dinámica del contenido, además de toda la información que se presenta en la guía digital, como la base de contactos de proveedores y plantillas descargables.

De manera general, los resultados de la encuesta (ver Anexo 13) muestran que los usuarios consideran que la guía les permitiría identificar con claridad por dónde comenzar la organización del festival, otorgando a esta pregunta una puntuación de 5 sobre 5. Además,

valoran positivamente los documentos descargables, como matrices y plantillas, por su utilidad práctica. En cuanto al diseño, expresaron estar de acuerdo en los colores utilizados, teniendo esta pregunta una puntuación de 4.80 sobre 5. Y por último, los encuestados consideran que esta herramienta les ayudaría no solo a que el festival no desaparezca sino a que siga mejorando año tras año.

Figura 3

Reunión de validación con el Comité Turístico del Morro



Nota. Elaboración propia

3.4 Presentación del prototipo final y Propuesta de valor

El siguiente apartado tiene como finalidad detallar el prototipo final para asegurar la gestión del Festival del Chivo Morreño, así como su propuesta de valor asociada. Se detallan las principales funciones y características, así como sus criterios de evaluación para garantizar su efectividad y que cubre las necesidades identificadas.

3.4.1 Prototipo final

El prototipo final es la guía digital en la herramienta Genially cuyo objetivo es brindarles al Comité Turístico del Morro un espacio interactivo, fácil y dinámico para la gestión del Festival del chivo morreño. La guía consta de un apartado contextual brindando la

historia, quienes organizan y el objetivo del festival, además se presentan las 3 fases claves del evento: antes, durante y después. En cada fase se presenta lo siguiente:

Figura 4

Portada de la guía digital



Nota. Elaboración propia

Antes:

- Cronograma de 12 semanas antes de la fecha prevista del festival.
- En cada semana se desglosa el paso a paso empezando con la reunión inicial en la semana 12.
- Documento con la definición de los roles y responsabilidades a cumplir cada comisión tales como: coordinación general, finanzas, logística y difusión.
- Programa de la 6ta edición del festival para que sea tomado como referencia para la elaboración de uno nuevo.
- Herramienta ficha de locación con su explicación respectiva punto por punto.
- Formato para la elaboración del plan de contingencia.
- Matriz presupuesto para registro de ingresos y salidas de dinero.
- Criterios de selección de patrocinadores.

- Calendario de publicaciones para difusión en redes sociales, medios locales y radio.
- Criterios de selección de proveedores logísticos y de entretenimiento.
- Contactos de proveedores de la séptima edición del festival.
- Matriz para gestión de los proveedores.
- Recordatorios de envío de plan de contingencia, formato de oficio para solicitar seguridad y cartas de invitados especiales.
- Adjunto de sugerencias de reconocimientos para emprendedores participantes y premios.
- Ajustes y cambios finales al cronograma inicial.

Figura 5

Guía digital: Antes del evento



Nota. Elaboración propia

Durante:

- Montaje de tarima y carpas un día antes del festival.
- Instalación de equipos y pruebas de sonido.
- Ubicación y limpieza de baños portátiles.
- Señalización, rutas de evacuación y ubicación de extintores.
- Identificación de stands con su respectivo número.

- Agrupar certificados de participación a los emprendedores.
- Verificar la correcta ubicación de los stands, baños, arcos y carretillas.
- Corroborar el cumplimiento del cronograma.
- Supervisión constante para evitar incidentes.

Figura 6

Guía digital: Durante el evento



Nota. Elaboración propia

Después:

- Limpieza del lugar y devolución de equipos alquilados
- Realización del balance final de ganancias y gastos.
- Formato Matriz Feedback.
- Formato Informe Final de la séptima edición del festival.
- Resultados brindados por los estudiantes de la ESPOL sobre atención al cliente.

Figura 7

Guía digital: Después del evento



Nota. Elaboración propia

3.4.2 Propuesta de valor

La propuesta ataca a uno de los dolores principales del cliente como la necesidad de un sistema de traspaso de información entre directivas sucesivas para que la misma no se pierda año tras año. Así mismo, se profesionaliza y se asegura el legado cultural del Morro, transformando una gestión empírica en un proceso sistematizado.

Además, al hacer uso de esta herramienta se abre paso a la democratización del conocimiento organizativo que suele perderse en cada cambio de directiva garantizando así la continuidad de la celebración de la identidad cultural de la localidad. De esta manera, se asegura la modernización de gestión mediante el uso de las tecnologías de la información empoderando a los usuarios a usar herramientas nuevas.

3.4.3 Criterios de evaluación de la propuesta de valor

Para dimensionar el impacto real de esta solución, la propuesta se evalúa bajo los siguientes parámetros:

Efectividad

La guía cumple su misión principal: rompe el ciclo de la pérdida de memoria institucional, esta garantiza la continuidad operativa y no sólo almacena datos. Al transformar

procesos que antes dependían de la improvisación en flujos de trabajo estructurados (planificación de 12 semanas y roles definidos), se asegura que el festival se ejecute con estándares de calidad consistentes, independientemente de la experiencia previa de los nuevos líderes barriales.

Accesibilidad

Teniendo en cuenta la realidad tecnológica de la zona rural, la guía ha sido diseñada para ser inclusiva y democrática. Es una herramienta digital que funciona en línea, por su interfaz interactiva, como fuera de línea, por los formatos descargables en Word y Excel. De esta manera, se eliminan las barreras técnicas, permitiendo que cualquier miembro de la comunidad, sin importar su nivel de alfabetización digital, pueda acceder al conocimiento, comprenderlo y aplicarlo en la gestión del festival.

Atractividad y conveniencia

Por último, la propuesta integra atractividad y conveniencia al transformar la gestión administrativa en una experiencia fluida y visualmente atractiva. A través de una interfaz amigable que respeta la identidad gráfica del chivo morreño, la herramienta no sólo motiva el uso por parte de los organizadores, sino que permite la estandarización de procesos, al proveer de recursos como plantillas, reduce la incertidumbre operativa y permite lograr el objetivo, la continuidad y sostenibilidad en el tiempo del festival preservando así su esencia cultural.

3.5 Presupuesto

El presupuesto estimado para el desarrollo de esta propuesta se constituye de diferentes valores detallados a continuación:

- **Gastos de personal:** Este rubro considera los honorarios de los consultores, estableciendo un pago mensual de \$750 USD. Para los tres meses de duración de la consultoría el valor total asciende a \$2.250 USD.
- **Movilidad y viáticos:** Se considera un valor para cubrir el transporte de ida y vuelta a la parroquia para las dos consultoras, estimado en \$20,20 USD por visita (\$10,10 x 2 personas). Considerando tres visitas programadas, el total de este rubro es de \$60,60 USD. Adicionalmente, se incluye el valor de la comida para las dos consultoras en las tres visitas, dando un total de \$33,33 USD.
- **Diseño de la guía:** Para este rubro se cotizó el valor por contratar a un diseñador gráfico para el desarrollo de la guía, cuyo costo asciende a \$750 USD.
- **Otros gastos:** Este rubro agrupa valores asociados a la impresión de material y la compra de material de bazar o papelería necesarios para la realización de talleres u observación participante.

Como se observa en la Tabla 6, se contempla un 10% del total como valor de contingencia, resultando en un presupuesto total de \$5.899,96 dólares americanos.

Tabla 6

Presupuesto proyecto integrador

GASTOS	\$/mes	Meses	Total
Personal			
Consultor 1	\$750,00	3	\$2.250,00
Consultor 2	\$750,00	3	\$2.250,00
Subtotal			\$4.500,00
Movilidad y viáticos			
Transportación	\$20,20	3	\$60,60
Alimentación	\$11,00	3	\$33,00
Subtotal			\$93,60
Diseño de la guía			

Diseñador			\$750,00
Subtotal			\$750,00
Otros gastos			\$20,00
Total			\$5.363,60
Reserva de contingencia 10%			\$536,36
Total del proyecto			\$5.899,96

Nota. Elaboración propia

Capítulo 4

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

A lo largo del proceso de esta investigación y gracias a la metodología Design Thinking se pudieron recolectar datos e información fundamental para el desarrollo de una guía digital que contenga la información logística necesaria para la organización del Festival del Chivo Morreño. Así mismo, resultó prioridad que esta información sea accesible y fácil de entender para el Comité Turístico del Morro y la directiva del Barrio Campo Alegre y de esta manera responda a sus necesidades y expectativas.

Para las 2 primeras fases, empatizar y definir, se identificaron puntos débiles dentro de la organización del festival tales como la ausencia de un sistema de traspaso de información entre directivas, falta de claridad en los roles a desempeñar cada miembro y carencia de herramientas de gestión y planificación. De manera positiva, los hallazgos son la gran acogida que tiene el evento tanto por la comunidad del Morro como de otras localidades, además de existir gran potencial de crecimiento en asistentes.

En cuanto a las fases 3 y 4, idear y prototipar, gracias al uso de herramientas como lluvia de ideas y moodboard se estableció el contenido de la guía así como la paleta de colores acorde a la parroquia El Morro. Con ello, se realizó el prototipado de la guía digital a través de la plataforma Genially representando de manera gráfica y visual un paso a paso dividido en las 3 fases del evento: antes, durante y después. La herramienta además contiene documentos descargables tales como: matriz de presupuesto, definición de roles en comisiones, plan de contingencia, criterios de selección de patrocinadores y proveedores, calendario de difusión y promoción, cronograma de actividades, matriz feedback y el informe final.

La fase 5 constituyó la validación por parte del cliente y los usuarios reales del proyecto, se realizaron sesiones virtuales de retroalimentación por medio de las cuales se

establecieron correcciones y opiniones para la mejora del prototipo. Una vez realizado los ajustes, los usuarios confirmaron la utilidad y facilidad de uso de la guía digital para la gestión del Festival del Chivo Morreño.

La herramienta permite profesionalizar la gestión del evento sin perder la esencia del mismo. Además, democratiza el conocimiento trasladando todos los datos logísticos a un solo lugar que sea accesible para cada uno de los miembros del comité. Con ello, se garantiza la adecuada planificación y ejecución del festival.

4.2 Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos en este proyecto, se consideran pertinentes las siguientes recomendaciones:

- Valorar la contratación de un coordinador de eventos profesional que brinde soporte técnico especializado al Comité Turístico del Morro.
- Formalizar la difusión de herramientas de gestión, sustituyendo el uso exclusivo de WhatsApp por canales más institucionales (como correos corporativos o carpetas compartidas en la nube) que aseguren la integridad y el traspaso eficiente de la información entre directivas.
- Establecer un protocolo de reuniones periódicas con actas de compromiso para optimizar la comunicación interna entre distintas comisiones de trabajo y así evitar vacíos operativos durante la planificación.
- Realizar actividades de autogestión (rifas, bingos) para reducir la dependencia a la Alcaldía de Guayaquil, así como buscar patrocinadores privados.
- Expandir la estrategia de comunicación digital a otras redes sociales como TikTok o YouTube para diversificar el público y potenciar el reconocimiento del evento más allá de las plataformas tradicionales.

- Implementar un sistema que permita medir la cantidad de visitantes que tiene el festival, esto puede ser mediante conteos en puntos de acceso, registros de consumo o encuestas de perfilamiento, con el objetivo de evaluar el éxito del evento y atraer a futuros patrocinadores.

Glosario

Festival. Es un evento o celebración que reúne a personas en torno a un tema en específico, ya sea artístico, cultural o recreativo, incluyendo una variedad de manifestaciones artísticas como música, cine, teatro, danza e incluso deportes (Nueva Escuela Mexicana, 2025)

ANEXOS

Anexo 1

Entrevista a profundidad como parte de la Investigación Exploratoria Cualitativa

Estudiantes: Ketty Lozano, Melania Contreras

E-mail: kllozano@espol.edu.ec; mpcontre@espol.edu.ec

Tema de proyecto: Diseño de una guía digital innovadora para la gestión del Festival del Chivo Morreño

Preámbulo (1 minuto máximo):

¡Saludos! Mi nombre es Melania Contreras/Ketty Lozano somos estudiantes de la carrera de turismo en Espol y estamos analizando toda la gestión organizativa del festival de chivo morreño para nuestro proyecto integrador, con el propósito de diseñar una guía digital que contribuya a su gestión y sostenibilidad en el tiempo.

Esta entrevista tiene una duración aproximada de 30 minutos. Con su autorización, la conversación será grabada únicamente para fines académicos y de análisis, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

Confidencialidad:

Toda la información proporcionada será tratada de manera confidencial. Los datos personales no serán divulgados ni utilizados fuera del contexto de esta investigación. El participante podrá solicitar el anonimato en la publicación de resultados.

Voluntariedad:

La participación es completamente voluntaria. El participante puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique ningún tipo de consecuencia.

Consentimiento:

Al responder afirmativamente a la siguiente pregunta, usted acepta participar voluntariamente en esta entrevista virtual:

¿Está de acuerdo en participar en esta entrevista y autoriza el uso de sus respuestas para fines académicos, respetando su confidencialidad?

Respuesta esperada: Sí / No

¡Gracias por su valiosa colaboración!

Antecedentes y percepción general

- ¿Qué se busca alcanzar con el festival? ¿Cuál es el objetivo? ¿por qué lo hacen?
- ¿Para quién está dirigido el festival?

Organización y planificación interna

- ¿Cómo se estructura actualmente el comité organizador del festival? ¿Están divididos en comisiones?

Si la respuesta es Sí, ¿qué comisiones hay? (por ejemplo: logística, financiero, marketing) ¿quiénes están a cargo? (nombre y apellido) y ¿de qué se encargan específicamente? ¿Existe un manual de funciones para su cargo?

- ¿Cómo se organizan para planificar el festival (cronogramas, reuniones, whatsapp)?
- ¿Cuáles son los primeros pasos que dan para organizar el festival? (Detalle paso a paso)
- ¿Existen documentos o guías que faciliten la continuidad de la planificación de un año a otro? ¿En qué se basan estos documentos?
- ¿Cómo almacenan la información de su gestión? (Ejemplo: matrices en excel, etc)

Financiamiento y patrocinadores

- ¿De qué manera se financia actualmente el Festival del Chivo Morreño?
- ¿Cómo contactan a los patrocinadores? ¿Quiénes son sus patrocinadores? ¿son fijos? ¿Quién hace la gestión?
- ¿De qué manera les ayudan sus patrocinadores? ¿les dan dinero?
- ¿Qué mecanismos cree que podrían implementarse para fortalecer el financiamiento y la sostenibilidad económica del evento?

Difusión y participación comunitaria

- ¿Qué medios o estrategias utilizan para difundir las actividades del festival (redes sociales, medios locales, etc.)?
Si usan redes sociales, ¿qué red social, quién postea y cada cuánto?

- ¿Cómo ha sido la respuesta del público y la comunidad local ante estas estrategias de difusión?
- ¿De qué manera participa la comunidad de El Morro en la organización o desarrollo del festival?

Continuidad y traspaso

- ¿Se realiza algún proceso formal de entrega de información, materiales o experiencias a la nueva directiva?
- ¿Qué propuestas sugeriría para mejorar la transmisión de información entre directivas sucesivas?
- ¿Cómo miden el éxito del festival?
- ¿Qué hacen para mejorar año a año?
- ¿Qué aspectos considera prioritarios para fortalecer la gestión y sostenibilidad del Festival del Chivo Morreño en los próximos años?

Cierre y reflexión final

- ¿Hay alguna experiencia, recomendación o lección aprendida que desee compartir para mejorar la organización del evento?

Agradecimiento.

Gracias por su tiempo, ha sido de mucha ayuda sus comentarios.

Anexo 2

Entrevista #1 Presidenta del Comité Turístico del Morro.

Entrevistador 1: Melania Contreras

Entrevistador 2: Ketty Lozano

Entrevistado: Presidenta del Comité Turístico del Morro (Lorgia Vega)

Entrevistador 1:

y utilizados fuera del contexto de la investigación. El participante podrá solicitar el anonimato de la publicación de resultados. La participación es completamente voluntaria, el participante puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique ningún tipo de consecuencia y al responder afirmativamente a la siguiente pregunta, usted acepta participar voluntariamente en esta entrevista virtual.

Entrevistador 1:

Entonces, ¿está de acuerdo en participar en esta entrevista y autoriza el uso de sus respuestas para fines académicos respetando su confidencialidad?

Entrevistado:

Sí, estoy de acuerdo.

Entrevistador 1:

Listo, muchas gracias por su colaboración. Para iniciar en la primera sección de la entrevista, es acerca un poco de los antecedentes del festival y sobre la percepción general.

Quisiera preguntarle qué es lo que se busca alcanzar con el festival, o sea, cuál es el objetivo del festival, por qué lo hace.

Entrevistado:

Bueno, instaurar un nuevo festival no es algo muy sencillo y en el caso del Chivo Morreño, yo considero que la primera intención fue el rescate de este plato tradicional, porque nunca antes había existido un festival así. Teníamos festivales gastronómicos, existían ya desde mucho tiempo las festividades patronales en donde alrededor de 20, 15 comedores todos ofrecen seco de chivo, pero no es como propiamente un evento gastronómico.

Entonces, la idea yo creo que al inicio, cuando la mentalizadora del proyecto, que fue Caida, ya hace siete, ocho años realmente, porque un año no se realizó consecutivamente, fue precisamente dar un realce, tener una ocasión especial en la que el plato estrella, que es el seco de chivo, sea considerado objeto de un festival, sea considerado objeto de un concurso para saber cuál es la mejor sazón en preparar este plato. Y junto con lo de la mejor sazón pues va acompañado el hecho de que se prepare de manera tradicional, o que alguien implemente una receta, entonces ahí cuando los jueces van a deliberar tienen un poco la tarea de escoger y saber cuál es la mejor sazón.

Entrevistador 1:

Ok, y ese sigue siendo aún el objetivo.

Entrevistado:

Por supuesto, ese sigue siendo uno de los motivos, otro es que a través de esa actividad del festival se motive la participación de los emprendedores locales, también el hecho de que como es un programa de convivencia comunitaria, se presenten los grupos folclóricos, los artistas locales y también los invitados. Adicionalmente, con los años, yo les comentaba algo, que se fueron incorporando otras actividades como la carrera del Chivo Cross, que es una competencia particular, es una competencia de resistencia, porque se hace en el cerro y como ustedes saben pues ahí no es que es el terreno que se corre en 100 metros planos, no, se corre en 5K, 3K, pero es un recorrido que tiene justamente todos estos lugares donde hay que ascender, donde hay que bajar, subir, pasar por algún sitio extremo, pero la carrera no ha ido tan paralelo al festival, porque ya el festival en este año, séptima edición y la carrera creo que quedó por ahí, por la tercera edición.

Entrevistador 1:

Y disculpe, tal vez existe alguna, como tal, el objetivo escrito, tal vez antes de iniciar con la organización o durante la planificación del evento, se reúnen y tal vez dicen bueno, ese es nuestro objetivo este año, ¿lo tienen por escrito tal vez?

Entrevistado:

Bueno, justamente hoy día me escribí con la presidenta de Campo Alegre, que es quien lleva ante el municipio, digamos, la organización, ¿no? ¿Por qué? Porque en el caso de Kaida, que era la presidenta del barrio Campo Alegre, ella se registró como proveedora para el evento, entonces como ya ella no está, se registraba ahora Grace Alaba Chalén, que es la actual presidenta, ¿no? Yo les expliqué un poco eso la vez pasada, ¿no? Que Caida en realidad era, pues, presidenta tanto en el comité de turismo y en el barrio Campo Alegre.

Y hoy casualmente nos escribimos y estábamos viendo que ella necesitaba un boletín de prensa, entonces yo le digo, bueno, pero eso iría en base al programa, porque la verdad sólo hemos tenido una reunión, y de ahí vino lo del feriado y todo, no hemos tenido oportunidad. Pero bueno, en esta reunión lo que se trató fue que ya se iba a hacer un cobro, como una inscripción a los emprendedores, por un valor de 20 dólares, y que estaba confirmado el Festival Folclórico Internacional. Que al término quería, bueno, sí, ella ya prácticamente confirmaba el término, va a haber como una presentación de una orquesta, y que con esto, pues, este año desistíamos de hacer las carreras, porque ya quedaba muy cortito el tiempo, y había que movilizarse o coordinar muchas cosas con respecto al tema de las carreras.

Entonces, eso. ¿Qué más? Ah, ya, cuando se habló del tema concurso, pues, se propuso que sea este año entre las parroquias. La representante de Progreso ya está confirmada, la representante de Posorja de igual manera.

Teníamos pendiente de ver la representante de PUNA y la de aquí, el Morro, que bueno, también ya estaría confirmada. Entonces, el concurso de este año sería entre las parroquias rurales.

Entrevistador 1:

Ok, listo.

¿Para quién está dirigido el festival?

Entrevistado:

Para los turistas, turistas locales, turistas de afuera que nos visiten, ellos son los principales destinatarios, ¿no? Pero el festival tiene, como decíamos, varios componentes, entre los cuales, pues, yo destacaría que también es importante la propia comunidad. La propia comunidad como anfitriona, como organizadora, como participante en los emprendimientos, que busca tener un año más este festival para que ya, al futuro, pues, sea considerado otro atractivo dentro de la parroquia. Listo.

Entrevistador 1:

¿Cómo se encuentra actualmente estructurado el comité organizador del festival? ¿Tal vez están divididos en comisiones? ¿Cada uno sabe cómo, qué va a ser dentro de la organización para la planificación del festival?

Entrevistado:

Todavía no. Así lo hicimos cuando fue, por ejemplo, el Festival de Cometa. Ahí sí hicimos la distribución.

Yo pienso que en esta semana recién, cuando ya ya te han confirmado, Grace, porque estaba en eso del permiso de... que tiene que sacar el permiso de intendencia, ya hizo el... ya le ayudé con el plan de contingencia. Bueno, ahí justamente, en el plan de contingencia, están divididas parte de las comisiones, ¿no? Quienes tienen que estar pendientes de que si se presenta alguna novedad, cómo se va a responder, quienes tienen que dar a conocer las rutas alternativas de evacuación, etcétera.

Mientras fue el Festival de Cometa, pues teníamos una comisión similar, pero teníamos ahí el apoyo de Fundación Yerba Buena, que era quien tenía un pequeño puesto de auxilio inmediato.

Otras dos integrantes estaban encargadas de la logística en cuanto al arreglo. Ellas se encargaron de coordinar, de colocar las mesas, poner los premios que ya están etiquetados, colocar la guirnalda, verificar que los espacios asignados estén cubiertos por los respectivos emprendimientos, etcétera. Por otro lado estaba yo con la parte de las anfitriones turísticas de turismo comunitario.

Me tocaba a mí hacer la recepción y luego pasaban a los dos jóvenes que hacían el recorrido. Entonces más o menos así nos organizamos. Ahora en el Festival, pues me imagino que va a haber algo similar con el tema de la seguridad y luego con el tema logístico también, porque sí se necesita el apoyo para, como digo, que estén organizadas de acuerdo al pequeño croquis.

Después se levanta un pequeño croquis donde ya sabemos la ubicación de cada emprendimiento.

Tratamos de que estén organizados estos, ¿no? A un lado todo lo que era comida, a otro lado todo lo que era tejidos, ropa, bisutería, o sea, lo que no era alimento. Entonces más o menos así.

En el caso del Festival del Chivo, pues hay un espacio destinado a lo que es comedores. También la logística implica que todo el tiempo esté limpio ese espacio que es como el patio de comidas, que este año se va a cambiar de lugar, porque antes estaba en una pequeña área, pero es entierro. Entonces eso vimos como una falencia la vez pasada de que resultaba bastante incómodo para las personas que estaban ahí.

Estaban sirviendo, la gente caminaba, levantaba polvo, entonces ya vimos que mejor lo vamos a cambiar hacia otro sector. Cosas así, entonces yo considero que sí, esta semana a dios mediante ya tendríamos que conformar las comisiones o por lo menos saber quiénes se encargarían. Del lado de Campo Alegre, de parte de Campo Alegre, por ejemplo, también hay una pequeña comisión que se encarga del resguardo de los vehículos.

Ellos organizan el parqueo y tienen ahí a dos chicos o tres personas que se encargan de vigilar y cuidar los carros mientras están estacionados. Más o menos así son las comisiones que se organizan.

Entrevistador 1:

Y esa información tal vez que usted esperaría tenerla, o el plan de contingencia, por ejemplo, que usted le envió a la señora presidenta del barrio, ¿Nos lo puede hacer llegar? O sea, para obtener específicamente el formato.

Y después tal vez...

Entrevistado:

Sí, no hay problema.

Entrevistador 1:

Ya, muchísimas gracias. Y también, por ejemplo, estos cargos, o sea, lo que cada persona hace y de qué se encarga cada persona, ¿También nos lo puede hacer llegar? O sea, no sé si están dentro del plan de contingencia como tal o ya después van a...

Entrevistado:

A ver, en el plan de contingencia sí hay quienes se encargan del tema de seguridad.

De hecho, firmo yo como responsable del que elaboró el plan, y Grace como responsable de la organización del evento. Las comisiones que yo mencionaba, o sea, de logística y de esto todavía no las hemos designado, ¿No? Porque de hecho, pues una de las miembros del comité de LICET, que es la secretaria, ella participa en un comedor, entonces ella queda por fuera de las comisiones. Y la otra compañera también tiene un pequeño emprendimiento de sangría.

Entonces, no sé si ella también vaya a estar en su emprendimiento dedicada a eso y no nos pueda apoyar. Por eso le digo yo, de pronto esta semana, claro, en dos días más, tres días que nos reunimos o nos mensajemos, ya podríamos saber concretamente quién se va a hacer cargo de cada cosa.

Entrevistador 1:

Ya, muchas gracias.

Ahora, en cuanto... Ah ya, sí, justamente hablando un poco de esto, de que ustedes se reúnen tal vez para organizar este festival. O sea, ¿Cuál ha sido su manera de organizarse? Tal vez llevan cronogramas, hacen reuniones presenciales, hacen reuniones virtuales, mensajes por WhatsApp. ¿Cómo lo manejan? Tenemos un chat del Comité de Turismo y Grace tiene también un chat de Barrio Campo Alegre.

Entonces, uno de los medios donde más nos comunicamos es a través del chat, para comunicar cómo vamos con los avances, qué es lo que se va a hacer, qué es lo que no se va a hacer, y ahí. La reunión presencial, como les decía, se dio una sola vez, hace dos semanas creo que. Cuando estábamos recién, se habló de la carrera, que estuvo Henry, que también es el encargado de la coordinación de las carreras.

Esa ha sido la única reunión presencial. De ahí todo ha sido contacto vía WhatsApp.

Entrevistador 1:

¿Cuáles han sido estos primeros pasos? ¿Cuáles son los primeros pasos que dan para organizar el festival? ¿Nos puede detallar paso a paso, por favor?

Entrevistado:

A ver, sería como, en primer lugar, partir de un presupuesto.

El presupuesto base que se tiene, ese valor nos informaba justamente Grace, que el municipio aportaría, como con 4.500 dólares. De los cuales empezamos a hacer un presupuesto de cuánto se va en el alquiler de las carpas, mesas, sillas. La tarima, el sonido, que es la principal parte de la logística en el evento.

Y posterior a ese, con el tema de las presentaciones. Porque en el caso de los grupos folclóricos internacionales, sí se da una contribución para su presentación. Y en el caso de la orquesta también hay un pago.

Luego en el presupuesto también se anotó los premios en efectivo que tiene el festival. Todo a partir de un presupuesto general. Luego de eso, conversamos un poco para saber si había la posibilidad de sumar algunos auspiciantes.

Entonces ahí se anotaron varias posibilidades, pero yo creo que hasta ahora no. Porque era un auspiciante, incluyendo el tema de la carrera. Había un auspiciante que ya había patrocinado otras actividades deportivas.

Y se tenía la esperanza de que ellos digan que sí, pero finalmente dijeron que no porque ya estábamos en noviembre. Y que ellos tenían un presupuesto anual y que ya la actividad estaba por fuera de lo que ellos habían considerado para este año 2026. Después del presupuesto, conversamos un poco, como fue la reunión ahí en Campo Alegre, estuvimos viendo el tema de los espacios.

Cómo distribuir este año dónde iba a ir la tarima, dónde iban a estar ubicados los comedores, dónde iban a estar ubicados los emprendimientos. Y enlistamos también cuántos emprendimientos serían

factibles, para que no se vea muy amontonado, muy disperso. Porque ustedes conocen el espacio, no es muy grande.

Entonces queríamos hacer, como decía, este rediseño de cómo ubicar las carpas y cómo ubicar la tarima. Así que hicimos ahí un borrador, dando sugerencias, dónde podía quedar ahora el comedor, dónde podían quedar los emprendimientos. Y que se permita el flujo desde la entrada a la salida y a lo que teníamos como rutas de acceso, rutas de evacuación 1 y 2, en caso de cualquier emergencia. Entonces sería como eso. Fue el presupuesto, fue el tema del diseño del espacio, los posibles oficios. Sí, eso sería básicamente.

Entrevistador 1:

Y esto tal vez está de alguna manera en algún documento o alguna guía que permita como esta planificación durante año a año. O sea, que ustedes puedan ver como un documento que ya, o esto lo hicimos el año pasado, lo tenemos guardado en algún lado tal vez.

Entrevistado:

No, yo lo que tenía guardado el año pasado era el programa, que de hecho sí se lo compartí a Grace. Y eso le sirvió para presentar su propuesta al municipio. Por eso, en base a eso, ella no podía como que saltarse y decir, este año yo aumentó las carreras y aumento no sé qué y aumento muchas cosas. No, porque ella había presentado el programa, mejor dicho, el mismo programa que se hizo el año anterior.

Eso es lo que yo tenía, el programa. La presentación, el orden de las presentaciones, por hora, cuánto iba a durar cada intervención, cada presentación, etc. Y como el año pasado organizó KAIDA, pues no, realmente una guía o un documento así, no, no lo teníamos.

Entrevistador 1:

Ok, usted menciona que este también, digamos, dentro de los pasos está presentar este programa al municipio, ¿verdad? Sí. Ese sería uno de los pasos principales, que es como un permiso, ¿verdad? Entiendo que es como un permiso. Claro, al ser un municipio el principal patrocinador, ellos necesitan saber qué es lo que se va a hacer, en qué se va a utilizar el presupuesto.

Y, por ejemplo, en el caso del festival, particularmente, ¿a qué va a ir destinado? Ya se sabe, lógicamente, que es parte de la premiación, se sabe que es parte del alquiler de todas las cosas que se refieren a la logística. Pero, adicionalmente, en la parte del espectáculo, ¿no? Qué es lo que se va a presentar y cuánto va a representar ese gasto.

Entrevistado:

Claro, el municipio tiene que saber qué es lo que se va a hacer.

Ok, ¿y tal vez hay un formato para ese documento? Tengo el programa, el programa contiene todo lo que se va a realizar, ¿no? También hicimos una especie de boletín de prensa, eso lo hicimos recién hoy día, en donde ya detallamos un poco más en qué comprende este año el festival.

Entrevistador 1:

Ok, tal vez nos podría llegar también ese programa para poder visualizarlo mejor. Ok, continuemos. Entonces, ¿tal vez almacenan de alguna manera la información de su gestión? Por ejemplo, ahora que le preguntaba sobre este tipo de documentos, o tal vez matrices en Excel, o hablando un poco del presupuesto, ¿tienen alguna manera de poder almacenar esta información, ya sea en archivos de Excel, en documentos de Word?

Entrevistado:

En los archivos de Excel tengo el registro de los emprendimientos, porque al momento de que ya estamos en la programación se tiene que anunciar, ¿no? Quienes están ubicados en tal carpa, con tal producto, y cuesta tanto. Entonces esa es la forma de ir promocionando a lo largo de todo el evento los emprendimientos que tenemos participando ese día en el festival. Entonces eso sí tengo el año anterior, clasificamos en emprendimientos de comida y los otros emprendimientos que son otras cosas que no son comida.

Entrevistador 1:

Ya, ok. Y hablando un poco también del croquis, ¿ese croquis está dentro del programa, dentro del plan de contingencia?

Entrevistado:

Está dentro del plan de contingencia, es un requisito que se tiene que hacer para ubicar, cómo le decía, dónde está el botiquín de emergencia, dónde está el liderante más próximo, dónde están las rutas de evacuación y eso.

Entrevistador 1:

Ok.

Hablando un poco del financiamiento, ¿de qué manera se financia actualmente el festival?

Entrevistado:

Con el aporte del municipio y con otras empresas a quienes se les solicite la ayuda. Por ejemplo también Adipi World me parece que se les solicitó algo para la premiación, no recuerdo si era con lo de las carreras, pero sí, también fue considerado una petición Adipi World o Fideos Toscano, me parece que era la otra empresa. No recuerdo, eran como tres o cuatro, sí.

Pero las que recuerdo era Adipi World, me acuerdo que era una, y Fideos Toscano era otra empresa a la que se les solicitaba el apoyo para el evento.

Entrevistador 1:

Ok, ellos serían sus patrocinadores de cierta manera. ¿Estos patrocinadores son fijos?

Entrevistado:

No, no son fijos.

¿Cómo los contactan? No son fijos porque, como dije, el rato que se le ocurrió la carrera a Henry, bueno que todos queríamos que sí se dé, en ese mismo rato estuvimos viendo posibilidades de quién pudiera ser. Entonces él nos habló un poco de quiénes habían sido suficientes en otras carreras que los productos, por ejemplo las bebidas hidratantes, pero era un tema de tocar puertas porque, como digo, no tenemos patrocinadores fijos. NIRSA mismo era otro posible patrocinador.

Ah, ya, otro de los que habíamos pensado era Jardín Azuaio, Jardín Azuaio es una cooperativa de ahorro y crédito que está en playas y que tiene que corresponsal aquí en Puerto del Morro. Y, por ejemplo, en el caso de ellos no era tanto financiar el evento, sino un tema de que nos pudieran traer el arco, el arco que utilizan ellos para el evento, que era lo que iba a servir para hacer la llegada y la salida, salida y llegada de las carreras. Y unos juegos, unos juegos para los niños, porque la carrera iba a ser solamente para jóvenes y adultos, entonces como para no dejar fuera a los niños, la idea era que con ellos, como habíamos visto que hacen en otros eventos, se encargan de la recreación a través de juegos tradicionales.

Entrevistador 1:

Ok, pero ya eso no se va a dar.

Entrevistado:

No, no, porque todo eso lo teníamos con miras al tema de las carreras.

Entrevistador 1:

Claro, ok.

¿De qué manera ayudan sus patrocinadores? Entiendo que, como usted mencionaba, hay partes que ellos les proveen de cierto, por ejemplo, un arco. ¿Les dan dinero aparte de eso o de qué manera?

Entrevistado:

No, lo otro era la premiación. Eran medallas de participación, eran trofeos, eran kits de, bueno, en el caso de NIRSA daban unos pequeños kits de alimentos, de sus enlatadas, y eso se entregaba como premio a los, qué sé yo, cinco primeros puestos y aparte de la medalla.

No, todo era premiación. No era, no era, no era, no es aporte económico. En el caso de PIVOR, igual manera, no era solicitar contribución económica, sino pedir, en este caso, la ayuda para la premiación.

Entrevistador 1:

¿Y cómo les contactan? O sea, buscan en internet sus datos y comienzan a hacer el contacto vía e-mail?

Entrevistado:

No, en el caso de NIRSA, Toscana, ellos, a través de Henry, que ya ha tenido otros eventos deportivos que son las competencias atléticas. En el caso de PIVOR, bueno, sí, porque ellos teníamos un acercamiento también desde antes del Festival de Cometa, y la solicitud se hace directamente a la encargada del área de sostenibilidad. En el caso de Jardín Azuaio, fuimos a visitarla.

Greg y yo estuvimos en la oficina de Jardín Azuaio. Por ejemplo, ella quería dejar por fuera del presupuesto la tarima, entonces fuimos a la Pilsener, fuimos a buscar el distribuidor de la Pilsener. Pero resulta que el distribuidor de la Pilsener ha cambiado de dirección, ya no está ahí, entonces no nos fue muy bien tampoco con ese tema.

Y la idea era que al buscar un patrocinador, en el caso de la tarima, que podía ser la de Pilsener, dejáramos por fuera el valor del presupuesto. Pero tampoco no se pudo.

Entrevistador 1:

¿Y usted qué mecanismos cree que podrían implementarse para fortalecer el financiamiento y la sostenibilidad económica del evento?

Entrevistado:

Bueno, una es que no puede manejarse 100% con gratuidad para los emprendimientos. Toda feria, todo evento implica el pago de una inscripción, así sea simbólica. Eso pudiera ser una posibilidad. Y la otra es definitivamente crear como un fondo, en este caso el barrio Campo Alegre, porque este fondo, así sea mínimo, cada año puede servir para comprar sillas, comprar mesas o cosas que ya no tengamos que alquilarlas y pensar el próximo año, el siguiente año, de dónde vamos a conseguir, siendo que son cosas o recursos con los que ya podríamos contar. Eso pudiera ser una alternativa.

Entrevistador 1:

Ok, crear un fondo, dice. ¿Y quién lo manejaría? ¿La tesorería del comité del barrio?

Entrevistado:

Incluso el año pasado, cuando tuvimos una reunión evaluatoria, se había pensado en la posibilidad de hacer unos bancos de pallets.

Y hubo una capacitación, mira, tú eras con miras a eso, hubo una capacitación de la Fundación de Autoridad Agroestructural que enseñó a hacer los pallets. Los pallets, de cierta manera, nos los donaba DP World, porque ellos tienen ya como desechos algunos, entonces los que estaban en mejor estado se podían utilizar, pero como ya cae la salud del comité, o el estado del cambio, no lo articulamos bien, solo quedó como una idea así, pero no la hemos podido concretar.

Entrevistador 1:

Ok, para la siguiente sección, mi compañera va a continuar con la entrevista, así que Ketty, tienes el paso.

Entrevistador 2:

Ya creo que ya hemos acabado la reunión, entonces no sé si te parezca hacer otra reunión y grabar también esa reunión para no cortar la entrevista.

Entrevistador 1:

Sí, entonces señora López, vamos a cerrar esta reunión para continuar la segunda parte con mi compañera, le vamos a enviar otro link, por favor. Sí, por favor. Gracias, ya nos vemos ahorita.

Anexo 3

ENTREVISTA PROYECTO INTEGRADOR

Entrevistadora 1: Melania Contreras

Entrevistadora 2: Ketty Lozano

Entrevistada: Grace Álava (Presidenta del Barrio Campo Alegre)

Entrevistadora 1: Entonces, toda la información proporcionada será tratada de manera confidencial, los datos personales no serán divulgados ni utilizados fuera del contexto de esta investigación. El participante podrá solicitar el anonimato en la publicación de resultados, si es que así usted lo requiere. La participación es voluntaria y usted puede retirarse en cualquier momento sin que implique ningún tipo de consecuencia.

Al responder afirmativamente a la siguiente pregunta, usted autoriza el uso de sus respuestas para fines académicos, respetando su confidencialidad. ¿Está de acuerdo en participar en esta entrevista y autoriza el uso de sus respuestas para fines académicos?

Entrevistada: Sí, totalmente.

Entrevistadora 1: Ok, muchas gracias.

Ahora vamos a iniciar con las preguntas. Para conocer un poco sobre su percepción acerca del festival, quisiéramos saber para usted qué es lo que busca alcanzar el festival, o sea, cuál es el objetivo y por qué lo hacen.

Entrevistada: Bueno, buenas tardes con todo, gracias por la oportunidad.

Mi nombre es Grace Álava, presidenta del Barrio Campo Alegre. Como presidenta del Barrio, bueno, somos organizadores de este evento del Festival El Chivo morreño. Contestando a su pregunta, es la oportunidad para los emprendedores que tenemos en el sector, o sea, para que los emprendedores expongan su arte, lo que hacen, todo su potencial que ellos tienen.

Entonces, ellos, mediante el festival, podemos presentar a los emprendedores, ya sea gastronómicos y artesanales. Entonces, es una gran oportunidad para ellos para activar también el turismo y la economía.

Entrevistadora 1: Ok.

¿Hacia quién está dirigido el festival?

Entrevistada: Hacia el público, el público en general.

Entrevistadora 1: Ok.

¿Cómo se estructura actualmente el comité para organizar el festival? ¿Tal vez se dividen en comisiones? ¿O de qué manera se organizan?

Entrevistada: Bueno, el festival lo estamos organizando el Barrio Campo Alegre y el Comité de Turismo del Morro. Entre los dos organizadores, entre los dos de la cabecera parroquial, pues estamos realizando el Festival del Chivo morreño.

Entrevistadora 1: Ya, pero por ejemplo, ustedes, en su caso, que es la presidenta del Barrio Campo Alegre, ¿se dividen tal vez? ¿Tú vas a hacer esto? ¿Tú vas a hacer lo otro?

Entrevistada: Ah, claro, sí.

O sea, intervenimos, por ejemplo, en el Barrio Campo Alegre existe el comité, el comité barrial que está conformado por presidenta, vicepresidente, secretario, tesorero y los vocales. Entonces, cada uno tiene una función.

Entrevistadora 1: Ok.

Entrevistada: Una función determinada en ese día.

Entrevistadora 1: ¿Me podría, o sea, indicar si tal vez usted conoce la función de cada uno?

Entrevistada: Bueno, uno se encargaría de la logística, otra persona se encarga de ver la organización, otra persona se encarga de ver que el lugar esté limpio, pues no, de la limpieza, otra persona se encarga, por ejemplo, de los grupos que se va a presentar, que todo sea tal como está en el cronograma, que todo sea tal como está en el cronograma. Entonces, cada uno tenemos nuestra función.

Entrevistadora 1: Y en esas funciones también están las personas del comité turístico.

Entrevistada: Claro, del comité turístico también se encuentran ahí, que se encargan de recibir las autoridades, las autoridades que van a asistir al evento, se encargan también ahí y de ahí también se encargan un poco de la logística, o sea, ahí nos dividimos el trabajo.

Entrevistadora 1: Ok.

O sea, quisiera, tal vez, si usted tiene, tal vez los nombres, o sí, de quiénes se encargan, por ejemplo, de la logística, de la organización, quién se encarga de la limpieza, quién se encarga de que se lleve el itinerario a cabalidad, digamos.

Entrevistada: Bueno, a ver, del recibimiento de autoridades, Lorgia Vega, ella es la que recibe las autoridades, se encarga de las autoridades. La logística, Rocío Saavedra, que es la secretaria del barrio Campo Alegre.

Entrevistadora 1: La secretaria, creo que de ella no tenemos el contacto. Bueno, ya, continúe, por favor.

Entrevistada: Ya, este, el vicepresidente, el vicepresidente, el señor Enrique Chalén, se encarga también de lo que es este, de ver este, de ver el programa, que todo esté de acuerdo, no, a lo que hemos establecido, se maneje directamente con el vicepresidente.

Este, también tenemos a la tesorera, una parte de la tesorera se va a encargar de los emprendimientos, o sea, que cada emprendedor esté en su espacio y en su lugar, o sea, que cada emprendedor esté ordenadamente, este, correcto en el lugar que le hemos dado, pues no es en el espacio, ya sea gastronómico o, este, artesanal. Como presidenta me voy a encargar de todo lo que es este, de toda la organización, pues no, de toda la organización, que todo, que todos estén trabajando tal como se les ha indicado y supervisar, pues no, supervisar todo.

Entrevistadora 1: Ah, ok.

En cuanto a, para organizarse en la planificación del festival, tal vez ustedes realizan reuniones, hacen algún tipo de cronograma, o de qué manera ustedes lo planifican para ya tener como listo todo para el festival.

Entrevistada: Ya, me organizo, me reúno con Lorgia Vega, que es parte del Comité de Turismo del Morro, ella la que está al frente del Comité de Turismo, nos reunimos, bueno, sí llamamos una reunión a todos, pues no, o sea, para convocar la reunión para el Comité y los integrantes del barrio Campo Alegre para hacer una reunión y ahí, mediante esa reunión, se hace el programa, pues no, el programa, el cronograma, qué es lo que vamos a presentar primero, qué es lo que va segundo, o sea, todo en general lo armamos ahí entre los dos.

Entrevistadora 1: Ok, esa sería la manera en la que se organizan de, como decía en primer lugar, se reúnen.

Entrevistada: Sí.

Entrevistadora 1: Ok, tal vez existen algún documento, guía, que facilite esta planificación de un año a otro, tal vez se basan en documentos.

Entrevistada: Claro, nos basamos de lo que se hace anterior, de los años anteriores, lo que se ha hecho el año anterior y lo modificamos para el nuevo año.

Entrevistadora 1: ¿Cuáles tal vez serían esas modificaciones que realizan, por ejemplo?

Entrevistada: Las modificaciones que se realizan, por ejemplo, en los grupos que se van a presentar, los grupos folclóricos, los artistas, los animadores, entonces, porque, y también todo se modifica, porque no son los mismos emprendedores que estuvieron un año anterior, son los que van a estar en el nuevo año, pues no, todo se modifica, todo, todo, absolutamente todo, todo el cronograma, ya tanto como emprendedores, gastronómicos, artesanales, los artistas, los grupos folclóricos, los animadores, este, también es parte de la organización lo que es este, que se lleva la tarima, el DJ, el sonido, todo, todo se modifica.

Entrevistadora 1: Ok, y por ejemplo, los emprendedores que van a participar, ¿quiénes son, o sea, ustedes los contactan a ellos, ellos los contactan a ustedes, o cómo, cómo se realiza?

Entrevistada: Tenemos un grupo, tenemos un grupo por medio de WhatsApp, donde están todos los emprendedores, perdón, perdón, no sé, ahí estoy, tenemos un grupo por medio de WhatsApp, tenemos un grupo por medio de WhatsApp, donde este, donde ahí se les da la información, donde se les da la información, también nos escriben por interno, y lo que hacemos es agregar ese número que nos ha inscrito por interno al WhatsApp, donde están todos los emprendedores, para hacer una sola información y que todos estén enterados y todos tengan la oportunidad al mismo tiempo de hacer la solicitud, hacer el llamado para los eventos que se hacen, pues no, y puedan participar.

Entrevistadora 1: Ya, ok, hablando un poquito de los pasos que usted me mencionaba, o sea, el primer paso que es reunirse, ¿cuáles serían esos otros pasos que se van dando para realizar esta planificación o esta organización?

Entrevistada: Ya, una vez que nos reunimos, nos reunimos para ver qué es lo que vamos a hacer, qué es lo que vamos a tener, vemos el cronograma anterior, este, y vamos viendo esto sí, esto no, y bueno, y salen más cosas, pues no, en sí este, yo personalmente ya me encargo como que de la, casi de la mayor parte, de la mayor parte del evento, en contratar al orquesta, o sea, si tenemos orquesta, contratar a la orquesta, ver qué artista voy a presentar, ver este, ver la logística, lo que sea, lo de la tarima, el sonido, entonces yo me encargo de la mayor parte del festival, entonces y ahí, después que yo ya tengo un poco formado también de los invitados, quiénes van a ser los invitados, quiénes son las personas que los invitados especiales que los llamamos, entonces yo me encargo de hacer la solicitud, de hacer la invitación a esos invitados, después que yo ya tenga la invitación, hago la lista, bueno, tenemos la lista de todos los invitados y realizamos, por ejemplo, también la lista de los emprendedores para darles un reconocimiento, ya sea un diploma o otra cosa, para darle reconocimiento a los emprendedores.

Entrevistadora 1: Ok, usted, por ejemplo, cómo contacta a la orquesta, o sea, es una orquesta que ya ha sido contactada anteriormente, usted busca un nuevo contacto, asimismo con la tarima.

Entrevistada: No, busco, bueno, este año, como me ha tocado a mí, es el primer año, bueno, sí he cotizado, o sea, mediante las redes sociales, mediante las redes sociales a varias orquestas y bueno, y como la economía no está tanto, pues no, la economía no está tan bien y para este festival sí se necesita de muchos recursos, entonces, este año he buscado una orquesta de la localidad que nos tocó, bueno, por los primeros años, es una orquesta que estuvo con nosotros los primeros años que formamos el Festival del Chivo, tuvo los primeros años con nosotros y ellos también se iniciaron con nosotros, se armaron su orquesta iniciándose con nosotros y nosotros con ellos, entonces, este año, yo dije, por qué no decirles a ellos, o sea, a ver si todavía tocan, porque la verdad que no teníamos el contacto, entonces, mediante las redes los busqué y los contacté, entonces dieron la aprobación.

Entrevistadora 1: Ok, y por ejemplo, los animadores, usted también los busca en redes sociales, ¿cómo se organizó?

Entrevistada: Sí, bueno, los animadores también, los animadores también por mediante redes sociales, pero también tenemos este, como todos hacemos la intervenimos, decimos, pueden ser los

del año pasado, o sea, que ya conocen a las personas, a las personas que están ahí, entonces, también eso, los animadores no se mueven mucho, o sea, no es tanto lo de los animadores.

Entrevistadora 1: Ok, y artistas que se presentan.

Entrevistada: Eso sí, los artistas que se presentan, eso sí también, los cotizo, los cotizo o me dan sugerencias, ¿sabes qué?, tengo una persona que canta, o porque los artistas son, o sea, este, de la localidad y fuera de la localidad, pues no, también pueden ser artistas de la localidad, entonces, este, me los recomiendan y yo los llamo a los contactos y si llegamos a un acuerdo, entonces ya se llega a concretar todo.

Entrevistadora 1: Ok, ok, vamos a continuar.

¿Cómo ustedes, por ejemplo, almacenan la información de su gestión, de lo que van realizando? Tal vez tienen alguna, algún excel, o sea, alguna información que tengan, por ejemplo, matrices, o por ejemplo, no sé, tal vez algún, algún balance de lo que ustedes han hecho, de las ganancias, tal vez que han visto que se ha generado un año, o de los gastos que se ha generado un año al siguiente año, así van teniendo esa información guardada, o no?

Entrevistada: Este, en balance así de los gastos, no, la verdad que no se lleva de una matriz, no, porque todos los años cambian, pero no se ha establecido, este, digamos, tal año se gastó tanto, el siguiente año tanto, este año estamos gastando tanto, no, pero es una buena sugerencia, o sea, es una buena sugerencia, este, llevar ese control, pues no más que todo un control para saber qué es lo que se gasta más, en qué se gasta menos, y así ir superando.

Entrevistadora 1: Ah, ok, no cuenta todavía con, ok. También tenía entendido que, por ejemplo, uno de los primeros pasos que realizaban era enviar una, como solicitud a la alcaldía, eso se encargaba, si no me equivoco, usted verdad, con la señora Lorgia, que me estaba comentando algo, algo al respecto.

Entrevistada: Sí, yo me encargo de realizar la gestión con el municipio, solicitar la ayuda con el municipio, yo soy la que me encargo, me contacto con las personas allá, en este caso es con el concejal, el concejal rural de la parroquia, me contacto con él, entablamos una reunión, o sea, llegamos a una reunión, por medio de esa reunión ellos me indican un presupuesto, pues no, un presupuesto para el festival, entonces, este, mediante esa reunión ahí ya piden que sea favorecido, entonces me piden que yo presente mi, cómo es, mi presupuesto, mi presupuesto para el festival, entonces, y así se llega a concretar.

Entrevistadora 1: Ok, tal vez, ¿de qué manera se financia el festival del Chivo morreño? ¿De qué manera se financia?

Entrevistada: Bueno, una parte por parte del municipio, en realidad una parte por el municipio y otras partes por las empresas privadas, se solicita ayuda a las empresas privadas.

Entrevistadora 1: ¿El municipio les da, tal vez, alguna, alguna ayuda económica o simplemente les provee de lo que ustedes van necesitando, de lo que ustedes requieren?

Entrevistada: No, con el municipio es una ayuda económica, tratamos de que en el municipio quede registrado el festival, porque sea la ayuda económica como un, este, como un presupuesto, lo que esté dentro del presupuesto del municipio, nuestro festival.

Entrevistadora 1: Ok, ¿cómo contactan a los patrocinadores? ¿Quiénes son y si son fijos o quién, y quién hace la gestión?

Entrevistada: Pues yo contacto a los, a los patrocinadores mediante, este, hago una carta, hago una carta y les envío ya sea físicamente y si tengo el contacto, pues ya mediante, mediante WhatsApp o correo electrónico les hago llegar.

Entrevistadora 1: ¿Usted tiene, tal vez, el formato de esa carta que les hace llegar?

Entrevistada: Sí, claro, sí.

Entrevistadora 1: ¿Usted cree que me podría facilitar ese formato?

Entrevistada: Sí, no hay problema.

Entrevistadora 1: Ok. ¿De qué manera ayudan sus patrocinadores? Ya, bueno, me mencionaba que en una parte ellos les ayudan con el financiamiento, con el dinero y también, tal vez, les harán ayudas, por ejemplo, de las tarimas o de qué manera también les pueden ayudar.

Entrevistada: Bueno, este, en este caso, en este caso, en este año, este, una parte del presupuesto comunicado es económico del municipio y en otra parte que yo me movilizo con las empresas privadas.

En este año estoy tratando de que, por ejemplo, la tarima, a ver si me la da un proveedor de bebidas. Pues no, el proveedor de bebidas sí que me puede facilitar. Entonces, estoy a la espera, actualmente estoy a la espera de la respuesta de que si me van a ayudar con la tarima.

Obvio que al ayudarme con la tarima, ellos también nos piden que vendamos el producto. Pues no, su producto. Entonces, en eso estamos.

O sea, estamos que estoy a la espera de la aprobación por parte de ellos de que si me van a dar la tarima para nosotros poder llegar y concretar. O sea, ya cerrar el contrato de que nosotros vendemos el producto y ellos nos ayudan con la tarima. También tengo otro proveedor, que también estoy de bebidas mismo.

Estoy trabajando, que estoy solicitando, por ejemplo, el patio de comida, que me ayuden con el patio de comida y así mismo se les vende el producto y nosotros obtenemos el patio de comida.

Entrevistadora 1: ¿Cómo el patio de comida? ¿A qué se refiere con eso?

Entrevistada: El patio de comida es donde se ponen las carpas, se ponen las sillas y las mesas, un solo lugar para que la gente ahí se sirva y aparte que los comedores están alrededor, pero un espacio que es el patio de comida donde están sillas y mesas debajo de una carpa y ahí la gente se puede servir.

Entrevistadora 1: Oh, ya, ok.

Listo. ¿Qué mecanismos cree que podría implementarse para fortalecer ese financiamiento y la sostenibilidad económica del evento?

Entrevistada: El turismo, o sea, que la gente asista. Viendo que la gente asiste a este gran evento, o sea, ven que los emprendedores, la economía, o sea, que sí, que sí tenemos, que sí es positivo, pues no, más que todo para los emprendedores del sector, que sí es positivo realizar este tipo de evento y que nos ayuden, porque la gente, la gente, las personas, como que con todo lo que estamos viviendo, pues no, no queremos salir de las casas, estamos asustados, pero esta actividad, ya como que a la familia le dicen, no, vamos un ratito, entonces ya se distraen, entonces también por eso se presentan artistas, para que la gente también escuche la música, se divierta, se hace juegos, concursos, y entonces así la

gente se divierte y la ayuda, o sea, y se puede evidenciar también por medio de las redes, o sea, las fotos, los videos, que ya se sube después del evento, la acogida que tuvo el evento.

Entrevistadora 1: Ok, ahora le doy paso a mi compañera, a Ketty, que va a continuar con la siguiente parte de la entrevista.

Entrevistada: Ya, ok.

Entrevistadora 2: Yo quisiera preguntarle un poquito más acerca de la discusión del evento, entonces si podría indicarme qué medios o estrategias se usan para difundir las actividades del festival.

Entrevistada: Este, utilizamos las redes, utilizamos Facebook, Instagram, que son las redes que tenemos para difundir este el WhatsApp, pues no, las notificaciones y todo, con esos tres medios difundimos las propagandas y llegamos a tener acogida, por ejemplo, en las redes de Facebook tenemos un alrededor de casi nueve mil seguidores, pues no, y en Instagram también estamos llegando a los nueve mil seguidores.

Entrevistadora 2: Cuando usted menciona estas redes sociales, ¿son del festival como tal o del morro?

Entrevistada: No, del morro y del festival.

Entrevistadora 2: Ah, o sea, si tienen Instagram del festival o no, o del comité como tal.

Ok, y usted, ¿qué considera que ha sido la respuesta del público y la comunidad local antes?

Entrevistada: Si es positiva, si hemos tenido respuesta positiva, si hemos tenido respuesta positiva porque incluso uno puede ver las comparticiones, por ejemplo, hacemos la publicación del Chivo Morreño ahora actualmente, hacemos la publicación y la gente comienza a compartir, a compartir y entonces ahí se ve el numerito de cuántas personas han compartido, pues no, lo que se está publicando.

Entrevistadora 2: Y de qué manera participa la comunidad de El Morro en la organización y desarrollo del festival?

Entrevistada: Me repite.

Entrevistadora 2: Le preguntaba de qué manera participa la comunidad de El Morro en la organización y el desarrollo del festival.

Entrevistada: Bueno, una parte participa asistiendo y consumiendo los productos, la otra parte son los emprendedores que tenemos que también están en el evento, los emprendedores, entonces esa es la participación de, digamos, de las personas locales de ahí de El Morro, de las personas locales, participan unas consumiendo y otras con su producto.

Entrevistadora 2: ¿De qué manera se mide el éxito del festival? ¿De qué manera se mide el éxito?

Entrevistada: Bueno, mediante redes, lo medimos por los comentarios que obtenemos, mediante redes lo vemos por los comentarios que tenemos y también por las personas que llegan a nuestros oídos, digamos, por ejemplo, el Festival de la Cometa, un gran ejemplo es el Festival de la Cometa, este año, bueno, lo organicé, es la primera vez que organizo un festival. Tuve buenos comentarios, ya sea mediante redes y personalmente. Entonces, no tenemos, digamos, un balance o una plataforma para ver, o sea, qué tal tuvimos en los festivales, qué acogida tuvimos, cuántos asistentes, o sea, no tenemos un balance para indicar aciertos de lo que hemos hecho.

Entrevistadora 2: ¿Qué considera usted que se hace año tras año para mejorar la gestión del festival?

Entrevistada: Mejoramos, por ejemplo, este, de este festival, vemos lo que, lo que, como tenemos veedores, digamos así, nos indican, ¿sabes qué? Faltó esto, o, por ejemplo, el año pasado el, hay una parte que el año pasado el comedor se hizo, digamos, una esplanada, pero es tierra, pues no, es tierra, entonces este año hemos decidido que el comedor no sea en ese lugar que todos los años ha sido, y lo cambiamos a otra parte donde ya es este cemento, digamos, pues no, donde ya entonces, y así, o sea, vamos mejorando, pues no, porque ya no lo queremos, no lo vamos a hacer en este lugar como es tierra, le indicaba, o sea, es el polvo, por el, la gente camina y las personas están comiendo, se levanta el polvo, entonces este año eso vamos a mejorar, o sea, ya no lo vamos a poner ahí donde todos los años ha sido el comedor, sino que lo vamos a cambiar a otro lugar donde no se, donde no se evidencia el polvo, cosas así, pues no, para que no, no, no contamine la comida y todo eso.

Entrevistadora 2: ¿Qué aspectos usted considera que son prioritarios para fortalecer la gestión y la sostenibilidad del festival en los siguientes años?

Entrevistada: Este, prioridad, el turismo y los emprendedores, no dejar de un lado a los emprendedores, los emprendedores son una parte fundamental de este evento, son una parte fundamental los emprendedores que tenemos en nuestra localidad, que son muchísimos, y también le damos la oportunidad a otros emprendedores que no son de la localidad, entonces eso también reactiva la economía tanto para ellos, tanto para ellos y a nosotros como el turismo, el Morro es un lugar turístico, entonces activa ese turismo y la economía, o sea, dirigírnos más va dirigido a este evento a los emprendedores, a los emprendedores que tengan una buena acogida.

Entrevistadora 2: ¿Hay alguna experiencia o recomendación que ustedes deben compartir para mejorar la organización del evento?

Entrevistada: Bueno, gracias a Dios hasta ahora todo ha salido bien, bueno, seguir mejorando, seguir mejorando en los mejores aspectos, seguir con la organización, gracias al Comité de Turismo que también es una parte fundamental de este evento, es una parte fundamental de este evento, el Comité de Turismo del Morro, y bueno, las críticas positivas y negativas son bienvenidas, pues no, eso es lo que nos da y nos motiva también a seguir adelante y a mejorar en lo que más se pueda, pues no.

Entrevistadora 1: Antes de finalizar quisiera poder preguntarle algo, si tal vez usted tiene ya el programa del festival de este 2025, ¿ya tiene el programa?

Entrevistada: No, aún no tenemos programa, o sea, tengo digamos en mi cuaderno las personas que se van a presentar, los emprendimientos que vamos a tener, o sea, poco a poco estamos rellenando eso, ya al comenzar la otra semana, o sea, porque ya nos queda prácticamente una semana más, ahí ya poco a poco ya vamos haciendo el programa, el cronograma de lo que vamos a tener, quién va a estar, quién no va a estar, entonces ahí, o sea, actualmente lo tenemos en borrador, digamos.

Entrevistadora 1: Y este, lo que ustedes envían al municipio, este formato que se envía a la alcaldía, ¿ustedes la tienen o si nos podría hacer llegar?

Entrevistada: ¿El formato qué? ¿De la invitación o del requerimiento? ¿Del requerimiento?

Entrevistadora 1: Sí, o sea, sí, sí, sí. Eso también sí le pediría de favor que nos haga llegar, como para tener el formato de qué es lo que ustedes, o sea, le escriben a la alcaldía para pedir el requerimiento.

Entonces eso, ¿este es la octava o la séptima edición?

Entrevistada: No, séptimo festival.

Entrevistadora 2: Una pregunta también así, que no estaba entre las nuestras pero que se me surgió ahora, es como, ¿hasta qué fecha ustedes tienen el plazo como para tener ya todo listo, todo armado?

Entrevistada: Una semana antes del festival, todo ya tiene que estar listo una semana antes, todo coordinado, o sea, todo totalmente coordinado, como le digo, lo que es el sonido, la tarima, los emprendedores, también las carpas, las personas que se les alquila la carpa, la silla, las mesas, o sea, una semana antes, por ejemplo. Ahora, toda esta semana que viene, que sería, a ver, estamos 11, 11, bueno, desde ahora, desde el 11 hasta el otro lunes, lunes 17, 18 creo que es, ya tenemos que tener todo listo, todo listo.

¿Por qué? Porque también hacemos propaganda por medio de los medios digitales, por los medios digitales también hacemos propaganda, estamos viendo si este año nuevamente nos dan un espacio en la televisión para presentarnos y promocionar el evento.

Entrevistadora 1: Ya, ok, listo, listo, listo, listo. Algo se me estaba escapando, pero no lo recuerdo ahora.

Ah, sí, el montaje del evento será el mismo día, ¿verdad? En la mañana.

Entrevistada: Claro, el mismo día en la mañana, sí.

Entrevistadora 1: ¿Y el desmontaje de todo?

Entrevistada: Al finalizar el evento, el mismo día al finalizar el evento.

Entrevistadora 1: O sea, se quedan hasta tarde la noche ya. **Entrevistada:** Sí. Bueno, una parte se la hace un día antes, digamos, una parte se la hace un día antes en la noche y ya al siguiente día, el día del evento en la mañana, ya, por ejemplo, quedan armadas las carpas.

Un día antes quedan armadas las carpas, la tarima, el DJ, todo eso queda un día antes en la noche. Todo se arma en la noche y de ahí en la mañana, ya las personas, los emprendedores que van asistiendo ya van llegando y eso los va ubicando en los lugares que ya hemos establecido.

Entrevistadora 1: Ok.

¿Ketty, tienes alguna otra pregunta?

Entrevistadora 2: No, no tengo ninguna pregunta.

Entrevistadora 1: Ok. Bueno, eso sería todo.

Muchísimas gracias, señora Grace, por su tiempo. Gracias, nos ha servido muchísimo su respuesta. Y bueno, si tenemos alguna otra, la estaremos escribiendo así por WhatsApp para que nos ayude y pues que nos ayude también con la información que le pedimos para que nos pase.

Entrevistada: Gracias, no se preocupen, yo les hago llegar la información.

Entrevistadora 2: Ya, muchísimas gracias.

Entrevistada: Gracias a ustedes.

Entrevistadora 1: Pase muy bien.

Anexo 4

ENTREVISTA PROYECTO INTEGRADOR

Entrevistadora 1: Melania Contreras

Entrevistadora 2: Ketty Lozano

Entrevistado: Henry Almeida

Entrevistadora 1: Muchas gracias. Ahora sí, yo iniciaré con la primera parte de la encuesta. Ketty, si tú en algún momento quisieras tal vez ahondar en alguna pregunta, tal vez, sí, en alguna pregunta que sea necesaria, puedes hacerlo, no hay ningún problema.

Entrevistadora 1: Ok, está bien. Ya. Entonces, en cuanto a los antecedentes y la percepción general del festival, ¿qué usted cree que es lo que se busca alcanzar con el festival? O sea, ¿cuál es el objetivo? ¿Por qué realicen el festival?

Entrevistado: Ya, el Festival del Chivo, así como para recordar un poquito, inició hace unos cinco o seis años atrás, no recuerdo la fecha exacta.

Fue Kahida Rivera, una amiga aquí muy allegada a la parroquia, comenzó con esta idea de promover su barrio. Entonces, como lo tradicional aquí en la cabecera parroquial del Morro, es el seco de chivo, aquí es el plato típico de esta parroquia. Entonces, ella lo llevó a su barrio y lo promocionó así, de esa manera, como el seco de chivo morreño, así.

Y bueno, la idea principal de esto era promover su barrio y a la vez el producto principal de la parroquia.

Entrevistadora 1: Entonces, ¿el objetivo es promover el barrio? ¿En la actualidad sigue siendo el mismo objetivo?

Entrevistado: Claro que sí, incluso este objetivo se salió de las manos, por decirlo así, en buenas palabras. Porque creció, se extendió en fronteras y ya no solo es el Festival del Chivo Morreño, ahora participan las parroquias rurales del Cantón Guayaquil en este evento.

Como Tenguel, viene la Isla Puna, viene un representante de Pozorja y de otras parroquias aquí aledañas. Participan por ganar el primer lugar en el Festival del Seco de Chivo Morreño.

Entrevistadora 1: ¿Este festival, para quién está dirigido?

Entrevistado: Para toda la comunidad.

Y bueno, más que todo para los turistas, como ya este evento se ha hecho grande a nivel de la provincia del Guaya, muchas personas lo conocen y esperan su fecha y vienen a este festival a consumir sus productos, ya que no solo se trata del Festival del Seco del Chivo, sino que también hay otros platos típicos aquí de la comunidad que lo preparan y lo promocionan y lo venden ese día. Aparte de eso, también están los artesanos, están las personas que hacen un vino acá y todos ellos muestran sus productos ese día.

Entrevistadora 1: ¿Cómo se encuentra estructurada actualmente el comité que organiza el festival? ¿Están divididos tal vez por comisiones?

Entrevistado: Hasta donde tengo entendido, tienen su presidenta en el barrio, que es la que se encarga de la gestión principal.

Y bueno, sí tienen un pequeño comité que es delegado para ciertas puntualidades, tanto en el barrio como para este festival.

Entrevistadora 1: ¿Tal vez usted forma parte de esta organización que se hace para el Chivo?

Entrevistado: Yo formo parte, pero en la parte deportiva, porque de la mano del Festival del Seco del Chivo también se hace una competencia atlética, entonces yo colaboro bastante con la parte del atletismo en este festival.

Entrevistadora 1: ¿De qué se encarga usted? ¿Cuál es su función?

Entrevistado: Bueno, primero es, en sí, todo lo que tiene que ver la competencia que va de la mano.

Le explico un poquito cómo nace la idea de poner una competencia atlética el mismo día del Festival del Seco del Chivo Morreño. Bueno, lo vi en otras partes, que había competencias atléticas y una feria gastronómica. Entonces yo comenté esta idea con Kahidita y cayó de la mano, entonces le gustó mucho y así se la promocionó.

Entrevistadora 1: ¿Tal vez existe algún manual de funciones para hacer lo que usted hace, o fue de manera empírica todo? ¿Lo de la competencia atlética, unirla al festival?

Entrevistado: Claro, sí existe. Perdón, dígame.

Entrevistadora 1: Sí, no sé si tal vez existe algún manual de funciones donde se especifique lo que cada uno hace, en este caso, su función.

¿Hay algo por escrito tal vez, o simplemente esto surgió y usted lo comenzó a hacer así, pues, como vaya saliendo la situación?

Entrevistado: Bueno, como usted lo mencionó, de manera empírica, inició. Pero en la parte organizacional de lo que es la competencia, yo ya traía experiencia, porque he organizado otro tipo de eventos de similar magnitud aquí en la cabecera parroquial. Entonces por ese lado no estábamos tan ajenos al éxito que íbamos a tener la competencia en unión con el Festival del Seco del Chivo.

Entrevistadora 1: Ok. Usted me tocó un tema de la parte organizacional de todo lo que estructura esto, ¿no?

Entrevistado: Sí. Hay personas delegadas exactamente en el barrio, hay personas que son jueces de ruta, hay personas que están encargadas de dividir los puestos, hay personas que se encargan del parqueo de los carros, de que esté bien arregladito para ese día el barrio en total.

Ahí sí está, en esa parte de la organización del barrio está muy bien. Sí está siempre al 100% se puede decir.

Entrevistadora 1: Ok. ¿Cómo se organizan para planificar el festival? ¿Tal vez con algún cronograma? ¿O de qué manera?

Entrevistado: Sí, esto ya se comienza a manejar durante unos tres meses antes. Lo primero que se hace es ver los auspiciantes. Aparte de los auspiciantes también necesitamos, ya como tenemos la estructura de los programas anteriores, buscamos el apoyo municipal y de la prefectura.

Entonces enviamos todo el proyecto allá y recibimos el impulso de ellos. Este festival ya forma parte de lo que es la base de datos del municipio de Guayaquil.

Entrevistadora 1: Entonces el municipio de Guayaquil es uno de nuestros auspiciantes principales en este evento.

Listo. ¿Tienen algún, tal vez... Ok, me estaba comentando un poco sobre los primeros pasos que dan para organizar. Tal vez me podría ir especificando un poco más en cuáles son los siguientes pasos.

O sea, detallarme un poquito más cuál es el paso a paso que se sigue. ¿Tiene esa información?

Entrevistado: En el primer momento, cuando nos reunimos, lo primero que decimos es el nombre y ya está. Festival del Seco de Chivos Morreños.

¿Con quiénes contamos? Nos sentamos en mesa y, bueno, están los moradores del barrio que son parte de la directiva. Se encargan de tal, tal, tal cosa. Bueno, y viene el papel de la presidenta, que ella inicia los trámites con... el municipio de Guayaquil.

Y aparte de eso, ella también inicia ya sus... en su búsqueda de auspiciantes. ¿Quiénes van a ser auspiciantes de este evento? Y una vez estando eso, ya ella delega cada parte a cada persona de la comitiva y del barrio.

Entrevistadora 1: ¿Ella los delega?

Entrevistado: Sí, ella los delega.

Entrevistadora 1: Y este año sí será la parte deportiva.

Entrevistado: La parte deportiva estamos ahorita en un pequeño veremos. Aunque está casi todo, sino que los auspiciantes más se enfocaron en la parte del Seco de Chivos y no tenemos auspiciantes para la competencia.

Pero la tenemos ahí, esperando que pase el feriado, nos sentamos a conversar con la presidenta y lo decidimos en ese día, que ya será entre el miércoles a sábado, y decimos va o no va.

Entrevistadora 1: Entonces su función, para tener un poco más claro, es solamente en esta parte de la carrera, ¿verdad? ¿De ahí usted no se encarga de nada más aparte, o también les apoya en alguna otra cuestión?

Entrevistado: Bueno, yo abiertamente estoy listo para apoyarlo en lo que más se pueda en el barrio. Pero como ellos son moradores del barrio Campo Alegre, que es el barrio más bienvenido del festival, ellos y sus moradores están siempre listos y dispuestos a colaborar entre ellos.

Es un barrio muy unido. Más bien, yo soy el morador de otro barrio que va a colaborar con los de la competencia. Y mi función, sí, es más deportiva ahí, pero si ella me dice, Henry, nos hace falta una persona en tal lugar, ayúdanos en esto, ahí estoy listo.

Siempre hay la disposición de colaborar ahí, en general.

Entrevistadora 1: Ok. Cuando a usted le toca organizar, ¿tal vez usted busca a los auspiciantes por su cuenta, o también lo busca la presidenta del comité?

Entrevistado: Esta vez es que la presidenta recién tiene unos meses a cargo.

Esta vez nos va a tocar buscarlos juntos, porque anteriormente había una apertura más grande para este evento, y los auspiciantes que eran las empresas aledañas aquí al sector, estaban dispuestos a colaborar. Entonces, estos últimos años, por pandemia, por robos, asaltos, han dicho, esta vez no, esta vez no, y han cerrado puertas, pero no perdemos la esperanza de poder realizar las dos cosas a la vez juntos.

Entrevistadora 1: Oh, ya, entiendo.

O sea, les han dicho que no hay varios auspiciantes.

Entrevistado: Sí.

Entrevistadora 1: ¿Existen documentos o guías tal vez que faciliten la continuidad de la planificación de un año a otro?

Entrevistado: Claro, desde la primera organización siempre se han guardado los documentos que son la base para el siguiente evento.

Entrevistadora 1: ¿En qué se basan estos documentos? O sea, ¿qué son?

Entrevistado: Ya son asuntos contables ahí. Los ingresos y todo lo demás. Viáticos para personas que animan el evento y todo este tipo de detalles lo maneja ya más la presidenta y su comité.

Pero sí lo llevan muy estricto ahí y lo llevan muy estructurado en esa parte. Porque hasta siempre, año a año, se viene contratando una orquesta. También vienen cuerpos de bailes así de otros países.

Pero es un evento muy bonito y que llama a mucha gente.

Entrevistadora 1: Ok. Y esta información, ¿usted si tiene conocimiento está guardada en físico, en papel? ¿O también tendrán algún archivo, tal vez, digital en alguna hoja de Excel? Hola, hola.

¿Me escucha? Hola, hola.

Entrevistado: Hola. Sí, parece que nos cayó la señal.

Entrevistadora 1: Le mencionaba, si estos documentos que usted menciona, tal vez están en algún medio digital, o sea, ¿están de manera digital o están también de manera física o ambas maneras?

Entrevistado: Hasta donde sé, están de manera física.

Entrevistadora 1: Ok. Ya.

En la parte del financiamiento, ¿de qué manera se financia actualmente el Festival del Chivo?

Entrevistado: Gran parte del financiamiento viene de la Municipalidad de Guayaquil.

Entrevistadora 1: Ellos son, entonces, ¿quiénes son sus patrocinadores principales, se podría decir?

Entrevistado: Sí, exactamente. Tal vez usted tiene el conocimiento de cómo los contactan, o... Esto lo hizo Caida Rivera hace unos años, por medio de... Ella llegó a la dirección, a cierta dirección, no recuerdo a qué dirección, en Guayaquil, y fue a presentar el proyecto como tal, como Festival del Chivo, Cerco del Chivo Morreño.

Y lo logró, o sea, logró que el municipio le accediera, es porque el barrio también tuvo vida jurídica, entonces ahí fue que esta idea creció bastante, porque ya el municipio de Guayaquil lo tomó, lo estudió y les ayudó en sí.

Entrevistadora 1: Ok. ¿Tal vez ellos les ayudan con dinero, o de qué manera ellos financian o les ayudan a ustedes en el festival?

¿Me escuchó?

Entrevistado: No, no le escuché.

Entrevistadora 1: Le preguntaba que de qué manera estos patrocinadores les ayudan para el festival. ¿Tal vez les dan dinero, o de qué manera les financian?

Entrevistado: El financiamiento es como que ellos cubren los gastos, no es que dan el dinero en efectivo. Si digamos, en la planificación está traer tantos artistas, la orquesta, los gestantes, el municipio cubre todos esos gastos.

Entrevistadora 1: O sea, ¿ellos contratan a los artistas o a lo que vayan a necesitar?

Entrevistado: Exactamente eso se encarga la presidenta, ella elige la orquesta, las personas que hacen las presentaciones, ella los elige, pero hay quien cubre con los gastos, la municipalidad. No estoy seguro si cubre con el 100%, o solo con un porcentaje alto, pero sí ayuda bastante.

Entrevistadora 1: ¿Qué mecanismos cree que podrían implementarse para fortalecer el financiamiento y la sostenibilidad económica del evento?

Entrevistado: Lo pensamos una vez con la antigua presidenta, que era de hacer este microevento durante todo el año para fortalecer y financiarnos a este macroevento que es en este aspecto.

Pero bueno, ya tuvo que dejar y no se pudo realizar tal cual.

Entrevistadora 1: Listo, le doy paso ahora a mi compañera Ketty que va a continuar con las preguntas. Muchas gracias.

Entrevistadora 2: Ok, gracias Melania. Bueno, también nos interesaría saber, ya nos hablan un poco de la parte organizacional, pero también nos interesa para el proyecto saber qué medios o estrategias se usan para la difusión del evento. Cuando digo medios me refiero ya sea a redes sociales, medios locales o periódicos, etc.

¿Qué medios se usan?

Entrevistado: Utilizamos todos los medios posibles porque se utilizan medios digitales en todas las plataformas. Páginas de YouTube, páginas de Facebook, también las radios locales. Aquí en el Cantón Playa también vamos y hacemos la promoción del evento.

En las radios de Guayaquil también se promociona el evento. Y en las páginas del municipio de Guayaquil que nos ayudan con la promoción a nivel provincial.

Entrevistadora 2: ¿Tienen algún tipo de frecuencia? O sea, ¿qué tanto se hace? ¿Qué tanto se va a promocionar?

Entrevistado: Una vez que inicia ya el evento en su fecha más próxima es bien seguido.

Usted ve las publicaciones lo más cercana posible en todos los medios. Y en Radio Guayaquil sí, es casi a diario que se anuncia el evento.

Entrevistadora 2: Ok, está bien.

¿Y usted qué tanto considera que ha sido como que la respuesta del público con esta difusión que se hace? ¿O sea, cree que sí ayudan?

Entrevistado: Sí, cada año crece la acogida del evento. Cada año tenemos más puestos de personas. Nos hemos tocado con personas que vienen de Ambarco, que llegan así a hacer turismo.

Escuchan Festival del Cerco de Chivo y vienen acá a la Parroquia del Morro. Personas de Daule, Chongón, Tenguel. Y cuando menos me acuerdo usted ve un centenar de personas que llegan y van, van y vienen solo a visitar el evento.

Algunas se quedan todo el día, otras personas solo van, disfrutan la gastronomía del evento. Hay de todo, pero hay bastante afluencia en estos últimos años. Cada año crece más.

Entrevistadora 2: Ok. Ok, ¿qué propuestas usted sugeriría para mejorar la transmisión de la información? Que ya conversó un poco con Melania eso de todo lo de la información entre las directivas. De una directiva a otra.

¿Qué usted recomendaría?

Entrevistado: Bueno, en lo poco que hemos conversado con la nueva presidenta... Se nos congeló la señal.

Entrevistadora 2: Sí lo escucho, sí lo escucho.

Entrevistado: Se había congelado la señal.

Entrevistadora 2: Ok. No se preocupe

Entrevistado: ¿Me repite esa pregunta, por favor?

Entrevistadora 2: Ya, yo preguntaba que qué propuestas usted sugeriría para mejorar la transmisión de información entre una directiva y otra.

Entrevistado: Bueno, las reuniones acá entre la directiva del evento, la toma en mesa y la toma de decisiones en conjunto.

De ahí, no creo que haya mucho que mejorar porque la gente es bien unida en este barrio. Lo único que podríamos aportar es que todos tuvieran la responsabilidad de difusión del evento para abarcar más personas. Usted sabe que el amigo de un amigo es amigo de otro amigo y así expandirnos más.

La publicidad creo que está solo enfocada en que lo haga la presidenta por medios digitales y hasta ahí. Yo creo que sí deberían hacerlo totalmente todas las personas del barrio. A uno lo conocen y yo creo que así se llega más lejos.

Como para abarcar más la difusión del evento.

Entrevistadora 2: Bueno, otra consulta también es acerca de cómo miden el éxito del festival. O sea, luego de qué sucede, cómo miden qué tanto les fue bien.

Entrevistado: Ya, esto lo hacemos más en el cálculo de gastos, de gastos del público. O sea, digamos, para el festival de seco de chivos de los primeros había una faena, por decirlo así, de unos 10 chivos. Al año siguiente ya fueron 15.

Al año siguiente ya fueron 20. Y cada año se faenan más animales para el consumo de las personas. Y entonces vemos que cada año consumen más seco de chivo.

Entonces hay que decir que cada año ha estado mejor. Y se piden la cantidad de personas que llegan. De esa manera vemos el éxito del festival.

Entrevistadora 1: Disculpenme aquí que quiero interrumpirle. Es que quisiera saber, como usted dice, que cada año ha tenido más acogida. Tal vez existen datos de cuántas personas van o cómo miden que ha crecido el número de personas que va.

O simplemente es así como al ojo, como dicen.

Entrevistado: Yo creo que es al ojo porque normalmente uno ve cuando está lleno el lugar. Hay momentos en que está un poquito tranquilo.

Cuando uno da la vuelta eso ya está a reventar de nuevo. Y más en las horas en que está presentarse la orquesta. Eso está como fiesta en pueblo, digamos así.

Entrevistadora 2: Ok. Ok. Interesante.

Bueno, ¿y qué diría usted que hacen para mejorar año tras año?

Entrevistado: Para mejorar año tras año yo creo que simplemente es ser más espontáneo, dar lo mejor de cada uno. Ponerle mucho más cariño y énfasis en cada uno de los detalles que van en este festival. Porque el festival ya se vende solo.

No tenemos mucho que hacer. Solo es de anunciarlo, que se inscriban los participantes. Hacer una bonita organización del evento.

Y el resto ya fluye. La gente ya sabe, espera la fecha y viene. Así.

Entrevistadora 2: Ok. Ok. Para terminar, ¿habría alguna experiencia, una recomendación o algo que usted nos quiera compartir para mejorar la organización del evento?

Entrevistado: No creo que pueda yo decir algo para que mejore.

Yo digo, esto ya está planificado, ya está hecho. Y son detallitos no más pequeños que salen en el momento de estar reunidos en mesa. Que son así, espontáneos.

Ya todo está puesto. Yo creo que aportar algo sería mínimo, porque ya esto está listo nada más. Yo creo que si podría recomendar algo como para mejorarlo sería que lo visiten y lo vean ustedes mismos.

Y disfruten de ese evento y así verán la magnitud del evento que se vive en este sector de la cabecera parroquial del Morro.

Entrevistadora 2: Ok.

Entrevistado: No deje que se lo cuenten, vívanlo.

Entrevistadora 2: Sí, es verdad, es verdad. Y sí vamos a ir. No se preocupe.

Bueno, si no, eso sería todo.

Entrevistadora 1: Sí, le agradecemos mucho su tiempo. Muchas gracias por sus respuestas, nos han ayudado mucho en este proceso.

Y bueno, pues si tenemos alguna otra inquietud, le vamos a estar escribiendo en lo que pueda usted ayudarnos. Le agradecemos mucho.

Entrevistado: Sí, yo creo que aquí en esta reunión nos hizo falta la presidenta del barrio.

No sé por qué no estuvo ella, pero bueno, si necesitan alguna información más, ustedes por interno me dicen, yo le consulto a ella o la pongo en contacto con ella para que ustedes puedan conversar.

Entrevistadora 1: Sí, tenemos la información de la señora Lorgia, sino que queremos ir como haciendo esta entrevista a cada uno de los...

Entrevistado: La presidenta se llama Grace Alaba, es la presidenta del barrio.

Entrevistadora 2: Del barrio, del barrio, sí.

Entrevistadora 1: Ah, ok, ok.

Entrevistadora 2 : ¿Cómo se llama? Disculpe.

Entrevistado: Grace Jacinta Alaba Chalén.

Entrevistadora 2: Ok. Ok. Está bien.

Entrevistado: Ella tiene más detallados sus ingresos, ingresos, todo ese tipo de detalles. Ella los tiene.

Entrevistadora 1: Ah, sí, sí la tengo, sí la tengo, sí la tengo.

Sí la tenemos.

Entrevistado: Igual, cualquier cosa, igual estamos a las órdenes y prestos a colaborar en lo que más pueda.

Entrevistadora 1: Muchísimas gracias.

Entrevistadora 2: Muchas gracias por su tiempo. Muchísimas gracias.

Entrevistado: Bueno, y las esperamos en el evento entonces.

Pasen bonito, ¿sí?

Entrevistadora 1: Gracias.

Entrevistadora 2: Gracias.

Anexo 5

ENTREVISTA PROYECTO INTEGRADOR

Entrevistadora 1: Melania Contreras

Entrevistada: Lisett Rosado (Secretaria Comité Turístico del Morro)

Entrevistadora 1: Voy a proceder a grabar. Y como para tener un análisis de los antecedentes del festival.

Quisiera saber cuál es el objetivo que tiene el festival o qué busca alcanzar. ¿Por qué se lo hace?

Entrevistada: Bueno, este, lo que te puedo decir, ¿no? del festival es que lo hacen como para reactivar, primero lo hicieron como para reactivar este post pandemia, porque después de pandemia usted sabe muy bien que creo que todos quedamos en crisis, entonces post pandemia lo que te puedo decir es que se reactivó todo el comercio, o sea, dando partida a lo que son emprendimientos, porque de eso se trataba, de que los micro emprendedores locales, la mayoría quedó en crisis, entonces hacíamos esto, era para reactivar que todos los negocios que ellos tenían, entonces este, recuperen un poquito, aunque sea algo de capital, porque es imposible, pero al reactivarles su economía, hacía que ellos tuvieran una estabilidad monetaria, que eso ayudaba muchísimo a las familias locales.

Entrevistadora 1: Ok, ¿a quién le parece que está dirigido el festival?

Entrevistada: Ya, y está dirigido, sí, siempre ha sido a eso, el punto es que siempre ha sido dirigido a tener activas nuestras costumbres, las costumbres, que no se pierda esa bonita convivencia entre las personas que van, que la mayoría son, vuelvo y te repito, son comerciantes locales, que normalmente sus productos no los puedan sacar, o por la inseguridad también que estamos ahorita pasando, no se pueden ofertar, entonces esta es una oportunidad de unir a todos en un solo sitio, promover este, que lleguen acá los visitantes y que ese día salgan sus productos a la venta.

Entrevistadora 1: Claro, o sea, me refería aquí, por ejemplo, ¿Cuál es su público objetivo?

Entrevistada: A toda clase de, no tiene límite, porque hay actividades que son para niños, hay actividades que son para más grandes, o sea, hasta para personas adultas, porque lo hacen, hacen actividades para niños desde que llevan animalitos para que ellos compartan, hay personas que llevan para caritas pintadas y cosas así, hay otras que se encargan de lo que es gastronomía, otros se encargan de lo que es artesanías, también se pone música, entonces hay para todos, no se puede decir que solamente se enfrasca en un solo público, se enfrasca en todos, o sea, es masivo, puede ir cualquiera y todos disfrutan a su manera.

Entrevistadora 1: Perfecto.

¿Cómo se estructura actualmente el comité organizando el festival? ¿Están divididos tal vez en comisiones o hay algún otro tipo de división, digamos, para saber qué va a hacer cada uno?

Entrevistada: Mira, tanto en eso no te podría decir mucho, ya, porque, bueno, lo poco que sé, o sea, yo formo parte de lo que es comité turístico, nosotros ayudamos a lo que es el comité del barrio, porque en realidad esto de aquí se encarga desde el barrio, ¿cómo se llama?

Entrevistadora 1: Campo Alegre.

Entrevistada: Ya, ellos tienen su comité, o sea, desde la presidenta, el secretario, todos ellos son un comité ya formado, entonces ellos siempre les hemos ayudado nosotros como comité turístico y otras personas más que también son servidores públicos que también ellos piden a veces ayuda, a veces también está involucrado lo que es prefectura o municipio de Guayaquil, que también son otra entidad que están colaborándoles, también hay empresas privadas como DP World que también aportan a lo que es la realización del evento, sin embargo, como vuelvo y te repito, en sí en sí no te puedo dar mucho detalle de cómo hacen la partida, porque nosotros somos a un ladito, o sea, somos parte de ayuda, pero en sí, cómo lo realizan todo, no te podría decir, eso ya es netamente presidencia de allá del barrio.

Entrevistadora 1: ¿También ustedes, por ejemplo, las funciones o de qué manera les ayudan, por ejemplo, para usted por su parte?

Entrevistada: En lo que son, bueno, nosotros como comité turístico siempre estamos ayudando lo que es promocionando, promocionando, también tenemos un grupo de lo que son los emprendedores, entonces para las informaciones de lo que se vaya a hacer, en eso sí ayudamos. Lo que es la secretaria

del comité turístico, ella se encarga de dar toda la información, que es la señora Lorgia Vega, ella es la que plenamente está dando siempre a informar a los comerciantes qué es lo que se va a hacer.

Entrevistada: Entonces voy a seguir con las preguntitas y tal vez alguna usted no tiene mucho conocimiento, me indica nomás para seguir avanzando con lo demás, ¿ya?

Entrevistada: Ok, está bien.

Entrevistadora 1: Tal vez usted conoce de algunos documentos o guías, tal vez que existan para facilitar la continuidad de la planificación de un año a otro.

Entrevistada: No, ahí no te puedo ayudar tampoco.

¿Por qué te digo que no te puedo ayudar con esto? Porque muchas veces dos meses antes del evento recién están planeando qué se va a hacer, entonces no es algo que tome mucho tiempo, que debería de tomarse como un más plazo para ver sus pros y sus contras, ¿no? Pero normalmente no lo hacen, no lo hacen, entonces no, por eso te digo que en ese tema tampoco no te podré ayudar mucho.

Entrevistadora 1: Ok, ¿sabe de qué manera se financia actualmente el festival?

Entrevistada: Perdón, ¿me podrías volver a repetir?

Entrevistadora 1: Sí, ¿sabe de qué manera se financia actualmente el festival?

Entrevistada: Claro, lo financian, vuelvo y te repito, con empresas privadas, también con los emprendedores que vayan a asistir se les cobra una cuota que ellos cancelan por carpas, por el lugar, por limpieza, también hay otras actividades que se hacen, entonces se pide una colaboración monetaria para poder participar ahí, pero es mínima, claro.

Entrevistadora 1: ¿Usted qué mecanismos cree que podrían implementarse para fortalecer este financiamiento y la sostenibilidad económica del evento?

Entrevistada: Yo creo que para esto deberían de tener más tiempo, sí, yo creo que el tiempo es el que les ayuda, que ellos se puedan organizar, hacer, no sé, digo yo, acciones, rifas, bingos, algo que muy aparte de lo que les puedan donar a alguien más, pero sería como una base para que ellos tengan una capital o no, que eso de ahí les pueda servir.

Entrevistadora 1: Ya, o sea, listo, perfecto, hablando usted un poco sobre lo que hacían, desde el comité turístico me indicaba que son encargados más que todo de difundir la información, ¿verdad? ¿Qué estrategias ustedes utilizan para difundir esta información del festival? ¿Alguna red social, medios locales? ¿Me podría comentar un poco más al respecto, por favor?

Entrevistada: Claro, nosotros ayudamos en ese sentido, nos vamos a difundir la información entre los medios locales, se ayuda con lo que es las redes sociales para ayudarles a compartir, se les envía información a los grupos que ya hay formados para que de esa forma se mueva, ¿no? Toda la información.

Entrevistadora 1: ¿Qué red social usan?

Entrevistada: La mayoría de veces utilizamos WhatsApp para que el WhatsApp sirva como red para que los demás comerciantes posteen, o sea, divulguen la información. WhatsApp, a veces Facebook, que son plataformas que sirven para para llegar a muchos lados, ¿no? No tiene límites, y nos ayuda mucho.

Entrevistadora 1: ¿Quién se encarga de hacer los posteos cada cuando lo están realizando?

Entrevistada: Ya, quien está encargada, vuelvo y le repito, es la secretaria, que es la señora Lorgia Vega, ella se encarga de todo lo que es divulgación, de lo que es promoción, ella es la que crea toda la información y nos hace llegar a los demás para que nosotros también empecemos a compartir. Ella se encarga, creo que el 90% de todo.

Entrevistadora 1: La señora Lorgia, tengo entendido que es la presidenta o secretaria del Comité.

Entrevistada: Bueno, actualmente era la secretaria, no sé, como hubo ya ahora el cambio, se hizo el cambio de directiva, no sé quién quedó de presidenta, mentiría si te digo, si es que ella asumió el cargo, porque ¿cómo se llama? Antes era la presidenta Kahida, ella era la presidenta, entonces no sé si ahora asumió ella el cargo y no sé quién es la secretaria, porque no hemos comentado del asunto, entonces te mentiría si te digo que sea el 100% de esto, porque mi tiempo a veces está a full y no tengo mucho tiempito, mira que me he demorado tanto para poder conversar con usted, y me ha dicho esta señora que es tan difícil de contactar, pero es que a veces no estoy, te comentaba la vez pasada, estoy haciendo mis pasantías, yo también estoy estudiando licenciatura de turismo, lo que me hace que en mis pasantías, que ahorita estoy de lunes a viernes, no tengo mucho tiempito así como para dedicarte, hoy estoy libre, por eso te dije, ya hoy, hagámoslo, si no, no tenía tiempo para hacerlo, entonces aquí estoy, aquí estoy dándote tiempito para ayudarte. Espero que en realidad, con todo gusto, espero que te sirva la información que te estoy dando, y bueno, que sirva de provecho.

Entrevistadora 1: Claro que sí, y usted señora Lisett, dentro del comité, ¿qué cargo ocupa?

Entrevistada: Yo soy, aquí no sé que soy, me da pena decirlo, yo ahí soy tesorera, perdón, yo soy tesorera, pero por eso te digo, es que hicieron cambios en la directiva, con todo esto que se fue caída, y hemos estado como embotadas últimamente, no tengo bien definido en qué cargo quedé yo.

Yo sé y estoy bien consciente que yo era tesorera, pero ahora actualmente no sé en qué cargo me dejaron, porque ellos han hecho, ¿cómo se llama?, reuniones virtuales en las que no he podido asistir, no sé en qué me dejaron. Estoy perdida ahorita de información, no puedo contactarme muchas veces con los demás, también por su tiempo, que también andan bien ocupados últimamente, entonces discúlpame, mil disculpas por no poderte dar bien información.

Entrevistadora 1: No, no se preocupe, no pasa nada.

Un poco hablando sobre este paso de información, precisamente de una directiva a otra, tal vez, ¿qué propuesta sugeriría para mejorar esta transmisión de información entre directivas? Porque entiendo que esto también es a veces una dificultad, porque no se tiene tal vez los contactos que se dejó tal vez de la directiva pasada para hacer el tema de la organización del festival y demás. Entonces, ¿usted qué sugeriría para mejorar esta transmisión de información?

Entrevistada: Sí, tener más comunicación, porque la verdad es que como últimamente no tenemos muy buena comunicación, por eso estamos teniendo fallas.

Entrevistadora 1: ¿Cómo miden el éxito del festival?

Entrevistada: El éxito, siempre ha sido exitoso, siempre.

Entrevistadora 1: ¿Cómo lo miden? Tal vez tienen algún...

Entrevistada: Sería, ¿cómo se llama? Súper negativa si les digo que les va a ir mal, ¿no? Porque nunca les va mal, o sea, lo que pongan los emprendimientos siempre ha sido un éxito. Siempre ha tenido buena acogida, todos los años. Esta es la séptima edición que va a hacer del festival de Chivo Morreño y les juro que en todos los años que ha pasado antes ha sido un éxito total.

Todos han vendido hasta lo mínimo que han llevado, o sea, siempre ha habido buena acogida, muy buena acogida. Ha habido muchos emprendedores que en realidad destacan mucho porque le ponen corazón a lo que llevan, ¿no? O sea, estoy hablando desde los productos, las artesanías, todo lo hacen tan bonito que cualquiera ve novedoso eso.

Entrevistadora 1: Claro, tal vez usted sabe qué hacen año a año para mejorar.

Entrevistada: Claro, es que, mire, de tantos años que han pasado siempre ha habido algo diferente, ¿no? El año pasado hubo hasta un concurso de unas chivitas que las hicieron modelar, cosa que normalmente no se ve en cualquier lado, ¿no? O sea, algo novedoso. Este año, si mal no recuerdo, dijeron que iban a poner un corral de chivitos donde se pueden fotografiar niños, donde les van a dar como un tiempito para explicarles acerca de lo que es la crianza del ganado caprino. O sea, van a ser algo novedoso, por eso lo digo, y novedoso en el sentido de que lo puede observar cualquier persona, o sea, sin distinción de edad.

Y que es algo bonito porque normalmente tú ves los animalitos pero nadie te dice por qué están ahí. Claro, entonces esta vez tiene ese plus, que quieren darles detallado de lo que va a ser el animalito porque está ahí y todo su proceso. Ah, ok.

Muy aparte de la gastronomía que es lo más lindo, ¿no? Bueno, no todos, yo entiendo, no todos les gusta lo que es el seco de chivo, ¿no? Pero eso es lo importante, que no todos tienen que llevar lo mismo. O sea, que yo puedo ofertar seco de chivo pero la señora de al costado va a llevar fritada, el otro lleva su guatita, el otro lleva... Entonces va a haber diferentes platos típicos, que eso también hace que el turismo llegue y diga, ah, no, pues aquí voy a encontrar un seco de pollo también. Entonces eso también no hace que solamente se centre en lo que es el seco de chivo, sino que también den la posibilidad de que oferten otros platos típicos.

Entrevistadora 1: Ok, listo. ¿Qué aspectos usted considera prioritarios para fortalecer la gestión y la sostenibilidad del festival en los próximos años?

Entrevistada: ¿Qué aspectos? ¿Qué te diré? Mejor organización. Sí, yo creo que el mejor aspecto que uno puede ver en un lugar es que se organicen con más tiempo.

Yo siempre he lidiado con eso, de cómo es que se llama, de decirles con más tiempo, con más antelación, que se reúnan, que hagan más actividades, que tengan fondos, para que de eso ya lo último, cuando ya llegue la fecha tope o límite, ya no tengan tanto la necesidad de buscar a alguien que les ayude, sino que ya tengan ellos recursos que puedan servir para eso y hasta para un poquito más. ¿Y por qué no lo han hecho? ¿Cuál ha sido la respuesta que han dado? Sí, la mayoría, bueno, la mayoría a veces por el tiempo, por sus trabajos, porque igual usted sabe muy bien que todo el mundo trabaja, ¿no? Entonces, a veces no coinciden en realizar todas esas actividades, porque si mal no recuerdo, en la anterior administración, cuando estábamos con Kahida, teníamos un grupo fenomenal. En eso participábamos, lo que era comité, reuniones, reuniones que se hacían cada 15, cada 10 días, y eso de ahí aportaba muchísimo, porque cada vez que se reunía, uno aportaba con algo más.

Oh, podemos hacer esto, ¿qué te parece aquello? Actividades que se hacían y que vuelvo y les repito, tenían hasta la posibilidad de tener fondos, que usted sabe muy bien que cuando tú tienes fondos, eso de ahí ayuda mucho, porque ahí ya si a tal persona le dije, le legué algo, que me ayude, que me aporte con algo, y él no pudo, ok, ya no importa, porque igual tengo bases para cubrir lo que está faltando.

Entrevistadora 1: ¿Usted cree que tal vez por el tema de que se pasó, o sea, se cambió de directiva, tal vez han tenido estos inconvenientes?

Entrevistada: Sí, pero no son inconvenientes que no se puedan superar, o sea, porque todo es un proceso, ¿no? Lo bueno es que ya la persona que asumió, ella está también dándole el 100, o sea, también está dando el 100% de todo, y la verdad es que esperamos que todo sea un éxito, porque ella

se ha puesto la camiseta, como se puede decir, y se ve que sí está teniendo buenos resultados, o sea, que está bien comprometida. Ok, tal vez usted tenía alguna experiencia o recomendación, o alguna lección aprendida que nos desee compartir ya para finalizar, para mejorar la organización del evento.

Ya, algo que yo pueda destacar, no, yo creo que ellos son muy perseverantes, son muy perseverantes, es un grupo muy perseverante y que no se deja así nomás, o sea, y eso me gusta de ellos, es un barrio que se mantiene unido, o sea, donde se hace el Seco de Chivos es un barrio muy unido, y son muy perseverantes, entonces yo creo que destaco muchísimo eso, a pesar de que han tenido muchas bajas, como la ausencia de Kahida, que era un personaje muy importante allá, no se han dejado vencer y se mantiene, se mantiene todo ese grupo, se mantiene unido, no, yo a ellos los felicito, los felicito, son lo máximo. A pesar de muchas cosas, ellos se destacan en eso, en unión, en que aunque sea, como lo digo, es el primer año que le toca a esta presidencia, pero ella está dándole el 100%, está dándole el 100% a las actividades, está tratando de ir acoplándose, porque no es fácil, entonces desde cero, imagínate, uno coge una presidencia y uno no sabe ni a dónde está bien parada, entonces ella tiene que ir, es un proceso de ir aprendiendo, porque es un aprendizaje que ella tiene que hacerlo, poco a poco viendo sus límites y también en que puede ir mejorando, yo creo que es importante que como primer año que ella está a prueba, como se puede decir, los resultados van a notarse, van a notarse para bien, porque sí la veo que ella está bien decidida a dar lo mejor.

Entrevistadora 1: Muchísimas gracias por su tiempo, sus comentarios han sido de mucha ayuda, si tenemos alguna otra pregunta, la estaríamos contactando por whatsapp.

Entrevistada: Muchísimas gracias y mil disculpas, la verdad es que no es que no quiera atenderlos, yo con gusto las atiendo, pero lastimosamente el tiempo ahorita está como medio loco para mí, y eso ha hecho que no me pueda contactar con ustedes a tiempo.

Anexo 6

Figura 8

Árbol de problemas

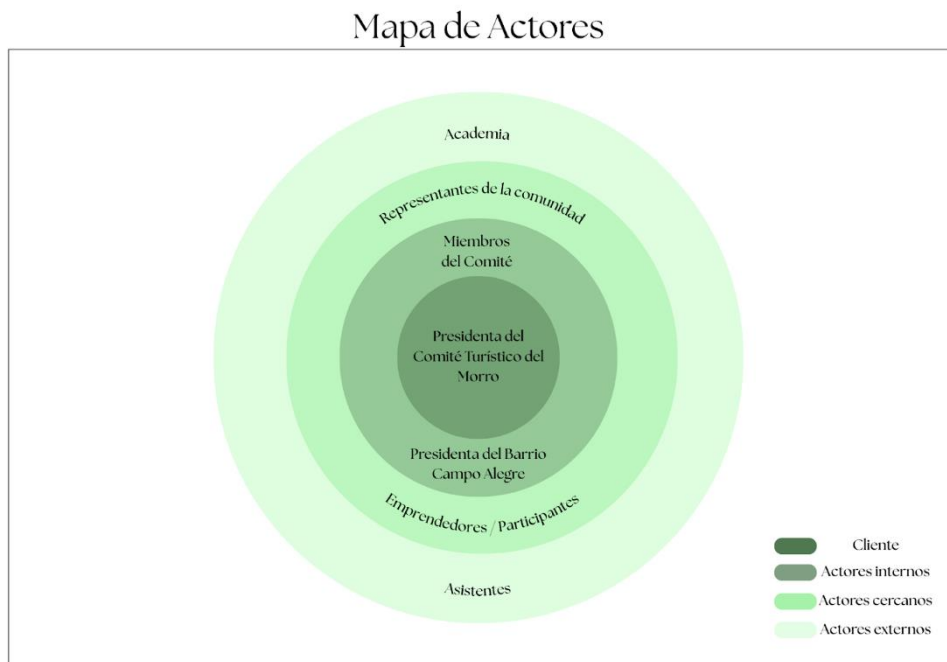


Nota. Elaboración propia

Anexo 7

Figura 9

Mapa de Actores

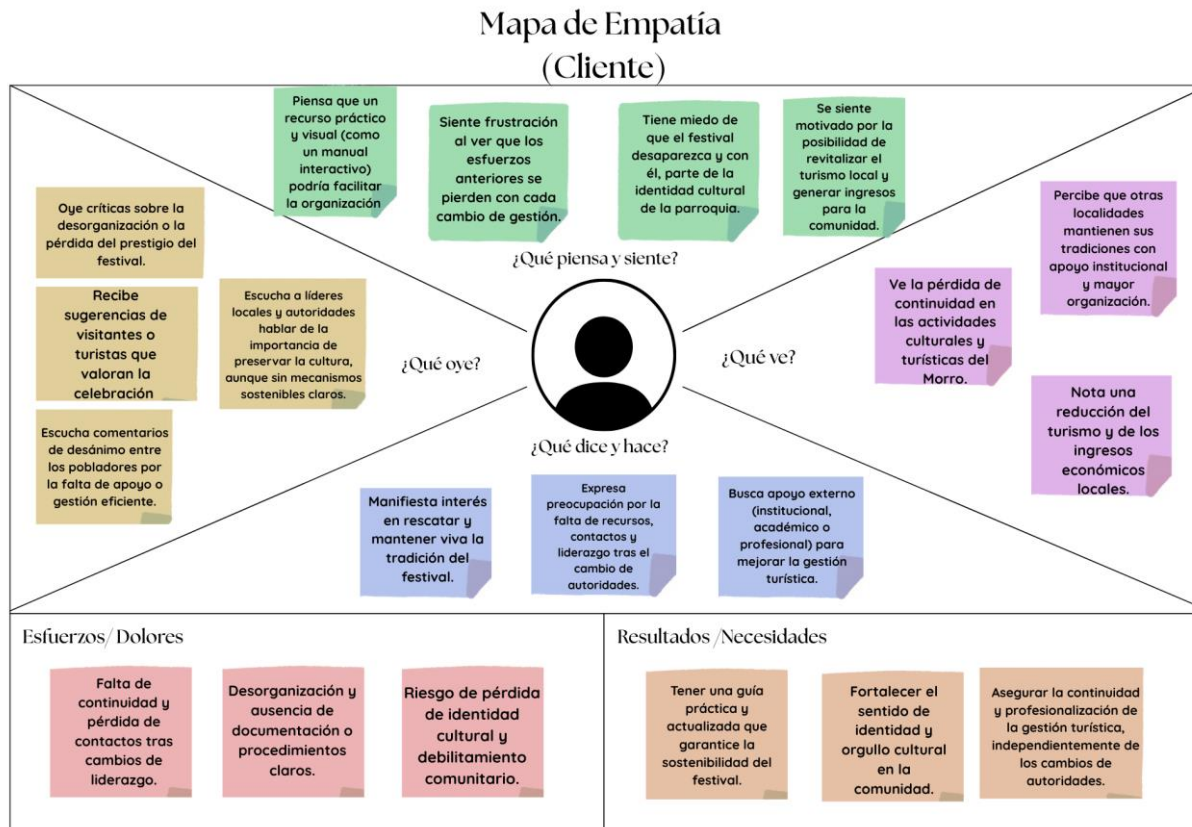


Nota. Elaboración propia

Anexo 8

Figura 10

Mapa de empatía realizado a la presidenta del Comité Turístico del Morro.



Anexo 9

Ficha de observación participante:

<https://docs.google.com/document/d/1k6N0i7G3g9ntDeZb3IN4yQPfl62ZggpO0JN6EnX4hsE/edit?usp=sharing>

Anexo 10

Figura 11

Lluvia de ideas

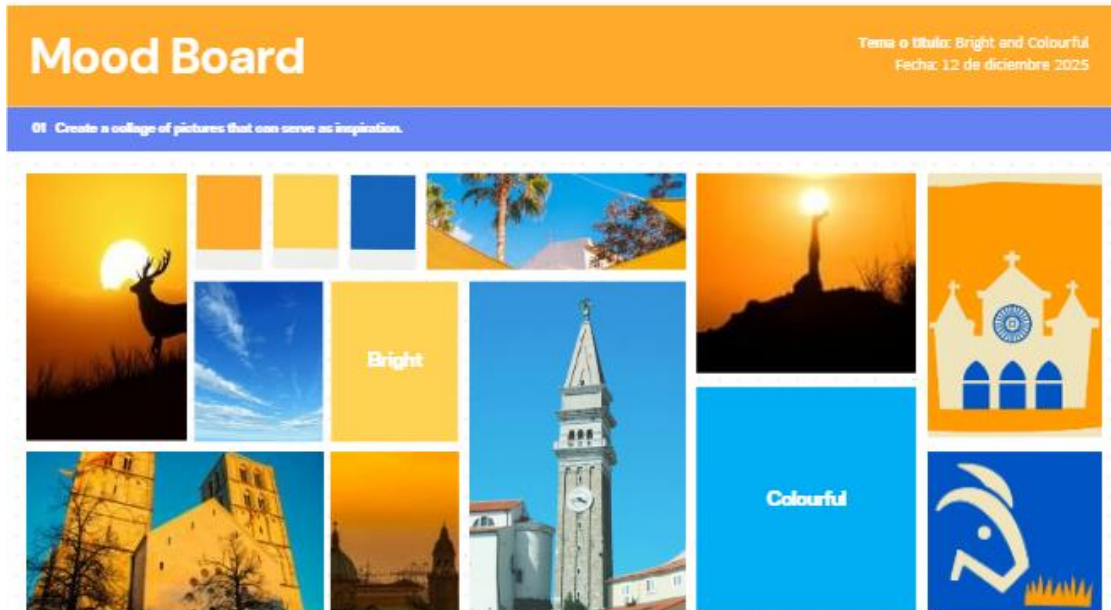


Nota. Elaboración propia

Anexo 11

Figura 12

Moodboard



Nota. Elaboración propia

Anexo 12

Figura 13

Matriz feedback

MATRIZ FEEDBACK

<p>¿Qué funciona?</p> <ul style="list-style-type: none">• Interactividad• Fácil de usar• Contenido ordenado• Pestañas desplegadas• Información detallada	<p>¿Qué se puede mejorar?</p> <ul style="list-style-type: none">• Orden de los pasos• Corrección de datos
<p>¿Qué preguntas nos hacen?</p> <ul style="list-style-type: none">• Cómo se difundirá la herramienta.	<p>¿Qué ideas nos proponen?</p> <ul style="list-style-type: none">• No propone

Nota. Elaboración propia

Anexo 13

Resultado de la encuesta de validación: [ENCUESTA DE VALIDACIÓN GUÍA FESTIVAL CHIVO MORREÑO: Resultados](#)

Anexo 14

Prototipo Final: [Guía de Gestión y Organización Festival del Chivo Morreño | Genially](#)

Drive: [FESTIVAL DEL CHIVO MORREÑO - Google Drive](#)

Anexo 15

Figura 14

Portada de la guía

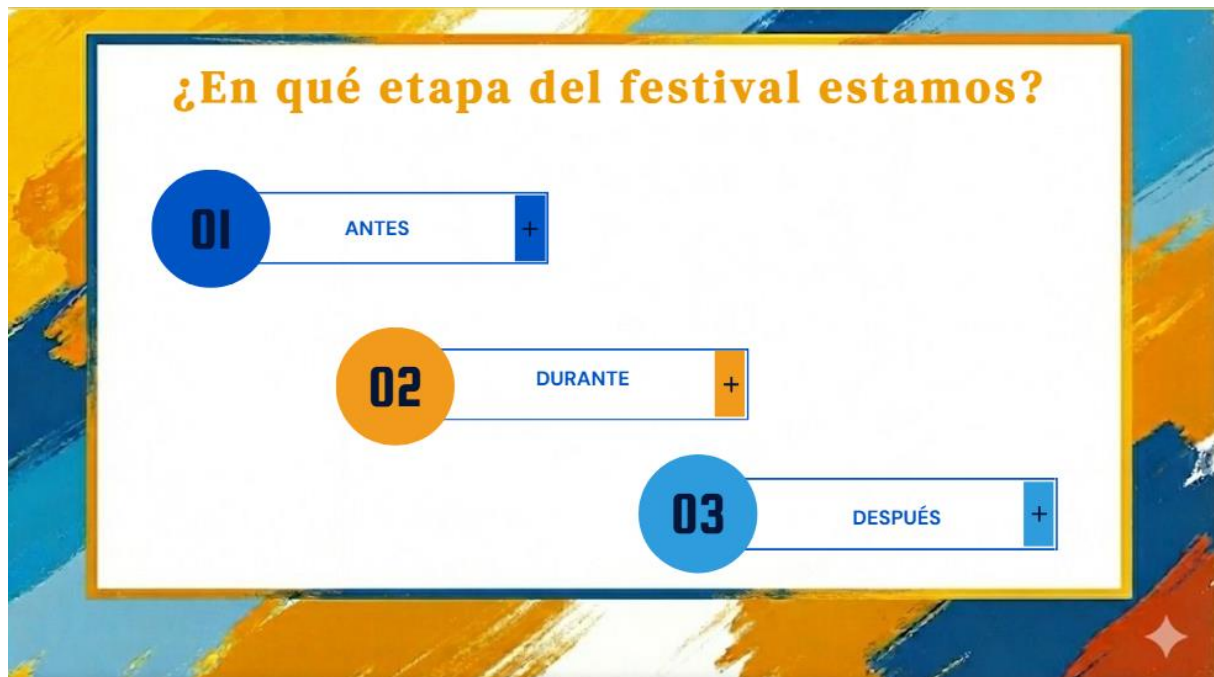


Nota. Elaboración propia

Anexo 16

Figura 15

Menú de la guía



Nota. Elaboración propia

Anexo 17

Figura 16

Ejemplo del contenido de la guía



Nota. Elaboración propia

Anexo 18

Figura 17

Ejemplo del contenido de la guía

DURANTE EL EVENTO

El Montaje (1 día antes del festival)

Recepción de proveedores (Carpa, tarima, mesas, sillas).

Instalación y pruebas de sonido (Sound check).

Ubicación y limpieza de baños portátiles

Señalización de rutas de evacuación y extintores (Plan Contingencia).

The infographic features a central circular photograph of an outdoor event stage with a band performing. To the right, four colored icons (blue, cyan, green, orange) correspond to the listed tasks. The entire content is framed by a white border with a yellow and blue decorative background.

Nota. Elaboración propia

Anexo 19

Figura 18

Ejemplo del contenido de la guía



Nota. Elaboración propia

Bibliografía

- Admin-Modernmeetingstandard. (2025, 14 octubre). Feedback Meeting - Definition & Detailed Explanation - Meeting Types Glossary - ModernMeetingStandard.com. *modernmeetingstandard.com*. https://modernmeetingstandard.com/feedback-meeting/?utm_source=
- Alfonso, M. J. P. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes antropológicos*, 9, 97-115. <http://hdl.handle.net/10045/41224>
- Aloha Gran. (1 de agosto de 2022). Aloha Gran. Obtenido de <https://alohagran.com/2022/08/01/moodboard-como-te-puede-ayudar/>
- Aranibar Ramos, Edgar Romario, Ramos Ramos, Davis Alexander, Ramirez Mendoza, Anthony Hugo, & Zegarra Cáceres, Joly. (2024). Impacto de la tecnología en el turismo: Un análisis cuantitativo y revisión. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 28(28), 253-279. Epub 00 de septiembre de 2024. <https://doi.org/10.55739/fer.v28i28.161>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.^a ed.). Editorial Episteme. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigación-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Batista, M. (2022). Hospitalidade e saberes locais nos festivais gastronômicas de Minas. Obtenido de Scielo: <https://doi.org/10.14210/tva.v26.19183>
- British Council México, Universidad Napier de Edimburgo & A Greener Festival. (2022). *Manual para la gestión de festivales sostenibles*. British Council México. <https://www.britishcouncil.org.mx/CulturaCircular-Toolkit>

Brown, T. (s. f.). *Why social innovators need Design Thinking (SSIR)*. (C) 2005-2025.

https://ssir.org/articles/entry/why_social_innovators_need_design_thinking

Cardoso Moscoso, Gloria Paulina, Florez Cardoso, Karla Felicia, Florez Cardoso, Paul, & Florez Cardoso, Henry. (2025). Gestión para el desarrollo de eventos turísticos en Latinoamérica: Una revisión sistemática. *Revista InveCom*, 5(2), e502097. Epub 04 de abril de 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13926688>

Castillo-Reina, M. Á., & Vásquez, J. L. C. (2022). *LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO: UNA APROXIMACIÓN a LOS SERVICIOS y LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS 1*. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576272098001/html>

Dam, R. F. (2025, 7 octubre). The 5 Stages in the Design Thinking Process. *The Interaction Design Foundation*. https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process?srsId=AfmBOoojSTn1OaBjABktKhpUkwyEZfWz2cVQ3szH_sM0kryVp8PuHKfa&utm_source=chatgpt.com#stage_1:_empathize%E2%80%94research_your_users'_needs-1

Design Thinking España. (2025, 22 mayo). *El mapa de actores o mapa de stakeholders como herramienta*. <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/mapa-de-actores-diseno-de-servicios>

Design Thinking Bootleg. (2025, 20 octubre). Stanford d.school.
<https://dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg>

Dorta-Afonso, D., & Padrón-Ávila, H. (2021). Gestión de turismo gastronómico: identificación del mercado potencial en Canarias. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 725-736. Obtenido de

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/25707/PS_19_4%20_%282021%29_06.pdf?sequence=1

Dueñas-Linares, F., & Romero-Centeno, Y. (2022). *Identidad cultural local en estudiantes de la Universidad Amazónica de Madre de Dios. Revista Amazónica de Ciencias Sociales*, 3(2), 50–62. <https://doi.org/10.55873/racs.v1i2.200>

Flipsnack. (s. f.). *How To Create a Digital Guide* [Vídeo]. Flipsnack.
<https://www.flipsnack.com/es/digital-guide>

Fonseca, & Brull. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 328-336. Obtenido de http://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000300379

Gadotti dos Anjos, S. J., & Stock, L. T. (2009). LOGÍSTICA INTEGRADA DE EVENTOS El caso del Festival de Danza de Joinville (SC) - Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(3), 302-317.

Gómez-Casero, G., Pérez-Gálvez, J. C., & López-Guzmán, T. (2017). Análisis del turismo en festivales culturales. Estudio del caso: Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 121–131. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39853706014.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s. f.). *Patrimonio material*.
<https://www.patrimoniocultural.gob.ec/patrimonio-material/> (Consultado el 20 de octubre de 2025)

Ito, A., Taoka, Y., & Saito, S. (2022). Analysis Designers' Process of Insight Generation through Empathy with Users. *Proceedings Of The Design Society*, 2, 891-900.
<https://doi.org/10.1017/pds.2022.91>

Kalenjuk Pivarski, B., Radivojević, A., Kalenjuk, B., Denda, S., & Vuksanović, N. (2023). *The sustainability of gastronomic heritage and its significance for regional tourism development*. *Heritage*, 6(4), 3783–3797. <https://doi.org/10.3390/heritage6040180>

Kotradyova, V. (2022). *Local identity as the essence of cultural heritage and the genius loci*. *Visions for Sustainability*, (17), 67–75. <https://doi.org/10.13135/2384-8677/3274>

Lenzerini, F. (2011). *Intangible cultural heritage: The living culture of peoples*. *The European Journal of International Law*, 22(1), 101–120. <https://doi.org/10.1093/ejil/chr006>

Madera Pacheco, J. A. (2020). Turismo rural: desafíos de las comunidades rurales en el conTexTo del coVid-19. *Dimensiones turísticas*, 4(7), 181-190.
<https://doi.org/10.47557/YISD4269>

Mapa de empatía – Design Thinking en Español. (s. f.). <https://designthinking.es/mapa-de-empatia>

Monash University. (s. f.). *Genially*. Learning & Teaching: Additional Learning Technologies. Recuperado el 18 de octubre de 2025, de <https://www.monash.edu/learning-teaching/teachhq/learning-technologies/additional-learning-technologies/Genially>

Noegrohon, Y. A. K. (2025b). Community Forest Ecotourism Development in South Central Timor Regency, East Nusa Tenggara: An Investigation of Facts and Expectations.

Pakistan Journal Of Life And Social Sciences (PJLSS), 23(1).

<https://doi.org/10.57239/pjlss-2025-23.1.00436>

Nueva Escuela Mexicana. (2025, 31 mayo). *Festival: definición, concepto y todo lo que necesitas saber*. <https://nuevaescuelamexicana.org/festival/>

ONU Turismo. (2024). Turismo gastronómico y enológico. Obtenido de ONU Turismo:

<https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico>

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo en Iberoamérica – Creando*

oportunidades para todos. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284421497>

Pakistan Journal Of Life And Social Sciences (PJLSS), 23(1). <https://doi.org/10.57239/pjlss-2025-23.1.00436>

Pastor Pérez, A., & Díaz-Andreu, M. (2022). *Evolución de los valores del patrimonio cultural*. *Revista de Estudios Sociales*, 80, 3-20. <https://doi.org/10.7440/res80.2022.01>

Patrimonio Cultural Inmaterial. (s. f.). UNESCO. <https://www.unesco.org/es/intangible-cultural-heritage>

Patrimonio material e inmaterial: definición y diferencias. (s. f.). IGECA | Instituto de Gestión Cultural y Artística. <https://igeca.net/patrimonio-material-e-inmaterial-definicion-diferencias-y-ejemplos>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2018, 28 noviembre). *Festival - Qué es, definición y concepto*.

Definición.de. <https://definicion.de/festival/>

Poveda, O. (28 de diciembre de 2017). BIK Business Innovation Kit. Obtenido de

<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=13&n=11975>

Quintana Puga, D. P., et al. (2024). *Turismo: Gestión y desarrollo*. CILADI.

<https://ciladi.org/wp-content/uploads/Turismo-gestion-desarrollo-11-02-2025.pdf>

Reyes, Y. B. (2023). Aportes en la discusión de un nuevo concepto de patrimonio gastronómico desde enfoques socioculturales y transdisciplinarios. *Estudios Latinoamericanos*, 37(50), 165–182.

<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484946e.2022.50.85923>

Rodríguez, D., Antamba, E., & Gallegos, G. S. (2025). Cocina patrimonial y turismo gastronómico en Ecuador: revisión sistemática de las estrategias de valorización cultural. *Revista San Gregorio*, 1(63), 105–117.

<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i63.3653>

Rojas, R. D. H., & Millán, M. G. D. (2018). *TURISMO GASTRONÓMICO La gastronomía tradicional de Córdoba (España)*.

<https://www.redalyc.org/journal/1807/180755394013/html>

Saénez Veliz, Romina Stephania, Sornoza Castro, Madeline Patricia Sornoza, Blandariz, Sonia Rosete, & Pin Figueroa, Franklin Edmundo. (2025). Valor cultural y jerarquización de los atractivos turísticos en un destino cultural y costero. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 10(1), 22-34. Epub 05 de junio de 2025.

<https://doi.org/10.33936/rehuso.v10i1.6740>

Soriano Torres, L. E. (2024). Innovación Tecnológica en Destinos Turísticos Inteligentes: El Impacto de la IA y el IoT en la Experiencia del Visitante. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 9748-9757.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14353

Soták-Benedeková, L., Rybářová, J., Tometzová, D., Seňová, A., & Rybár, R. (2025).

Comprehensive Analysis of Rural Tourism Development: Historical Evolution, Current Trends, and Future Prospects. *Sustainability*, 17(3), 1045.

<https://doi.org/10.3390/su17031045>

Vinculación con el Medio UNAB. (2024, 11 junio). *¿Qué es un árbol de problemas?* -

Vinculación con el Medio UNAB. Vinculación Con el Medio UNAB.

<https://vinculacion.unab.cl/wiki/que-es-un-arbol-de-problemas/>